

MEDIA FORWARD FUND

Guideline Bewerbung

Allgemeine Förderline

Strategy Grants

Inhalte

Über die Guideline.....	3
Förderfokus Strategy Grants Allgemeine Förderline	4
Übersicht Auswahlprozess.....	5
Anbahnung und Vorauswahl.....	6
Förderantrag	7
Due Diligence.....	13
Pitchdeck.....	14

Über die Guideline

Der Auswahlprozess des Media Forward Fund setzt sich aus mehreren Stufen zusammen. Dabei unterscheiden sich die Stufen in **mündliche** oder **schriftliche Verfahren**.

Mit der Guideline stellen wir Bewerbenden weiterführende Informationen zu den **schriftlichen Verfahren** bereit und erklären, worauf bei der Bewerbung zu achten ist.

Ziel dieser Guideline ist es, unseren Prozess möglichst transparent abzubilden und eure wichtigsten Nachfragen zu antizipieren.

Grundlegende Informationen stellen wir auf unserer Webseite kompakt im Reiter Bewerben zusammen. Dort findet ihr Antworten auf die wichtigsten W-Fragen, den Zeitplan der aktuellen Ausschreibungsphase und unsere fünf übergeordneten Auswahlkriterien.

Sollten nach Lektüre unserer Webseite und der Guideline immer noch Fragen offenbleiben, laden wir euch ein, einen Blick in unser ausführliches FAQ zu werfen.

Falls auch im FAQ eure Frage nicht auftaucht, dann meldet euch gern bei uns unter: funding@mediaforwardfund.org.

Wir danken euch für euer Interesse an einer Förderung durch den Media Forward Fund und eure Zeit, die ihr für den Bewerbungsprozess aufwendet!

Wir wissen den Aufwand zu schätzen, den Organisationen in ihre Bewerbung investieren, wenn sie sich für eine Bewerbung entscheiden und uns ist bewusst, dass dieser besonders für kleinere, und jüngere Organisationen eine erhebliche Herausforderung darstellen kann. Wir danken herzlich für dieses Engagement.

[Alles über die Förderlinie](#)

[Zu den FAQs](#)

Förderfokus Strategy Grants in der Allgemeinen Förderlinie

Im Überblick

Mit unserer Förderung und der engen Begleitung durch eine Coachingperson unterstützen wir gemeinwohlorientierte Medienorganisationen dabei, in ihrem Markt Erhebungen und Tests zur Überprüfung von Wachstumshypothesen für ein bereits bestehendes Angebot, Format, Vertriebsweg oder eine Erlösquelle durchzuführen, um darauf aufbauend eine entsprechende Wachstumsstrategie abzuleiten.

Im Detail

Im Fokus der Strategie-Entwicklung steht dabei ein bei der Organisation bereits bestehendes Angebot, Format, Vertriebsweg oder Erlösquelle im journalistischen Kerngeschäft, das

