

POLICY PAPER

#REFOUNDINGDEMOCRACY2025

MASSNAHMEN FÜR EINEN RESILIENTEN, GEMEINWOHLORIENTIERTEN
JOURNALISMUS UND EINE DEMOKRATISCHE MEDIENVIELFALT

LEIF KRAMP
STEPHAN WEICHERT (HRSG.)



Das VOCER-INSTITUT FÜR DIGITALE RESILIENZ ist Deutschlands führender Think & Do Tank an der Schnittstelle von Journalismus, Technologie und Sozialinnovation. Als kreative Ideenplattform und Dritter Ort bietet VOCER praxisnahe Weiterbildungen, Kampagnen und Inhouse-Formate für Medienprofis, Organisationen und die Zivilgesellschaft. Es stärkt damit demokratische Werte und fördert resiliente Medienstrukturen – gegen Desinformation, Erschöpfung und Polarisierung.

IMPRESSUM

Kramp, Leif; Weichert, Stephan (Hrsg.) (2025). Policy Paper: #RefoundingDemocracy2025. Maßnahmen für einen resilienten, gemeinwohlorientierten Journalismus und eine demokratische Medienvielfalt. Hamburg: VOCER-Institut für Digitale Resilienz.

Unter Mitarbeit von Christian Sieh, Heiko Kolz, Jochen Market, Gunthilde Kupitz, Gloria Huppert, Inge Seibel, Stefan Müller, Stefan Petri, Nicola Kuhrt, Björn Staschen, Joachim Budde, Kai Rüsberg und Iris Ockenfels.

Mit inhaltlichen Beiträgen von Prof. Dr. Martin Andree, Prof. Jeff Jarvis, Magdalena Rogl, Heike Raab, Tabea Rößner, Luisa Neubauer, Dr. Eva Flecken, Chernob Jobatey und Sebastian Turner sowie den Teilnehmenden des ersten VOCAMPS #RefoundingDemocracy2025 in Berlin (15. Februar 2025).

FOTOS: © Martin Kunze/Vocer-Institut

GESTALTUNG: uhlemann-design.de

ERSCHEINUNG: 15. April 2025

© 2025 VOCER-Institut für Digitale Resilienz c/o Verein für Medien- und Journalismuskritik e.V.
Postfach 20 14 54 | 20204 Hamburg | info@digitale-resilienz.org | www.digitale-resilienz.org

In Kooperation mit





Um den demokratierelevanten Journalismus langfristig zu sichern, braucht es eine gezielte Förderung von Innovation, Medienvielfalt und Gemeinwohlorientierung. Vor allem Neugründungen, die neue Zielgruppen ansprechen, lokale Lücken schließen und alternative journalistische Konzepte entwickeln, müssen stärker unterstützt werden. Der Journalismus muss sich neu erfinden – als menschenzentrierter, resilienter und gemeinwohlorientierter Sektor.

Mit diesem Policy Paper appellieren wir – im Namen vieler Gleichgesinnter – an die neue Bundesregierung, eine Festigung journalistischer Arbeit zu ermöglichen, um sie immuner gegen politische Einflussnahme, wirtschaftliche Volatilität und digitale Desinformation zu machen. Denn die aktuelle Medienkrise ist gravierend: Rechtspopulistische Diskursverschiebungen, KI-generierte Fake News und Big-Tech-Dominanz gefährden die Glaubwürdigkeit, aber auch die Unabhängigkeit vieler Medien. Besonders ist der Lokaljournalismus betroffen, da schrumpfende Redaktionen und fehlende digitale Alternativen zu Nachrichtenwüsten führen, während parteinahe Publikationen zunehmend die Berichterstattung beeinflussen.

Um diesem Trend entgegenzuwirken, sind umfassende medienpolitische Weichenstellungen notwendig. Das VOCER-Institut hat deshalb ein breites Bündnis aus Medienunternehmer:innen, Journalist:innen und Verbänden initiiert und mit seinen Vertreter:innen auf dem ersten VOCAMP #RefoundingDemocracy2025 in Berlin konkrete Handlungsempfehlungen für die neue Bundesregierung erarbeitet. Diese Forderungen sollen den Weg frei machen für eine neue Resilienzbewegung, die den Journalismus strukturell, ideell und inhaltlich stärken kann.

Die Bundesregierung muss jetzt handeln, um die Grundlagen für einen robusten gemeinwohlorientierten Journalismus zu legen. Dafür braucht es politischen Willen, mutige Reformen und nachhaltige Förderinstrumente. Medienvielfalt, technologische Unabhängigkeit und KI-Resilienz müssen oberste Priorität haben, um den Journalismus als Rückgrat der Demokratie zu sichern.

Für den Erhalt einer vielfältigen Medienlandschaft werden dringend verlässliche rechtliche, infrastrukturelle und finanzielle Rahmenbedingungen benötigt, damit der Journalismus seine demokratische Funktion im digitalen Wandel erfüllen kann. Wir möchten betonen, dass es nicht an kreativen und engagierten Köpfen im Journalismus mangelt, sondern an den richtigen medienpolitischen Rahmenbedingungen. Es braucht weniger Stillstand und mehr Mut – für nachhaltige Förderstrukturen, innovative Experimentierräume und eine klare politische Vision, wie unabhängiger Journalismus in Zeiten von globalen Krisen und Demokratieverdrossenheit gesichert werden kann.

INHALTSVERZEICHNIS

Executive Summary.....	5
Einleitung.....	8
A. Problemstellung: Risiken und Gefahren für demokratierelevanten Journalismus.....	9
B. Lösungsansätze zur Stärkung des Journalismus: Sessions auf dem VOCAMP #RefoundingDemocracy2025.....	15
C. Call-to-action: Politische Forderungen und Empfehlungen.....	23
D. Handlungsrahmen: Zuständigkeiten der Ministerien.....	27
E. Journalismus 2029: Roadmap für die neue Bundesregierung.....	29
F. Hintergrund: Non-Profit-Journalismus in Deutschland, Nordamerika und Großbritannien.....	31
Deutschland: Fehlende Rechtssicherheit, unsichere Perspektiven.....	31
USA: Non-Profit als starker dritter Mediensektor.....	37
Kanada: Non-Profit-Journalismus als Lösung für etablierte Medienhäuser.....	39
Großbritannien: Non-Profit keimt neben starkem Public Broadcasting.....	41
Weiterführende Literatur.....	43
Danksagung.....	44
VOCER-Institut für Digitale Resilienz.....	45

EXECUTIVE SUMMARY

Das vorliegende Policy Paper richtet sich gezielt an die neue von CDU und SPD geführte Bundesregierung. In dem Papier fordert ein breites Bündnis aus Journalist:innen, Vertreter:innen von Stiftungen und NGOs sowie digitale Innovator:innen gemeinsame Lösungen für mehr Medienvielfalt, wirksame Regulierung von KI-Risiken und eine zukunftsfeste Finanzierung lokaler Berichterstattung.

