

MEDIA ▶ FORWARD FUND

in Kooperation mit



Guideline Bewerbung

Förderlinie Wissenschafts- und Datenjournalismus

Launch Grants

Inhalte

Über die Guideline.....	3
Förderfokus Launch Grants Wissenschafts- und Datenjournalismus.....	4
Checkliste Must-haves.....	5
Übersicht Auswahlprozess.....	6
Kurzintro.....	7
Förderantrag	9
Due Diligence.....	15

Über die Guideline

Der Auswahlprozess 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 weitere 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 unserem Info-Event an oder schreibt uns unter: funding@mediaforwardfund.org .

Wir danken euch für euer Interesse an unseren Launch Grants Wissenschafts- und Datenjournalismus und für eure Zeit, die ihr für den Bewerbungsprozess aufwendet!

[Alles über die Ausschreibung](#)

[Zu den FAQs](#)

[Anmeldung Info-Event](#)

Förderfokus Launch Grants Wissenschafts- und Datenjournalismus

Im Überblick

Mit unserer Förderung unterstützen wir Organisationen bei der Markteinführung eines für sie am Markt noch unerprobten und damit neuen Angebots, Formats, Vertriebswegs oder Erlösquelle.

Im Detail

Der Entwicklungsstand des zu lancierenden Vorhabens ist zum Zeitpunkt der Bewerbung hinreichend genug, damit ein erfolgreicher Launch und die Etablierung eines ersten Product-/Market-Fits während der Förderphase erzielt werden können als wichtiger Entwicklungsschritt auf dem Weg zur Validierung oder Schärfung des jeweiligen Geschäftsmodells. Das bedeutet also, dass erste Umsätze mit dem lancierten Vorhaben erzielt werden.

Im Idealfall

Das Vorhaben schließt dabei eine Lücke im Wissenschafts- oder Datenjournalismus,
... schafft durch den Einsatz neuer Herangehensweisen, einen transformativen Mehrwert im Mediensektor,
... und hat einen besonderen Fokus auf die partizipative oder interaktive Einbindung und/oder Erreichung von Zielgruppen, die bisher von Medien vernachlässigt werden.

Checkliste Must-haves

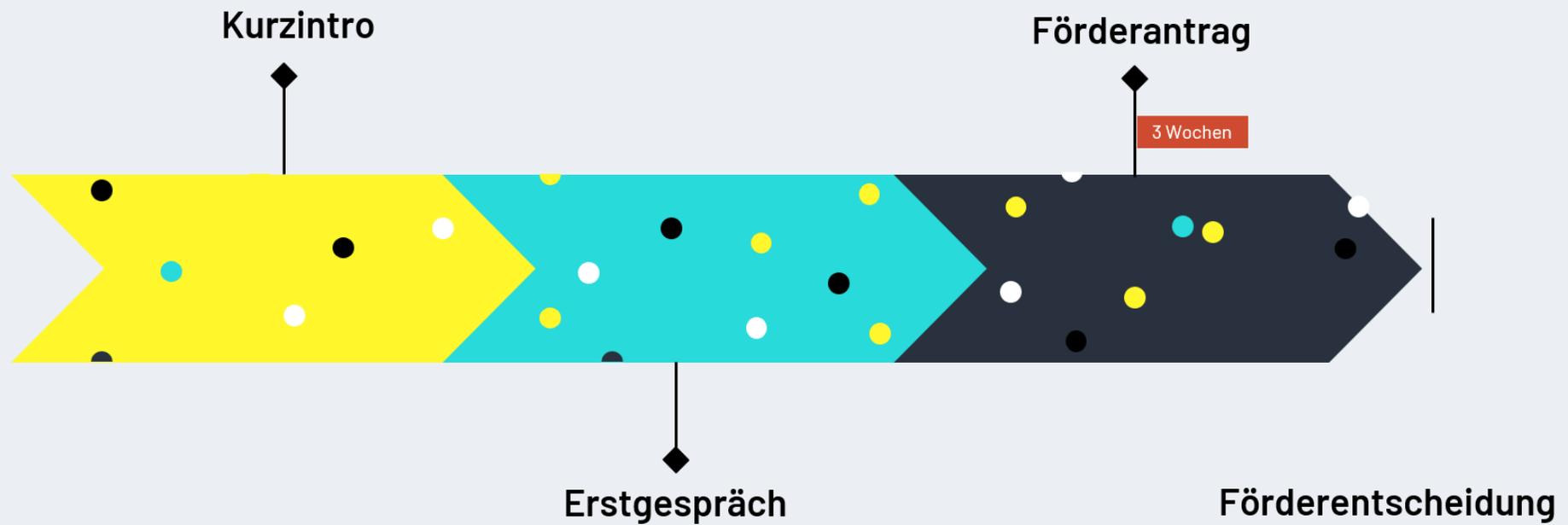


Folgende Anforderungen sind von euch zu erfüllen, um für eine Förderung geeignet zu sein:

- 1) Eure Gesamtorganisation hat ihren registrierten Hauptsitz in Deutschland, Österreich oder der Schweiz.
- 2) Eure Organisation zählt nicht mehr als 30 Vollzeitäquivalente (VZÄ).
- 3) Ihr verfügt über einen überzeugenden gemeinwohlorientierten Unternehmergeist. Das bedeutet, dass die Umsätze eurer Arbeit überwiegend mit der Absicht erwirtschaftet werden, den Journalismus in seiner gesellschaftlichen Aufgabe zur Förderung der Volksbildung und der Demokratie zu stärken.
- 4) Ihr arbeitet auf der Grundlage anerkannter journalistisch-redaktioneller Standards, die ihr öffentlich dokumentiert (oder plant dies zu tun) und verpflichtet euch den Grundsätzen eures landesspezifischen Presserats. Sofern zutreffend, verfügt ihr außerdem über etablierte Richtlinien für Medienkooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen.
- 5) Bei euch herrscht eine klare strukturelle und personelle Trennung zwischen redaktionell-inhaltlicher und kommerzieller Leitung. Wenn ihr jünger als fünf Jahre und kleiner als zehn VZÄ seid, muss eine nachweisbare Absicht bestehen, diese Trennung künftig umzusetzen.
- 6) Bei eurem Vorhaben handelt es sich um ein für eure Organisation noch am Markt unerprobtes und damit neues Angebot, Format, Vertriebsweg oder Erlösquelle im publizistisch-journalistischen Bereich mit Fokus auf Wissenschafts- oder Datenjournalismus.
- 7) Ihr könnt die wissenschafts- oder datenjournalistische Qualifikation des vorgesehenen Mitglieds in der Projektleitung und eine bereits erfolgte Zusammenarbeit (z.B. auf Honorarbasis) nachweisen.

Übersicht Auswahlprozess

Der Auswahlprozess gliedert sich in drei Stufen:



Kurzintro

Bei der Kurzintro handelt es sich um ein Online-Formular, das aus technischen Gründen nur einmal aufgerufen werden kann. Eure Antworten auf die Fragen können nicht zwischengespeichert werden. Bereitet eure Antworten also am besten vorab auf Grundlage der Kurzintro-Vorschau vor und kopiert sie dann in einem Zug in das Formular, bevor ihr es danach abschließend abschickt. Aufgrund der großen Anzahl an Bewerbungen können wir keine Eingangsbestätigungen schicken.

Ziel der Kurzintro ist es, auf Grundlage eurer Angaben eure Förderfähigkeit und Organisationsgröße zu bestimmen und einen ersten Eindruck von eurer Organisation, eurer journalistischen Arbeit und eurem Vorhaben zu bekommen. Aus diesem Grund handelt es sich bei den meisten Fragen um Single-Choice-Fragen. Die Anzahl der Zeichen in den Textfeldern ist begrenzt, da der Fokus wirklich nur auf dem Wesentlichen liegen soll und daher zunächst kurze, prägnante Antworten ausreichend sind.

In der Kurzintro bestätigt ihr also eure grundsätzliche Förderfähigkeit entlang unserer sieben Must-haves (siehe Seite 5), stellt eure Organisation und eure bisherige journalistische Arbeit kurz vor, macht quantitative Angaben zur Größe eurer Organisation und Reichweite eurer Arbeit und erklärt uns prägnant euer zu lancierendes Vorhaben. Dabei interessiert uns insbesondere:

1. Was ihr konkret im Rahmen der Projektfinanzierung im Bereich des Wissenschafts- oder Datenjournalismus auf dem Markt einführen wollt,
2. wie das zu lancierende Vorhaben auf eure langfristige Strategie und insbesondere auf die Stärkung eurer finanziellen Tragfähigkeit einzahlen kann,

[Vorschau Kurzintro](#)



3. inwiefern ihr Herangehensweisen nutzen wollt, die sich von bestehenden Ansätzen im DACH-Mediensektor unterscheiden und/oder eine konkrete Lücke im Wissenschafts- oder Datenjournalismus schließen möchten,
4. wen ihr mit eurem zu lancierenden Vorhaben erreichen wollt und inwiefern ihr Zielgruppen adressieren oder involvieren wollt, die bisher von den Medien vernachlässigt werden („underserved communities“).