Im Idealfall

... eine Lücke in der Berichterstattung schließt

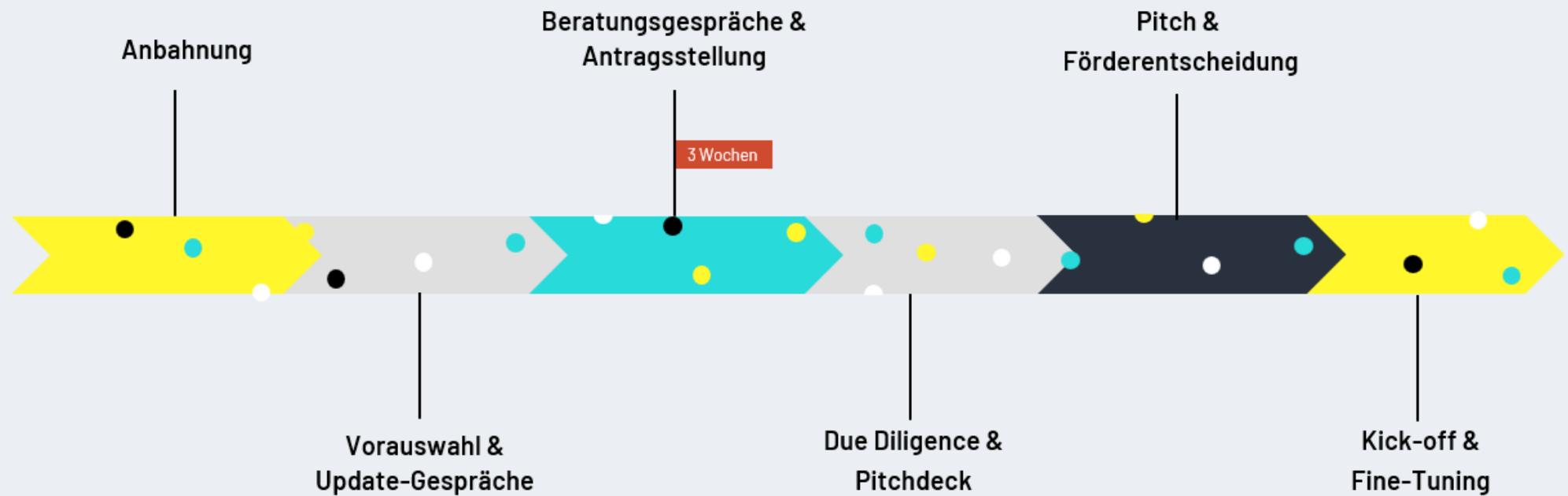
... durch den Einsatz neuer Herangehensweisen, einen transformativen Mehrwert im Mediensektor schaffen kann

... einen besonderen Fokus auf die Erreichung von Zielgruppen haben, die bisher noch von den Medien vernachlässigt werden.

Die Bewerbung für Strategy Grants erfolgt ausschließlich auf Einladung durch den Media Forward Fund. Hierfür wenden wir uns direkt an gemeinwohlorientierte Medienorganisationen aus unserem bisherigen Bewerbendenpool, welche die Grundvoraussetzungen an die Förderfähigkeit (Must-haves) bereits mit einer vorangegangenen Bewerbung erfüllt haben.

Übersicht Auswahlprozess

Der Auswahlprozess gliedert sich in mehrere Stufen:



Anbahnung und Vorauswahl

Die Bewerbung für Strategy Grants erfolgt ausschließlich auf Einladung durch den Media Forward Fund. Hierzu laden wir Organisationen zu einem digitalen Info-Event ein, welche ihre Förderfähigkeit (Must-haves) bereits mit einer vorherigen Bewerbung belegt haben. Im Info-Event erfahrt ihr alles, was ihr zur Förderlinie und über den Bewerbungsprozess wissen müsst.

Organisationen, die im Anschluss an das Info-Event Interesse haben, in den Bewerbungsprozess für die Strategy Grants einzusteigen, können uns bis zwei Wochen nach dem Info-Event eine Ausgangsanalyse über das entsprechende online Formular einreichen.

Hinsichtlich des Umfangs eurer Ausgangsanalyse haben wir je Frage Richtwerte für die Zeichenanzahl hinterlegt. Im Fokus der Fragen stehen vier wesentliche Aspekte:

1. Eure Wachstumsentwicklung der vergangenen zwei Jahre
2. Eure Wachstumshürden
3. Euer Wachstumspotenzial in eurem journalistischen Kerngeschäft
4. Das bei euch bereits bestehende Angebot, Format, Vertriebsweg oder Erlösquelle, das im Fokus der Wachstumsstrategie-Entwicklung und den dazugehörigen Erhebungen und Tests am Markt stehen soll

Ziel der Ausgangsanalyse ist es für uns, eure aktuellen Wachstumshürden und -potenziale zu verstehen und mehr über euer bereits bestehendes Angebot, Format, Vertriebsweg oder Erlösquelle zu erfahren, für das ihr eine Wachstumsstrategie entwickeln wollt.

Sofern wir Fragen zu dem Status quo eurer Organisation oder eurer Ausgangsanalyse haben, laden wir euch zu einem Update-Gespräch ein, für das kein zusätzlicher Vorbereitungsaufwand anfallen sollte.

Förderantrag

Wenn ihr uns im Vorauswahlprozess überzeugt habt, seid ihr zugelassen, euren Förderantrag innerhalb von **drei Wochen** über ein Formular in unserem Förderportal einzureichen.