Das Papier zielt auf konkrete Handlungsempfehlungen, wie Regierungshandeln und Medien-Infrastrukturen (digital wie analog) demokratierelevanten Journalismus fördern können, ohne die Staatsferne aufzuweichen.

Zusammenfassung der **sechs zentralen Herausforderungen:**

- 1. Demokratieschädliche Debatten im Social Web:** Plattform-Algorithmen verstärken Polarisierung und toxische Debatten, faktenorientierte Diskussionen werden verdrängt.
- 2. Erosion des Lokaljournalismus:** Ökonomische Zwänge, fehlende Innovationskultur und kurze Förderperioden lassen über kurz oder lang „Nachrichtenwüsten“ entstehen.
- 3. Unklare Gemeinnützigkeitsregeln:** NPOs und NGOs im Journalismus sehen sich in starker Abhängigkeit und von Einzelfallentscheidungen der Finanzämter in ihrer Gemeinwohlorientierung angegriffen; rechtliche Unklarheiten schaffen wirtschaftliche Unsicherheit.
- 4. KI als Bedrohung:** KI kann zwar redaktionelle Prozesse optimieren und neue Formate ermöglichen, schafft aber auch Abhängigkeiten und Manipulationsrisiken sowie in Teilen massive Urheberrechtsverletzungen; Begünstigung von Desinformation und Filterblasen.
- 5. Populistische Akteure untergraben Medienvertrauen:** Durch bewusste Delegitimierung schwächen populistische Akteur:innen in Politik und Medien das Vertrauen in unabhängigen professionellen Journalismus und gefährden das demokratische Miteinander.
- 6. Neuer Digitaler Medien-Staatsvertrag (DMStV):** Könnte wichtige Weichen für angemessene Plattform- und Medienregulierung stellen, ist aber noch inkonkret.



„Die Politik hat in den vergangenen Jahren viel versprochen, um den Journalismus in Deutschland robuster zu machen. Passiert ist wenig. Mein Appell an die neue Bundesregierung: Weniger Attentismus, mehr journalistische Resilienz-Netzwerke!“

DR. STEPHAN WEICHERT, MEDIENWISSENSCHAFTLER UND
DIREKTOR VOCER-INSTITUT FÜR DIGITALE RESILIENZ

Die im Rahmen der Veranstaltung **#RefoundingDemocracy2025** erarbeiteten **sieben Kernempfehlungen lauten** in Kürze:

Zentrale Forderungen:

Gemeinnütziger Journalismus: Die Politik muss Journalismus in der Abgabenordnung verankern, damit gemeinwohlorientierte Angebote der Privatwirtschaft stabile finanzielle Grundlagen erhalten und nicht länger von Finanzamts-Einzelfallentscheidungen abhängen. Der Vorwurf, gemeinnützige Medien würden kommerzielle oder öffentlich-rechtliche Angebote verdrängen, wird im Paper mit einschlägigen Kooperationsbeispielen entkräftet.

KI-Resilienz: Dringend nötig sind dem Paper zufolge Kennzeichnungspflichten für KI-generierte Inhalte („KI-Gütesiegel“) sowie strengere Vorgaben für algorithmische Empfehlungssysteme (u.a. offene KI-Modelle), um Risiken durch Desinformation und Big-Tech-Monopolisierung durch wenige US-Konzerne zu minimieren. Öffentlich geförderte Bildungsangebote für freischaffende Journalist:innen und Redaktionen sind dabei der Schlüssel zu mehr „KI-Resilienz“.

Stärkung des Lokaljournalismus: In den kommenden Jahren werden immer mehr Regionen vom Verlust journalistischer Angebote betroffen sein. Gerade in ländlichen Gegenden werden immer mehr Redaktionen ausgedünnt, gleichzeitig ist eine Abwanderung von lokaljournalistischen Fachkräften in andere Branchen festzustellen. Bund und Länder müssen dem Paper zufolge gezielt Innovationsfonds für Gründer:innen (über die klassische Anschubfinanzierung hinaus) auflegen, um die empfindliche Schwächung des Lokaljournalismus zu stoppen und drohende „Nachrichtenwüsten“ zu verhindern.

Alternative Social-Media-Plattformen: Gemeinwohlorientierte Ansätze wie das Fediverse oder „Save Social“ verlangen aktive Flankierung durch die Politik, etwa durch so genannte Interoperabilitätspflichten und eine Reform des Plattformrechts. Ein zentrales medienpolitisches Anliegen sollte sein, auch hier die Big-Tech-Dominanz abzumildern und gemeinwohlorientierte Plattformen zu ermöglichen. Den Digitalen Medienstaatsvertrag (DMStV) betrachten die Autoren als medienpolitischen Ankerpunkt für eine vertiefte Big-Tech-Regulierung.

Journalistische Weiterbildung: Sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene ist die Politik aufgefordert, unabhängige Weiterbildungs- und Schnittstellenorganisationen strukturell zu stärken, da gerade diese für den Aufbau von Resilienznetzwerken im Journalismus eine Schlüsselrolle einnehmen. Das Papier empfiehlt dazu konkrete Fördervorhaben, etwa die Einrichtung von Innovationshubs für journalistische Pilotprojekte sowie die Ausrichtung von „Journalist-in-Residence-Programmen“ und „Resilienzkonferenzen“ an Dritten Orten.

Mit diesen Empfehlungen will das Policy Paper der neuen Bundesregierung ein Set an konkreten Maßnahmen an die Hand geben, um Journalismus, Zivilgesellschaft und Demokratie im digitalen Wandel resilienter zu machen.



„Um die Demokratie auch für künftige Generationen zu sichern, müssen Medien frei und unabhängig sein. Die künftige Bundesregierung sollte sich – im Sinne der Pressefreiheit – schleunigst auf klare Regeln einigen, die einer Vielfalt von Anbietenden einen fairen Konkurrenzkampf bei den digitalen Medien ermöglichen und damit ein freies Internet wiederherstellen. Dazu gehört beispielsweise das Aufbrechen von bestehenden Monopolen und deren angemessene Besteuerung, kein aktives Manipulieren des Traffics, das Verbot, strafbare Inhalte zu Geld zu machen, offene Standards, Outlink-Freiheit.“

INSA VAN DEN BERG, FREIE JOURNALISTIN UND SCHREIBTRAINERIN IN LEIPZIG

EINLEITUNG

Journalismus und Zivilgesellschaft stehen massiv unter Druck. Einerseits dünnen lokale Redaktionen durch wirtschaftliche Rationalisierungsmaßnahmen weiter aus, sodass sich eine fortschreitende **Versteppung der regionalen Versorgung mit Nachrichtenmedien** zeigt. Über kurz oder lang könnten sich in einigen Regionen speziell in ländlichen Räumen „Nachrichtenwüsten“ ausbreiten, in denen professionelle lokale Berichterstattung nicht mehr angeboten wird und damit eine wichtige gesellschaftliche Kontrollfunktion fehlt. Andererseits leiden Journalist:innen zunehmend unter **Angriffen und Schmähungen**. Auch gewalttätige Übergriffe auf Berichterstatte:innen bei öffentlichen Veranstaltungen sind ein akutes Problem. So liegt Deutschland aktuell nur auf Platz 10 der Rangliste zur Pressefreiheit weltweit (vgl. reporter-ohne-grenzen.de). Zugrunde liegt eine besorgniserregende Entwicklung, dass populistische Kampagnen das **Vertrauen in etablierte Medien** systematisch untergraben.