Außerdem möchten wir natürlich gern wissen, wie viel euer Projekt kosten wird und wie lang es dauern soll.

Bitte beachtet auch, dass wir im Kurzintro-Formular danach fragen, ob die Organisation, mit der ihr euch bewirbt, abhängig von einem verbundenen Unternehmen (z.B. Konzern) oder unter Kontrolle einer dritten Organisation (z.B. Muttergesellschaft(en)) steht. Dieser Aspekt ist für die Beurteilung der Organisationsgröße relevant. Denn wenn die Gesamtorganisation mehr als 30 VZÄ hat, so fällt auch die bewerbende Organisation in die Kategorie einer großen Medienorganisation und ist demzufolge nicht förderfähig für die Launch Grants Wissenschafts- und Datenjournalismus.

Sofern sich eure Förderwürdigkeit mit der Kurzintro bestätigt hat und euer Vorhaben zu unseren Förderzielen passt, möchten wir euch gern bei einem maximal 30-minütigen Telefon-/Videogespräch näher kennenlernen. Für das Gespräch sollte kein zusätzlicher Vorbereitungsaufwand anfallen.

Förderantrag

Wenn sich eure Förderfähigkeit durch eure Angaben in der Kurzzintro und im Erstgespräch bestätigt hat, seid ihr zugelassen, euren Förderantrag innerhalb von **drei Wochen** über ein Formular in unserem Förderportal einzureichen.

[Vorschau Förderantrag](#)

Das Erstgespräch als Zwischenschritt zwischen Kurzzintro und Förderantrag soll sicherstellen, dass wirklich nur Projekte mit echten Erfolgsaussichten auf eine Förderung Zeit in die Antragstellung investieren.

Für die Antragserstellung erhalten förderfähige Organisationen von uns einen Anmeldelink per E-Mail, über den die Anmeldung und der Zugriff auf das entsprechende Antragsformular 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 und eurem zu lancierenden Vorhaben zu vermitteln. Die Struktur des Antragsformulars spiegelt deshalb diese drei Bereiche wider.

Anhand von insgesamt 13 Fragen wollen wir mehr über die Kompetenzen in eurem Team, euren Status quo und eure langfristigen Ziele erfahren sowie die Idee und den Entwicklungsstand eures Vorhabens und die von euch dafür identifizierte Zielgruppe besser verstehen. Wir möchten mehr darüber wissen, inwiefern sich euer Vorhaben von bestehenden wissenschafts- oder datenjournalistischen Entwicklungen abhebt und vielleicht das Potenzial hat, euer Alleinstellungsmerkmal zu stärken und wie ein erfolgsversprechendes Geschäftsmodell aussehen müsste, damit euer Vorhaben auch nach der Förderphase erfolgreich am Markt fortbestehen und somit zu eurer finanziellen Tragfähigkeit beitragen kann.

Bei zwei der Fragen werden eure Antworten aus der Kurzintro automatisch übernommen, damit ihr davon ausgehend eine Konkretisierung eurer Aussagen vornehmen könnt.

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. Ausgewiesene Fragen können zudem stichpunktartig beantwortet werden.

Launchplanung

Eurem Förderantrag ist ebenfalls ein tabellarischer Zeitplan (z.B. in Excel) für den Vorhaben-Launch auf Grundlage klar definierter Meilensteine (10-12 Stück) beizufügen, die auf dem Weg zur erfolgreiche Markteinführung eures Vorhabens erreicht werden sollen.

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 möglichen Nachweis zur Erfüllung zu versehen. Außerdem können die Meilensteine nach Kategorien strukturiert werden (z.B. Prototypentwicklung, erste Produktion, Validierung & Testung, Entwicklung, Markteinführung).

Die Meilensteine werden uns im Verlauf der Förderzusammenarbeit als Umsetzungsplan und zur gemeinsamen Reflexion über die Erreichung eurer Ziele dienen.

[Vorschau Launchplanung](#)



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. Darüber hinaus interessiert uns, ob ihr bereits mit ersten Umsätzen durch euer gelaunchtes Vorhaben rechnet.

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. Unterscheidet bitte dabei zwischen den verschiedenen Kostarten, wie z.B. Personalkosten, Reise- und Unterbringungskosten, Kosten für Dienstleistungen sowie sämtliche geplante Projekteinnahmen und sonstige Einnahmequellen.

Angaben können sowohl in Euro als auch Schweizer Franken gemacht werden. Lediglich die Angabe zur Gesamthöhe der beantragten Förderung sowie konkret ausgewiesene Angaben sollten an den entsprechenden Stellen in Euro vorgenommen werden.