[Vorschau Förderantrag](#)



Bevor ihr mit dem Antrag loslegt, bieten wir euch die Option eines Beratungsgesprächs. Ziel des Gesprächs ist es, auf Grundlage eurer Ausgangsanalyse gemeinsam eine übergeordnete Problemdefinition zu euren Wachstumshürden vorzunehmen, mögliche Wachstumshypothesen und Tests und Erhebungen im Markt zu diskutieren sowie Eckpfeiler für eure Strategie-Roadmap zu setzen

Für die Antragserstellung erhaltet ihr von uns einen Anmeldelink per E-Mail, über den die Anmeldung und der Zugriff auf das entsprechende Antragsformular in unserem Bewerbungsportal erfolgt. Am Ende des Formulars findet sich ebenfalls die Upload-Funktion für die notwendigen Anlagen.

Ziel eures Förderantrags ist es, uns einen umfassenden Eindruck von eurer Organisation, eurer journalistischen Arbeitsweise, eurem bisherigen gemeinwohlorientierten Geschäftsmodell sowie von dem vorgeschlagenen Vorgehen für die Entwicklung eurer Wachstumsstrategie zu vermitteln. Die Struktur des Antragsformulars spiegelt deshalb diese Bereiche wider: Abschnitt 2) „Eure Organisation“ und Abschnitt 3) „Geschäftsmodell und journalistische Arbeit“ beziehen sich auf eure aktuelle Situation und Abschnitt 4) „Euer Vorhaben“ und Abschnitt 5) „Wirkung“ auf euer zu förderndes Strategieprojekt.

Anhand von insgesamt 11 Fragen möchten wir mehr über die Kompetenzen in eurem Team, den aktuellen Stand eurer Organisation und eure Strategie für die nächsten drei Jahre erfahren. Außerdem wollen wir euer Produktportfolio und das zugrunde liegende gemeinnützige Geschäftsmodell besser verstehen sowie eure Wachstumshürden und -potenziale und eure daraus abgeleiteten Entwicklungs- und Optimierungsbedarfe.

Schließlich interessiert uns, welche Wachstumshypothesen ihr mithilfe von Optimierungen, Erhebungen und Tests im Markt konkret überprüfen wollt, welche konkreten Maßnahmen dafür geplant sind und wie euer Team dafür zusammengesetzt sein soll.

Je Frage haben wir Richtwerte für die Zeichenanzahl hinterlegt. Allerdings gibt es keine automatische Zeichenbegrenzung, damit ihr euch nicht mit dem Kürzen von Sätzen abmühen müsst. Dennoch empfehlen wir euch, euch an den Richtwerten zu orientieren. Ihr könnt die Bearbeitungsdauer abzukürzen, indem ihr die ausgewiesenen Fragen stichpunktartig beantwortet.

Strategie-Roadmap

Eurem Förderantrag ist ebenfalls ein tabellarischer Zeitplan (z.B. in Excel) auf Grundlage klar definierter Meilensteine (15-20 Stück) beizufügen, die auf die Ableitung eurer Wachstumsstrategie hinwirken und im Förderzeitraum erreicht werden sollen. Dazu zählen auch eure geplanten Maßnahmen zur Überprüfung eurer Wachstumshypothesen mithilfe von Optimierungen, Erhebungen und Tests im Markt.

Unter Meilensteinen sind ergebnisorientierte Arbeitspakete zu verstehen, die mit ihrem Abschluss zu einem / mehreren nachweisbaren Teilergebnissen führen (Meilensteine). Es empfiehlt sich, jeden Meilenstein mit einem Titel, einer Frist (z.B. Monat), einer Beschreibung und einem Nachweis und/oder Kennzahlen (quantitative KPIs) zu versehen, um die erfolgreiche Umsetzung des Meilensteins belegen zu können.

Die Meilensteine dienen euch im Verlauf der Förderzusammenarbeit – gemeinsam mit eurer Coachingperson und uns – als Umsetzungsplan für die Ableitung eurer Wachstumsstrategie und als Grundlage für die gemeinsame Reflexion über eure erreichten Ziele und gewonnene Erkenntnisse.