Auch die digitale Transformation stellt den Journalismus vor große Herausforderungen. **Big Tech-Plattformen dominieren die digitale Öffentlichkeit**, während ihre Algorithmen gezielt Desinformation befördern und polarisierende Debatten verschärfen. Obwohl **Künstliche Intelligenz** redaktionelle Prozesse verbessern und neue Formate ermöglichen kann, mangelt es an „KI-Resilienz“. Die **Abhängigkeit von Tech- und Plattformanbietern aus den USA und China** hat sich dadurch nochmals deutlich verstärkt. KI birgt zahlreiche Risiken, etwa durch undurchsichtige Verfahren bei der Datenverarbeitung, den bereits heute signifikanten Machteinfluss innerhalb der Medienwirtschaft, aber auch durch die massive Steigerung von KI-generierter Desinformation aufgrund der breiten und einfachen Einsatzmöglichkeiten entsprechender KI-Instrumente oder massive Verletzung von Urheberrechten. Dezentralisierte Initiativen auf die Basis offener Protokolle (beispielsweise beim Fediverse oder beim europäischen KI-Unternehmen Mistral AI) setzen der zentralistischen Plattformökonomie zwar gemeinwohlorientierte Alternativen entgegen, doch fehlen vielerorts die Voraussetzungen, um ihnen zum Durchbruch zu verhelfen.

Zudem mangelt es an **rechtlichen und finanziellen Rahmenbedingungen**, um demokratierelevante Medienarbeit nachhaltig zu sichern. So ist **gemeinnütziger Journalismus** bis heute nicht in der Abgabenordnung verankert (wie bereits der Gesetzesentwurf NRW [BR-Drs. 266/19] aus dem Jahre 2019 nahelegte, bundesrat.de), was Rechtsunsicherheit schafft und potenzielle Förderer abschreckt. Hinzu kommen ein unterentwickeltes gesamtgesellschaftliches Bewusstsein für die **demokratiestärkenden Vorteile einer medialen Gemeinwohlökonomie**, ein erschwelter Marktzutritt und zu kurze Förderperioden von meist nur ein bis drei Jahren. Diese Defizite behindern Innovation, Gründungen und den Erhalt unabhängiger Berichterstattung gleichermaßen.

Vor diesem Hintergrund hat im Februar 2025 das **erste VOCAMP #RefoundingDemocracy2025** in Berlin stattgefunden: Rund 100 angemeldete Teilnehmende aus Journalismus, Medienpolitik, Stiftungen und Zivilgesellschaft diskutierten, wie man **zukunftsste Strukturen** für professionelle Berichterstattung und insbesondere den gefährdeten Lokaljournalismus entwickeln kann – nicht zuletzt über neue, gemeinwohlorientierte Initiativen, Gründungen und Plattformmodelle.



Grundlage des Policy Papers sind die Ergebnisse der Arbeitssitzungen des VOCAMPs sowie unterschiedliche Dokumentationen – etwa zur „Save Social“-Initiative (savesocial.eu) – sowie Studien und interne Arbeitspapiere des VOCER-Instituts (digitale-resilienz.org) und aktuelle Debattenbeiträge. Ergänzend wurden Expert:innen aus unterschiedlichen Bereichen (Start-ups, Big Tech, Forschung, Klimaaktivismus) hinzugezogen. Das Ziel von **#RefoundingDemocracy2025** ist es, in einem **kompakten Handlungskatalog** zusammenzufassen, wie die handelnde Politik in Deutschland strukturell stärken und unterstützen kann, damit den Journalismus nicht nur wirtschaftlich gedeihen, sondern angesichts zahlreicher Herausforderungen die Medien auch resilienter werden.

Im Einzelnen werden vorgestellt:

- (A) Problemstellung
- (B) Lösungsansätze
- (C) Politische Forderungen und Empfehlungen
- (D) Handlungsrahmen und Zuständigkeiten der Ministerien
- (E) Roadmap für die neue Bundesregierung
- (F) Hintergrund: Non-Profit-Journalismus in Deutschland, Nordamerika und Großbritannien

Das Policy Paper fasst zusammen, wie diese Ziele umzusetzen sind und welche konkreten **Maßnahmen für einen resilienten, gemeinwohlorientierten Journalismus und eine demokratische Medienvielfalt** während der laufenden Legislaturperiode (bis 2029) angegangen werden sollten.

A. PROBLEMSTELLUNG

RISIKEN UND GEFAHREN FÜR DEMOKRATIERELEVANTEN JOURNALISMUS

Der Journalismus steht am Wendepunkt: **Digitale Desinformation, wirtschaftlicher Druck und die Dominanz von Big Tech bedrohen seine Unabhängigkeit.** Gleichzeitig stehen etablierte Geschäftsmodelle unter Druck und erweisen sich als Grundlage für die journalistische Praxis zunehmend als unzuverlässig – eine Entwicklung, die nicht nur wirtschaftliche, sondern auch **demokratische Risiken** mit sich bringt. Denn der **Rückgang stabiler Finanzierungsstrukturen („Deökonomisierung“)** führt zu einer **Erosion investigativer Berichterstattung, insbesondere im Lokaljournalismus.** Während die Bedeutung der Medienvielfalt in politischen Stellungnahmen oft betont wird, bleibt eine konkrete strukturelle Unterstützung in Form einer Absicherung und Ermöglichung weitgehend aus.

Es ist somit klar, dass viele Journalist:innen in den nächsten Jahren vor existentiellen Herausforderungen stehen werden. Durch die dysfunktionale Exzentrizität in den sozialen Netzwerken haben die klassischen Medien seit Jahren mit einer Glaubwürdigkeitskrise zu kämpfen, jetzt steuern sie zusätzlich auf eine Aufmerksamkeitskrise zu: Während populistische Parteien die Presse weiterhin als „Fake News“ diskreditieren, greifen nicht abschätzbare Unmengen von KI-erstellten Inhalten auch das Grundvertrauen in den Journalismus zusätzlich an – mit fatalen Folgen für den journalistischen Mediensektor, der sich nach der Abwanderung des Anzeigengeschäfts zu Tech- und Plattformanbietern hauptsächlich auf Nutzungserlöse und damit auf loyale Publika verlassen muss.