Bitte beachtet die weiterführenden Hinweise in den beispielhaften Vorlagen für den Kosten- und Finanzierungsplan, da steuerrechtliche Unterschiede bei For-Profit-Medienorganisationen und Non-Profit-Medienorganisationen bestehen.

Bei einer Kooperation mit einer For-Profit-Medienorganisation ist der finanzielle Beitrag, den der Fund dem Kooperationspartner zur Verfügung stellt, umsatzsteuerpflichtig. Da der Media Forward Fund die anfallende Umsatzsteuer als deutsches gemeinnütziges Unternehmen nicht als Vorsteuer abziehen kann, wirkt sich die Umsatzsteuer kostenerhöhend aus.

Wenn die For-Profit-Medienorganisation ihren Sitz in Österreich oder der Schweiz hat, kommt das Reverse-Charge-Verfahren zum Tragen, wodurch nur der Nettobetrag an die For-Profit-Medienorganisation ausgezahlt werden kann.

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>Büro- und Verwaltungsausgaben</p>	<p>/</p>
<p>Reise- und Unterbringungskosten Reisekosten richten sich nach dem Bundes-reisekostengesetz und der Übersicht zu Übernachtungspauschalen 2023/2024 im Ausland des Bundesfinanzministeriums</p>	<p>max. 10% der beantragten Fördersumme</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reise mit öffentl. Verkehrsmitteln und Flugzeug - Anmietung von Mietwagen - Unterbringungskosten
<p>Dienstleistungen Honorare für freie Dienstnehmer*innen, Beratung, Werkleistungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dienstleistungen im Zusammenhang mit Konzeption, Analysen und Evaluation - Rechtliche Beratung im Kontext des Projekts - 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
<p>Kosten im Zusammenhang mit eigenen Veranstaltungen oder Sitzungen (außer DL, s.o.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Catering - Miete für Veranstaltungs-/ Tagungsraum
<p>Aus- und Weiterbildung</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Teilnahmegebühren für Schulungen und Trainings - Teilnahmegebühren für Veranstaltungen
<p>Kosten für die Anschaffung technischer Anlagen und Maschinen, insbes. aktivierbare Investitionen in materielle Anlagewerte</p>	<p>/</p>

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.

Bei einer Zusammenarbeit mit einer For-Profit Medienorganisation können wir keine Aktivitäten unterstützen, welche die gewerblichen Vertriebsaktivitäten des For-Profit-Unternehmens stärken (z.B. ein Newsletter, der nur an zahlende Abonnent*innen ausgesendet wird oder veröffentlichte Inhalte, die für die Dauer des Projekts hinter einer Paywall liegen). Zudem dürfen keine Wirtschaftsgüter durch die Mittel des Media Forward Fund finanziert werden, die – unentgeltlich – in das Eigentum der For-Profit-Organisation übergehen (zum Beispiel die Programmierung einer App, die eine Erhöhung des Verkaufswerts der App und somit auch des Unternehmens zur Folge hätte oder die Entwicklung einer Online-Plattform).

Checkliste Anlagen zum Antrag

Launchplanung auf Grundlage von Meilensteinen



Kosten- und Finanzierungsplan



CV des vorgesehenen wissenschafts- oder datenjournalistischen Mitglieds in der Projektleitung



Betriebsbudgetplan für das laufende Jahr



aktueller oder vorläufiger Jahresabschluss des letzten Geschäftsjahres



aktueller Vereins- oder Handelsregisterauszug (inkl. Gesellschafterliste)



Ausgefülltes und unterzeichnetes Formular zum Status der Non-Profit-Einrichtung (nur bei gemeinnützigen Organisationen aus Österreich oder der Schweiz)



Prototyp-Entwurf (optional)



für das Vorhaben relevanter letzter Jahresbericht (optional)



Redaktionsstatuten (optional)



Strategie- oder Businessplan (optional)



Evaluationsbericht(e)(optional)



Due Diligence

Nach Prüfung der Anträge setzen wir dann 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 und euren eingereichten internen Dokumenten (Anlagen zum Förderantrag). Außerdem behalten wir uns vor, das Expert Council des Media Forward Fund sowie Expert*innen im Bereich Wissenschafts- und Datenjournalismus aus dem Netzwerk der Wissenschaftspressekonferenz (WPK) zu euch und eurem Vorhaben zu konsultieren.

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 Bewertung des Media Forward Fund-Teams eine weitere Grundlage für die Jury-Entscheidung bildet.

Abschließend entscheidet unsere Jury aus mehreren Fach- sowie wissenschafts- und datenjournalistischen Expert*innen, welche von den bestplatzierten Projekten eine Förderung erhalten.