[Vorschau Meilensteinplan](#)

Kosten- und Finanzierungsplan

Eurem Förderantrag ist ebenfalls ein Kosten- und Finanzierungsplan beizufügen. Diese Planung soll uns vor allem ermöglichen, das Verhältnis zwischen Kosten und zu erwartender Wirkung zu beurteilen.

[Vorschau Kosten- und Finanzierungsplan](#)

Der detaillierte Kosten- und Finanzierungsplan ist in tabellarischer Form (Excel) zu erstellen und sollte die kompletten Kosten für euer Projekt abbilden. Bitte beachtet, dass die maximale Fördersumme für die Laufzeit von einem Jahr in der Regel bis zu 200.000 Euro beträgt, wovon 25.000 Euro für die Begleitung durch eine Coachingperson reserviert sind.

Führt bitte Differenzierungen bei den verschiedenen Kostenarten an, wie z.B. Personalkosten sowie Reise- und Unterbringungskosten, Kosten für Dienstleistungen, etc. (Sachkosten). Zwischen redaktionellen und vertrieblichen Kosten sollte ein ausgewogenes Verhältnis gewährleistet sein.

Angaben können in Euro gemacht werden.

Wir bitten außerdem zu beachten, dass wir bei Non-Profit-Medienorganisationen keine Kosten finanzieren können, die dem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zuzuordnen sind. Das sind zum Beispiel Kosten für den Betrieb oder die Entwicklung eines Online-Shops zur Vermarktung von Produkten oder der Verkauf von Getränken / Speisen im Rahmen von eigenen Veranstaltungen.

Förderfähige Kosten

<p>Personalkosten Gehaltskosten, die weder unmittelbar noch regelmäßig ausbezahlt werden, wie z. B. Sonderzahlungen, Sachleistungen, Prämien und andere Leistungen sowie Abfertigungen sind nicht förderfähig</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Angestellte (Voll- und Teilzeit)
<p>Sachkosten</p>	
<p>Coachingperson</p>	<p>25.000,- Euro</p> <ul style="list-style-type: none"> - reserviert für die Zusammenarbeit mit Coachingperson während Förderphase
<p>Reise- und Unterbringungskosten Reisekosten richten sich nach dem Bundesreisekostengesetz und der Übersicht zu Übernachtungspauschalen 2024/2025 im Ausland des Bundesfinanzministeriums</p>	<p>max. 10% Fördersumme</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reise mit öffentlichen Verkehrsmitteln und Flugzeug - Anmietung von Mietwagen - Unterbringungskosten
<p>Dienstleistungen Honorare für freie Dienstnehmer*innen, Beratung, Werkleistungen Beiträge zur Künstlersozialekasse sind nicht förderfähig</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Durchführung von Erhebungen und Tests im Markt, falls damit auch Dritte beauftragt werden - Erstellung von Analysen Studien oder Studien Erhebungen (z. B. Bewertungen, Strategien, Konzeptpapiere, Planungskonzepte, Handbücher); - Entwicklung, Änderungen und Aktualisierungen von IT-Systemen und Websites - Rechtsberatung und Notariatsleistungen, technische und finanzielle Expertise - Prüfungsdienstleistungen; - Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Organisation und Durchführung eigener Veranstaltungen oder Sitzungen (z.B. Dolmetscherdienste, Moderation, Honorare / Aufwandsentschädigungen für Expert*innen / Speaker*innen, Facilitators, Einlasspersonal, Techniker*innen); - Übersetzungen

Kosten im Zusammenhang mit eigenen Veranstaltungen oder Sitzungen (außer DL, s.o.)	<ul style="list-style-type: none"> - Catering - Miete für Veranstaltungs-/ Tagungsraum
Aus- und Weiterbildung	<ul style="list-style-type: none"> - Teilnahmegebühren für Schulungen und Trainings - Teilnahmegebühren für Veranstaltungen
Kosten für IT-Hard- und Software	<ul style="list-style-type: none"> - IT-Hard- und Software
Sammelposition "unvorhergesehene Kosten"	<p>max. 2 % der beantragten Fördersumme</p>

Checkliste Anlagen zum Antrag



Strategie-Roadmap anhand von Meilensteinen, die auf die Ableitung der Wachstumsstrategie hinwirken