Ohne gezielte Gegenmaßnahmen zur Förderung stabiler Strukturen für die journalistische Praxis drohen weitreichende Folgen für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Die folgenden Problemfelder verdeutlichen die Dringlichkeit:

1. DEMOKRATIESCHÄDLICHE DEBATTENKULTUR IM SOCIAL WEB

Immer mehr Menschen wenden sich von klassischen Nachrichtenquellen ab – laut Reuters Digital News Report vermeidet mittlerweile ein Drittel der Deutschen Nachrichtenkonsum. Hauptursache dafür sind die Aufmerksamkeitsmechanismen sozialer Plattformen: Algorithmen von Meta, X (Twitter) und TikTok priorisieren skandalträchtige, polarisierende Inhalte und verdrängen konstruktive Berichterstattung. Desinformation und Populismus florieren in dieser algorithmengetriebenen Ökonomie, während Big Tech eine enorme Marktmacht über die Informationsverbreitung besitzt. Die Folge ist eine Fragmentierung der Öffentlichkeit und eine Erosion rationaler Diskurse, die den gesellschaftlichen Zusammenhalt gefährden.



„Faktenfreie Informationen sind keine. Gelegentlich sind sie Quatsch oder ärgerlich, meist manipulativ. Sie säen Misstrauen und sorgen für Verunsicherung. Mein Appell an die neue Bundesregierung: Stärkt Quellen, die durch Faktenprüfung für Medienvertrauen sorgen.“

GUNDI KUPITZ, FREIE JOURNALISTIN UND MITGRÜNDERIN VON PROQUOTE

High Risk Factors

- Befund: 1/3 der Deutschen meidet Nachrichten (vgl. Reuters Digital News Report, Ergebnisse für Deutschland), Tendenz steigend.
- Problem: Plattformalgorithmen (z. B. Meta, X/Twitter, TikTok) belohnen Skandal, Polarisierung; konstruktive Inhalte fallen durch.
- Desinformation, Populismus und Meinungspolarisierung werden durch Big-Tech-Dominanz begünstigt.
- Kalkulierte Tabubrüche bestimmen die News-Agenda im Social Web (u.a. Donald Trump, Elon Musk, AfD).
- Risiko: Erosion der Diskursrationalität und des gesellschaftlichen Zusammenhalts.

2. EROSION DES LOKALJOURNALISMUS UND „NACHRICHTENWÜSTEN“

Der Lokaljournalismus, als eine der tragenden Säulen der Demokratie, leidet unter zunehmendem wirtschaftlichen Druck: Seit 2015 ist ein deutlicher Rückgang eigenständiger Lokalzeitungsredaktionen in Deutschland zu verzeichnen. Viele Lokalredaktionen wurden geschlossen oder zentralisiert, Lokalausgaben werden zunehmend ohne Redaktion vor Ort produziert (vgl. netzpolitik.org). Die Konsequenz ist der Verlust lokaler Transparenz und demokratischer Kontrolle, was mittelfristig zur Herausbildung von „News Deserts“ führt, in denen Bürger:innen keinen Zugang mehr zu fundierter Berichterstattung über ihre direkte Lebenswelt haben. So tendieren Regionen ohne lokale Zeitung etwa zu geringerer Wahlbeteiligung und stärkerer gesellschaftlicher Polarisierung, wie internationale Studien nahelegen (vgl. rudolf-augstein-stiftung.de). Auch in Deutschland gibt es alarmierende Indizien: Eine Untersuchung ergab, dass in Gemeinden ohne eigene Lokalzeitung überdurchschnittlich häufig populistische Parteien gewählt werden (vgl. kontextwochenzeitung.de).

High Risk Factors

- Ökonomische Zwänge, Redaktionsschließungen und mangelnde Investitionen in unabhängige Recherche.
- Rund 15 % weniger Lokalredaktionen in zehn Jahren (BDZV).
- Ökonomische Zwänge, meist kurze Förderperioden für Startups und Neugründungen (oft nur 1-3 Jahre).
- Risiko: Entstehung von „News Deserts“, in denen lokale Kontrolle und Transparenz verloren gehen.



3. FEHLENDE FÖRDERSTRUKTUREN FÜR GEMEINWOHL-ORIENTIERTEN JOURNALISMUS

Während in anderen Ländern gemeinnützige Medienmodelle längst etabliert sind (vgl. Abschnitt F: Hintergrund: Non-Profit-Journalismus in Nordamerika und Großbritannien), fehlt in Deutschland eine klare gesetzliche Verankerung der Gemeinnützigkeit im Journalismus. Die aktuelle Rechtslage (§ 52 AO) schließt Journalismus nicht explizit ein, was Medienprojekte von der Anerkennung (oder Aberkennung) ihrer Gemeinnützigkeit abhängig macht – wobei Finanzbehörden eine fachliche Beurteilung der Gemeinnützigkeit von Journalismus ohne Anwendungserlass oder Nennung journalistischer Praxis in der Abgabenordnung nur unzureichend beurteilen können.

High Risk Factors

- Gemeinnützigkeit rechtlich unklar geregelt, Abhängigkeit von Einzelfallentscheidungen der Finanzämter.
- § 52 AO schließt Journalismus nicht explizit ein, wodurch Rechtsunsicherheit entsteht.
- Stiftungsförderungen sind oft auf kurze Zeiträume befristet, langfristige Konzepte bleiben aus.
- Vergleich: In anderen Staaten gelten Non-Profit-Newsrooms längst als Standardmodell.

„Meine Botschaft: Nehmt Euch kein Beispiel an den US-amerikanischen Medien. Sie sind kein gutes Vorbild. Die deutsche Demokratie und ihr Journalismus sind unser bestes Bollwerk gegen die wieder ansteigende Flut des Faschismus. Ihr seid die Brandmauer.“

JEFF JARVIS, MEDIENVISIONÄR UND PUBLIZIST

4. ZUSÄTZLICHER DRUCK DURCH BOULEVARDISIERUNG UND KAMPAGNENJOURNALISMUS

Die Medienlandschaft leidet unter einer zunehmenden Dominanz sensationsgetriebener Berichterstattung. Während Breaking News im Sekundentakt verbreitet werden, fehlt es an lokaler Tiefe und Hintergrundrecherche. Viele Journalist:innen berichten von einer zunehmenden Boulevardisierung ihres Arbeitsumfelds (vgl. otto-brenner-stiftung.de). Dieser Trend zu mehr Sensations- und Unterhaltungswert widerspreche ihren eigenen Qualitätsansprüchen und erzeuge das Gefühl, ständig um journalistische Standards kämpfen zu müssen (vgl. otto-brenner-stiftung.de). Einige empfinden die Entwicklung als belastend (Stichwort Burnout) und sehen die Gefahr, dass wirtschaftliche Interessen die inhaltliche Ausrichtung dominieren.

Besonders Boulevardmedien greifen populistische Zuspitzungen, Skandalisierungen und selektive Empörung auf oder setzen sie selbst ein, um Aufmerksamkeit und Relevanz zu generieren – ein Geschäftsmodell, das faktenbasierte Berichterstattung verdrängt. In diesem Umfeld steigt das Misstrauen gegenüber Medien insgesamt, was wiederum Nachrichtenvermeidung und eine weitere Fragmentierung des Publikums begünstigt. Offenbar setzt der Medienmarkt hier falsche Anreize: Belohnt wird wirtschaftlich, was „klickt“, was Emotionen und Aufregung, gar Meinungspolarisierung erzeugt – eine ähnliche Entwicklung, die sich auch in der Plattformökonomie zeigt. Demgegenüber fehlen Anreize für gemeinwohlorientierte Berichterstattung und konsequente Re-Investitionen in die journalistische Praxis (wie im Falle gemeinnütziger Geschäftsmodelle).

High Risk Factors

- Hohe Schlagzahl an Breaking News vs. fehlende tiefe Recherche, Boulevardisierung als Geschäftsmodell.
- Tendenz zu Sensationalismus, während faktenbasierte Berichterstattung an Aufmerksamkeit verliert.
- Das Misstrauen in Medien insgesamt wächst, was den demokratischen Diskurs schwächt.
- Markt belohnt dysfunktionale Ausprägungen in der Berichterstattung wie Champagner- und Kampagnenjournalismus sowie Meinungspolarisierung.



„Ich setze mich für starken Wissenschaftsjournalismus ein, weil er essentiell für eine informierte Gesellschaft ist. Wissenschaftliche Fakten dürfen nicht im Rauschen von Desinformation und Interessenssteuerung untergehen. Mein Appell an die neue Bundesregierung: Wissenschaftsjournalismus muss gestärkt und nachhaltig gefördert werden – für eine Gesellschaft, die auf Fakten statt Fiktion baut.“

NICOLA KUHRT, LEITERIN RESEARCH BEI TABLE.BRIEFING, VORSTÄNDIN WISSENSCHAFTSPRESSEKONFERENZ



„Demokratie ist kein Zuschauersport, sie lebt von gesellschaftlichem Engagement. Die Zeit, Verantwortung an andere abzugeben, ist vorbei – die Zeit des aktiven Handelns ist da. Mein Appell an die neue Bundesregierung: Einfach mal gemeinsam MACHEN!“

HEIKO KOLZ, CO-WORK-EXPERTE UND UNTERNEHMER

5. GAME CHANGER KÜNSTLICHE INTELLIGENZ (KI)

KI bietet Chancen für den Journalismus, etwa durch Automatisierung oder effizientere Recherchedatenbanken. Gleichzeitig birgt sie jedoch erhebliche Gefahren: Verzerrungen durch algorithmische Bias, Deepfakes und manipulative Inhalte sind eine Bedrohung für die Glaubwürdigkeit von Nachrichten dar. Auch der weithin unregulierte Einsatz von KI durch jedermann stellt diesbezüglich eine relevante Gefahr dar aufgrund der beispiellosen Zunahme an KI-generierten Inhalten, die vor allem im Social Web zirkulieren und die Unsicherheit in der Bewertung von Online-Inhalten insgesamt erhöhen. Da große Tech-Konzerne die KI-Entwicklung dominieren, entstehen zudem neue Datenmonopole, die es kleinen und unabhängigen Medien schwer machen, eigene KI-Infrastrukturen aufzubauen. Ohne klare Regulierung – etwa Transparenzpflichten für KI-generierte Inhalte oder eine Algorithmenaufsicht – droht eine schleichende Zentralisierung der Nachrichtenproduktion, bei der Vielfalt und Qualität verloren gehen.

High Risk Factors

- KI-Risiken: Bias, Deepfakes, zentralisierte Datenmonopole, Game Changer/ Endgame.
- Fehlende Regulierungsansätze (u.a. Transparenzpflichten, Kennzeichnung KI-Inhalte, Algorithmenkontrolle).
- Gefahr: Uniformität des Angebots, wenn Personal durch KI ersetzt wird und Inhalte nur noch nach Klick-Logik produziert werden.

Diese sechs Problemfelder machen deutlich, wie verwundbar der demokratie-relevante Journalismus in Deutschland derzeit ist: Vom Schwinden lokaler Redaktionen über wachsende Big-Tech-Monopole und algorithmische Verzerrungen bis hin zu einer *déformation professionnelle* hin zu einem erstarkenden Boulevard- und Kampagnenjournalismus als Folge schwindender Relevanz professioneller Berichterstattung reicht die Palette der Herausforderungen. Gemeinsam zeigen sie, dass es umfassender Reformen und gezielter struktureller Maßnahmen bedarf, damit ein unabhängiger, vielfältiger und zukunftsfähiger Journalismus auch weiterhin einen zentralen Beitrag für Demokratie und Gesellschaft leisten kann.

B. LÖSUNGSANSÄTZE ZUR STÄRKUNG DES JOURNALISMUS

SESSIONS AUF DEM VOCAMP #REFOUNDINGDEMOCRACY2025

Die Sessions im Rahmen des **VOCAMPS #RefoundingDemocracy2025** beleuchteten verschiedene, aber eng miteinander verknüpfte Querschnittsthemen der aktuellen Medienlandschaft. Sie zeigen Herausforderungen auf, aber auch konkrete Lösungsansätze, um die Resilienz des Journalismus im digitalen Zeitalter zu stärken.

1. KI-RESILIENZ UND MEDIENVIELFALT



Herausforderung

Unter dem Begriff „vielfaltsverengende Technologien“ warnen Experten vor Deepfakes und verstärkten Filterblasen, die demokratische Prozesse bedrohen, sowie vor datengetriebener Konzentration bei wenigen Tech-Konzernen. Diese konzentrierte Marktmacht kann kleinere Verlage und unabhängige Medien abhängen, während KI-basierte Personalisierung zu monothematischen Feeds und „more of the same“ statt zu pluralistischer Information führt. KI darf also nicht allein als Sparinstrument oder Klickoptimierung missbraucht werden, sondern sollte Qualität, Diversität und Transparenz fördern.



Lösungsansätze

- Klare Transparenz- und Kennzeichnungspflichten: Hauptsächlich durch KI erstellte Inhalte müssen als solche erkennbar sein, und die zugrundeliegenden Daten oder Trainingssets sollten offengelegt werden.
- Regulatorische Eingriffe: Algorithmische Empfehlungssysteme müssen überwacht werden, etwa mit durchzusetzenden Vorgaben im EU Digital Services Act (DSA) oder dem Artificial Intelligence Act (EU AI-Act), um manipulative und vielfaltsverengende Praktiken zu unterbinden.
- Begrenzung von Marktmacht: Kartell- und Medienkonzentrationsrecht sollen Tech-Konzernen Einhalt gebieten, während kleinere Medien die Chance auf Zugriff zu modernen KI-Technologien haben. Die Entwicklung demokratiestärkender KI-Modelle als Gegengewicht sollte dringend begonnen werden.
- Qualitätsjournalismus aktiv fördern: Staatliche und/oder Stiftungsfinanzierung für innovative Projekte oder Lokalredaktionen, um KI-Tools sinnvoll einzusetzen, statt journalistisches Personal zu ersetzen.
- Ausbau der Medienkompetenz: Bürger:innen sollten verstehen, wie KI-Systeme Inhalte erstellen, damit sie Desinformation besser erkennen und Filterblasen vermeiden können; dazu gehört Aufklärung in Schulen, Volkshochschulen und digitalen Weiterbildungsformaten.