Kosten- und Finanzierungsplan



Betriebsbudgetplan für das laufende Jahr

aktueller oder vorläufiger Jahresabschluss des letzten Geschäftsjahres



aktueller Vereins- oder Handelsregisterauszug (inkl. Gesellschafterliste)



Bei Non-Profit-Organisationen aus Österreich oder der Schweiz: ausgefülltes und unterzeichnetes Formular zum Status der Non-Profit-Einrichtung mit den entsprechenden Anlagen



gemeinnützige Organisationen mit Sitz in Deutschland: Nachweisdokument zum gemeinnützigen Status. Je nach Rechtsform und Gründungsdatum entweder die Anlage zum Körperschaftsteuerbescheid oder der Freistellungsbescheid oder der Bescheid über die Feststellung der Einhaltung der satzungsmäßigen Voraussetzungen nach § 60a Absatz 1 (wenn bisher kein Freistellungsbescheid oder Anlage zum Körperschaftsteuerbescheid erteilt wurde)

für das Vorhaben relevanter letzter Jahresbericht (optional)



Redaktionsstatuten (optional)



Strategie- oder Businessplan (optional)



Evaluationsbericht(e)(optional)



Due Diligence

Nach Prüfung der Anträge setzen wir den Auswahlprozess mit den aussichtsreichsten Vorhaben fort, indem wir den Due Diligence-Prozess zu eurer Organisation vertiefen.

Dabei handelt es sich um einen integrierten Prozess, der über den gesamten Auswahlprozess mitläuft und final abgeschlossen wird, bevor eure Bewerbung an die Jury weitergeleitet wird.

Die Due-Diligence-Prüfung basiert auf euren Angaben, Desktoprecherchen, euren eingereichten internen Dokumenten (Anlagen zum Antrag). Sollten wir in einem früheren Bewerbungsprozess noch keine Referenzgespräche zu eurer Organisation durchgeführt haben, behalten wir uns vor, im Anschluss an die Beurteilung eures Antrags mit den von euch angegebenen Referenzkontakten in Kontakt zu treten. Wir bitten euch deshalb im Förderantrag, uns zwei Kontakte zu nennen, die eine aussagekräftige Beurteilung zu eurer Arbeit und eurer Organisation geben können. Zu gegebener Zeit werden wir euch bitten, uns mit den Referenzkontakten zu vernetzen, damit wir mit ihnen in die Terminabstimmung gehen können.

Sollten wir feststellen, dass die mit eurem Förderantrag eingereichten internen Dokumente nicht aufschlussreich genug sind, werden wir euch zeitnah um weitere Informationen bitten.

Nach Abschluss der Due-Diligence-Prüfung erarbeiten wir auf Grundlage der Ergebnisse einen Kurzbericht, der neben der Förderempfehlung des Media Forward Fund-Teams und eurem Pitch eine weitere Grundlage für die Jury-Entscheidung bildet.

Pitchdeck

Während wir im Media Forward Fund-Team den Due Diligence-Prozess zu eurer Organisation vertiefen, bereitet ihr euren Pitch vor Ort für die Jury vor, indem ihr euer Pitchdeck erarbeitet.

Das Pitchdeck ist in PowerPoint anzufertigen und sollte mit einem Umfang von maximal 10-15 Slides die wichtigsten Informationen aus eurem Antrag widerspiegeln. Wir schlagen euch hierfür eine übergeordnete dreiteilige Gliederung vor:

- 1) Über uns,
- 2) Unsere Arbeit und wo wir aktuell stehen,
- 3) Unsere Wachstumshypothesen und wie wir sie überprüfen wollen

Weitere Details und Empfehlungen hinsichtlich der Struktur und Formalia erhalten die zum Pitch zugelassenen Organisationen per E-Mail in einer How-to-Beschreibung. Dabei handelt es sich nicht um verpflichtende Vorgaben, sondern eine Hilfestellung zur Strukturierung und Gestaltung des Pitchdecks.

Wichtig ist an dieser Stelle zu betonen, dass in allerster Hinsicht die Inhalte auf den Folien zählen und nicht das Aussehen der Präsentation. Uns ist bewusst, dass viele Organisationen nicht über eigene Grafiker*innen verfügen.