Key Takeaways

- 1. Leitplanken** für KI sind nötig, um Desinformation und uniforme Inhalte zu vermeiden; Kennzeichnungspflichten und Regulierungsmechanismen erhöhen Vertrauen und schützen die Medienvielfalt.
- 2. Unabhängige Medien** dürfen nicht durch KI-getriebene Kosten- und Klicklogiken verdrängt werden; Marktmacht muss begrenzt, Innovationsfonds und Stiftungsmittel müssen offenen Zugang ermöglichen werden.
- 3. Medienkompetenz** bleibt zentral: Nur ein kritisches, aufgeklärtes Publikum kann verhindern, dass KI-basierte Manipulation zur Norm wird und pluralistische Medienkulturen weiter erodieren.
- 4. Weiterbildung für KI-Resilienz:** In Redaktionen und bei freiberuflichen Medienschaffenden müssen mehr KI-Schulungen verpflichtend werden, um automatisierte Tools sicher und ethisch verantwortlich einzusetzen

2. ERFOLG UND SCHEITERN VON JOURNALISTISCHEN NEUGRÜNDUNGEN



Herausforderung

Unabhängiger Journalismus ist ein unverzichtbarer Bestandteil einer lebendigen Demokratie, doch in Deutschland stellen sich die gesetzlichen und finanziellen Voraussetzungen, um investigativen und aufklärerischen Projekten dauerhaft Planungssicherheit zu geben, immer deutlicher als unzureichend heraus. Während in anderen Ländern längst gezielte Fördermechanismen existieren, sind entsprechende Instrumente hierzulande kaum entwickelt. Es fehlt weniger an Durchhaltewillen als an Resilienz-Netzwerken, damit es Journalist:innen leichter gemacht wird, die bürokratischen, organisatorischen und finanziellen Herausforderungen beim Aufbau von journalistischen Unternehmungen zu meistern. Denn so niedrig die technologischen Hürden mittlerweile sind, um sich mit einem Nachrichtenangebot an die Öffentlichkeit zu gehen, gestalten sich die Stolpersteine bei der Marktetablierung – also ein Publikum zu erreichen und eine Refinanzierung zu sichern – angesichts der dominanten Trends der sich wandelnden (digitalen) Medienumgebung als umso größer. Noch bleibt das Scheitern in der unterentwickelten Start-up-Kultur in Deutschland irreführenderweise makelbehaftet, während die dabei gesammelten Erfahrungen auf anderen Märkten wie in Großbritannien oder in den USA kooperativ für weitere und potentiell erfolgreichere Neugründungen gewinnbringend adaptiert werden.

„Gemeinwohlorientierung im Journalismus kann Vertrauen, Loyalität und Zahlungsbereitschaft erhöhen. Allerdings braucht es Rechtssicherheit für gemeinnützige Gründungen und neue Fördermodelle, damit mehr Projekte diesen Weg gehen.“

DR. LEIF KRAMP, FORSCHUNGSKOORDINATOR ZEMKI, UNIVERSITÄT BREMEN,
HERAUSGEBER UND GRÜNDER VOCER





Lösungsansätze

- Resiliente und nachhaltige Strukturen: Fördermodelle müssen über die Gründungsphase hinausreichen und das „Valley of Death“ nach der ersten Aufmerksamkeit überbrücken; dazu gehören Steuererleichterungen, spezielle Finanzierungsprogramme und flexible Stiftungsförderungen, die sich an die veränderte Medienwelt anpassen.
- Integration von Business-Skills: Politische Rahmenbedingungen sollten sicherstellen, dass Journalist:innen bereits in ihrer Ausbildung Best-Practice-Beispiele kennenlernen (etwa über spezielle Förderprogramme des BMBF).



Key Takeaways

- 1. Hohe Hemmschwellen:** Gründer:innen im Journalismus kämpfen nicht nur mit bürokratischen Hürden, sondern auch mit fehlenden Mentoring- und Netzwerkstrukturen.
- 2. Netzworkebildung:** Es fehlt weithin an Unterstützungsstrukturen für den gegenseitigen Erfahrungsaustausch und Kooperationshilfen. Solche Resilienz-Netzwerke können von unterschiedlichen Organisationstypen, auch staatlichen, getragen bzw. gefördert werden.
- 3. Fördermodelle:** Langfristige Finanzierung durch Förderfonds sowie flexibel angelegte Stiftungsförderungen sichern resiliente Strukturen jenseits kurzfristiger Projektphasen.

3. INNOVATIONSSTRUKTUREN IM LOKALJOURNALISMUS



Herausforderung

Die Session „Nachhaltiges Gründen mit Kopf und Herzblut“ mit dem Schwerpunkt Lokaljournalismus machte deutlich, wie hoch die Hemmschwellen für angehende Journalist:innen sind, ein eigenes Projekt zu starten – häufig mangelt es an Mut zur Selbstständigkeit, Mitstreitenden, Netzwerken oder praktischem Know-how über Stiftungen und Förderprogramme. In Deutschland fehlt es an einer ausgeprägten Gründermentalität im Journalismus: Viele Förderprogramme richten sich eher an junge Medienschaffende, während Personen über 40 kaum Unterstützung finden. Wer eine Idee hat, stößt zudem schnell auf Fragen der Unabhängigkeit (z. B. vom Förderer), journalistischer Integrität und Bürokratie („Horror-Bürokratie“). Kurze Projektförderungen machen den Start zusätzlich schwierig, und das Risiko steigt, nach dem Ende der Anschubphase in ein „Valley of Death“ zu rutschen. Angebotene Instrumente der Wirtschaftsförderung haben sich bislang für ein journalistisches Gründungswesen als kaum probat erwiesen. Die Herausforderungen für Gründungen im journalistischen Mediensektor verlangen u.a. Beratungs- und Förderangebote im Hinblick auf die je unterschiedlichen, sehr spezifischen lokalen bzw. regionalen Marktbedingungen, Geschäftsmodelloptionen und Zielgruppen.



Lösungsansätze

- **Unterstützungsrahmen:** Auf den (Lokal-/Regional-)Medienbereich zugeschnittene staatliche Maßnahmen der Wirtschaftsförderung mit besonderer Berücksichtigung der Gründungsberatung und Förderung von Journalismusunternehmer:innen im Hinblick auf unternehmerisches und ökonomisches Fachwissen sowie entsprechende Vermittlungsangebote.
- **Gründungsberatung** nicht nur an Hochschulen, sondern auch an Weiterbildungseinrichtungen ausbauen: Quereinsteiger:innen und (freiberufliche) Journalist:innen zu gemeinsamen Projekten anregen (Kooperationsbörse) und in Finanzierung sowie Projektmanagement schulen, damit sie Vorteile der Gründung neuer Medienangebote erkunden können.
- **Datenbanken:** Kuratierung der Fördermöglichkeiten, um gezielte Fördermaßnahmen und Projektvorhaben adressieren zu können (Stiftungen, staatliche Fonds).
- **Bessere Rahmenbedingungen:** Vereinfachungen bei Gründungen (Bürokratieabbau), faire Zugänge zu öffentlichen Informationen und rechtliche Sicherheit für journalistische Initiativen sind essenziell, damit Pressefreiheit und -vielfalt gewährleistet bleiben.



Key Takeaways

- 1. Medienbezogene Wirtschaftsförderung:** Beratungs- und Förderangebote der öffentlichen Hand können das bisherige Fehlen wichtiger Leitplanken für eine Gründungsoffensive im Journalismus für mehr (lokale/regionale) Medienvielfalt werden.
- 2. Ganzheitliche Förderung:** Neben Anschubgeldern sind längerfristige Begleitung, Kompetenzzentren und Business-Skills nötig, um ein Ausbluten nach der ersten Finanzierungsrunde zu verhindern.
- 3. Integrierter Ansatz:** Eine Gründungsfibel, Best-Practice-Beispiele, Gremien für journalistische Integrität und die gezielte Einbindung älterer wie auch diverser Zielgruppen können die Medienlandschaft nachhaltig beleben.
- 4. Aufwertung journalistischer Kompetenzen:** Durch bessere Rahmenbedingungen, Business-Skills und Kooperationsbörsen an Hochschulen wird Journalismus zu einem attraktiven Entwicklungsfeld für viele junge, aber auch erfahrene Medienschaffende, die sich zusammentun, um skalierbare Medien im Lokalen aufbauen.



„Die Medien waren immer die Grundlage unserer Demokratie – sie erzeugen die Öffentlichkeit und den Kitt des gemeinsamen Verständnisses, der unsere Gesellschaft zusammenhält. Mein Appell an die Bundesregierung: Öffnet die digitalen Medien, befreit das Netz – damit journalistische Inhalte, Redaktionen, Blogger wieder eine Chance haben.“

PROF. DR. MARTIN ANDREE, MEDIENWISSENSCHAFTLER UND BESTSELLER-AUTOR

4. „SAVE SOCIAL “: NEUE SOZIALE PLATTFORMEN



Herausforderung

In der Session „Save Social“ wurde diskutiert, wie man digitale **Dritte Orte** schaffen kann, die im Gegensatz zu Big-Tech-Plattformen gemeinwohlorientiert funktionieren und eine kulturelle, bildungsorientierte und inklusive Gemeinschaft fördern. Derzeit dominieren wenige Konzerne die Informationsverteilung, während intransparente Algorithmen und ein Mangel an wirklichen Alternativen Nutzer:innen frustrieren oder sogar „übersättigen“. Zudem sind neue Plattforminitiativen mit hohen Einstiegshürden konfrontiert: Nutzer:innen wechseln nur ungern von etablierten Angeboten zu unbekannten Alternativen; „Onboarding“-Prozesse sind häufig wenig intuitiv; und es fehlt oft an emotionalen Bindungen, die vergleichbar wären mit einem lokalen Café als Ort für Austausch und Zusammenhalt.



Lösungsansätze

- **Offene Protokolle statt Konzernmacht:** Aufbau von gemeinwohlorientierten Netzwerken (z. B. über das Fediverse) anstelle rein datengetriebener Plattform-Modelle.
- **Emotionale Heimat schaffen:** Damit Menschen „noch eine weitere Plattform“ akzeptieren, sollte eine neue digitale Community einladend, niederschwellig und durchaus unterhaltsam gestaltet sein.
- **Kuratierte Inhalte anstelle von Blackbox-Algorithmen:** Nutzer:innen können selbstgewählte, faktenbasierte Feeds beziehen, die eine freie Meinungsbildung ermöglichen, ohne von unbekannten Algorithmen bevormundet zu werden.
- **Lokale Bindung und Vielfalt:** Der digitale „Dritte Ort“ sollte Raum für umfassende öffentliche Informationen und offenen Austausch bieten, thematische Schwerpunkte setzen und so Vertrauen schaffen, ähnlich wie ein lokales Begegnungscafé.



Key Takeaways

1. **Dritte Orte im Netz** können die demokratiegefährdende Abhängigkeit von Big Tech mindern, wenn sie konsequent auf Offenheit, Gemeinwohlorientierung und intuitive Einstiegsprozesse setzen.
2. **Emotionalität, Spaß, „User Needs“ und Themenfokus** sind starke Treiber für den Erfolg einer neuen Plattform; bloße „technische Korrektheit“ reicht nicht aus, um Nutzer:innen von einem Wechsel zu überzeugen.
3. **Vertrauenswürdige Fakten und transparente Strukturen** sind essenziell, damit solche Plattformen zu lebendigen, digital-sozialen Räumen werden, in denen Menschen wirklich zusammenkommen und sich ohne toxische Debatten austauschen können.



5. ZUKUNFTSORTE ALS TREIBER VON INNOVATION UND RESILIENZ



Herausforderung

Zunehmende Medienkrisen, schwindendes Vertrauen in den Journalismus und eine digitale Überlastung erfordern neue Ansätze für öffentliche Debatten und gesellschaftlichen Zusammenhalt. „Zukunftsorte“ – physische wie digitale Räume, die gezielt auf Innovation, Bürgerbeteiligung und investigativen Journalismus ausgerichtet sind – könnten hier Abhilfe schaffen. Sie dienen als Orte für experimentelle Formate, in denen Transparenz, offene Diskussionen und demokratische Erneuerung im Fokus stehen. Damit sie ihr volles Potenzial entfalten, braucht es jedoch eine gezielte politische Unterstützung, rechtliche Erleichterungen und nachhaltige Finanzierungsmodelle.



Lösungsansätze

- **Bundesweite Kampagne zur Bedeutung von Zukunftsorten** für Medieninnovation, Demokratie und gesellschaftlichen Wandel.
- **„Journalist-in-Residence“-Programme** und regionale Medien-Hubs für langfristige investigative Projekte.
- **Physische Medienlabore** für Community Journalism und digitale Innovation, unterstützt durch öffentliche Mittel und Stiftungen.
- **Bundesweiter Think-Tank** für Medieninnovationen: Mehr partizipative Formate, in denen Bürger:innen aktiv mitgestalten können, stärkt lokale Infrastruktur.
- **Recht auf Bildungsurlaub** oder ein gefördertes „gesellschaftliches oder kreatives Jahr“, um unkonventionelle Arbeitsmodelle in Zukunftsorten zu erproben.



Key Takeaways

- 1. Zukunftsorte** bieten kreative Freiräume für innovativen Journalismus und bürgerschaftliche Partizipation – sie sind unverzichtbar, um demokratischen Zusammenhalt zu stärken und die Medienkrise zu bewältigen.
- 2. Gemeinsame Strategie** aus Sichtbarkeit (Kampagnen), Finanzierung (Förderfonds, Steueranreize) und Rechtsrahmen (gemeinnützige Innovationszentren) ist notwendig, damit Zukunftsorte gedeihen können.
- 3. Gesellschaftliche Transformation:** Werden Zukunftsorte strukturell gefördert und in einer nationalen Innovationsstrategie verankert, können sie als Säulen eines resilienten, demokratischen und zukunftsfähigen Deutschlands wirken.

6. GEMEINWOHLORIENTIERUNG: RECHTSSICHERHEIT UND STAATLICHE FÖRDERUNG



Herausforderung

Gemeinwohlorientierte Medienangebote – insbesondere gemeinnütziger Journalismus – sind in Deutschland rechtlich nur unzureichend geschützt. Obwohl sich viele Redaktionen und Initiativen am Gemeinwohl orientieren, hängt ihre finanzielle und juristische Absicherung oftmals von Einzelfallentscheidungen der Finanzämter ab. Hinzu kommt, dass es keine klaren und langfristigen Förderstrukturen für Qualitätsjournalismus gibt, obwohl das Bedürfnis nach vertrauenswürdigen Informationen in Zeiten von KI und Desinformation stetig wächst.



Lösungsansätze

- **Rechtliche Absicherung:** Gemeinnütziger Journalismus sollte ausdrücklich in die Abgabenordnung aufgenommen oder per Anwendungserlass expliziert werden, damit gemeinwohlorientierte Medien steuerliche Vorteile erhalten und ihre Anerkennung nicht allein von Verwaltungsentscheidungen abhängt. Aus der Anerkennung der Gemeinnützigkeit resultiert auch eine verbindliche Verpflichtung zur Re-Investition von Erlösen in den journalistischen Betrieb – was die Qualitätssicherung und die Loyalität von Nutzenden stärkt.
- **Staatlicher Förderfonds:** Ein unabhängiger, staatlich oder öffentlich-privat finanzierter Fonds könnte gemeinnützige Medien mit langfristigen Förderungen unterstützen, ohne deren redaktionelle Unabhängigkeit zu gefährden – ähnlich dem Vorbild des Media Forward Fund, bei dem eine Experten-Jury über die Vergabe entscheidet.



Key Takeaways

- 1. Rechtssicherheit für gemeinnützigen Journalismus:** Eine klare gesetzliche Verankerung (z. B. Aufnahme in § 52 AO) bietet Planungssicherheit, fördert Innovation und erleichtert den Zugang zu Stiftungs- und Fördermitteln.
- 2. Staatlicher Fördertopf für Qualitätsjournalismus:** Um gemeinwohlorientierte Angebote zu unterstützen, braucht es ein transparentes System, in dem eine unabhängige Jury über die Mittelvergabe entscheidet und so Einflussnahme verhindert.
- 3. Vertrauen in Zeiten von KI:** Die Medienkompetenz-Initiative #denknach unterstreicht, dass insbesondere in einem immer mehr durch KI geprägten Netz jede:r Nutzer:in kritisch nachfragen sollte: „Kann das wirklich stimmen?“ – Gemeinwohlorientierte Medien können dabei einen wertvollen Beitrag zur Aufklärung und Orientierung leisten.

7. POPULISMUS, AKTIVISTISCHER JOURNALISMUS UND MEDIENVERTRAUEN



Herausforderung

Die anhaltende Polarisierung führt zu aktivistisch geprägter Berichterstattung und Boulevardkampagnen, die öffentliche Debatten eintrüben. Das Misstrauen gegenüber Medien wächst und können dem Vertrauen in Nachrichteninhalte insgesamt schaden, wenn sich einzelne Medien politisch vereinnahmen lassen und mit tendenziöser Berichterstattung eine breite Öffentlichkeit erreichen und Meinungsmacht entfalten, indem sie auf Skandalisierung setzen, um so Klicks und Quoten zu erhöhen.



Lösungsansätze

- **Vertiefung von Ethik- und Qualitätsstandards:** Ergänzung des Pressekodex, z.B. um KI-Transparenz, klarere Richtlinien bei politischer Parteinahme.
- **Bündnis gegen Extremismus:** Medien, Politik und Zivilgesellschaft sollten bei der Dekonstruktion extremistischer Narrative zusammenarbeiten, um Aufklärung und politische Bildung zu stärken.
- **Politische Flankierung:** Strengere Regulierung manipulativer Boulevardkampagnen, mehr Förderung für faktenbasierten Journalismus.



Key Takeaways

1. **Starke Ethikstandards:** Ein erweiterter Pressekodex kann Orientierung bieten.
2. Glaubwürdigkeit braucht **journalistische Unabhängigkeit**, nachvollziehbare Arbeitsweisen und weniger Alarmismus.
3. **Gemeinsame Anstrengung** von Medien, Politik und Zivilgesellschaft, um Extrempositionen einzuhegen.

Die verschiedenen Problemfelder machten deutlich, dass es im digitalen Zeitalter keine einfachen Lösungen für die Herausforderungen des Journalismus gibt – es braucht **multidimensionale Ansätze** von KI-Ethik, lokal verankerter Innovationsförderung, rechtlicher Reform (Gemeinnützigkeit), offenen Plattformstrukturen und partizipativen Formaten.



„Wie können wir den digitalen Raum für Information und Debatte wieder zurückerobern von den Big-Tech-Monopolen? Mein Appell an die Bundesregierung: Deutschland muss alternative Netzwerke durch Investition stärken und dafür sorgen, dass mit öffentlichen Mitteln finanzierte Inhalte zumindest auch auf offenen Plattformen veröffentlicht werden. Auf europäischer Ebene sollte die Bundesregierung dafür sorgen, dass die Privilegien von Big Tech wie das Nicht-Haftungsprivileg auf den Prüfstand kommen.“

– BJÖRN STASCHEN, JOURNALIST UND INITIATOR DER PETITION „SAVE SOCIAL“

C. CALL-TO-ACTION

POLITISCHE FORDERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN

Aus den Sessions und den anschließenden Diskussionen ergibt sich ein umfassendes Handlungspaket, das den Journalismus in Deutschland langfristig stärken und resilienter machen soll:

1. (DIGITALE) RESILIENZNETZWERKE AUFBAUEN

- **Was:** Aufbau unterstützender Resilienz-Netzwerke für Mediengründer und Ausbau kooperativer Allianzen aus NPO-Akteuren, Redaktionen, Bildungsorganisationen und Fact-Checking-Initiativen.
- **Wichtig, weil** es einen moderierten Innovationsraum für gegenseitigen Erfahrungsaustausch, praktische Hilfestellungen, Weiterbildung und visionäre Lösungen braucht.
- **Wie:** Staatliche Anschubfinanzierung für NPO-Allianzen, Fact-Checking, Datendienste (BKM, Stiftungen).
- **Pro-Argument:** Bündelt das Resilienzwissen etablierter Bildungsorganisationen und Netzwerke, um Desinformation nachhaltig einzudämmen. Digitale Resilienz – vor allem für Selbstständige im Journalismus – lässt sich nur kollaborativ entwickeln und stärken.

2. LÄNDLICHE ZUKUNFTSORTE UND INNOVATIONSZENTREN SCHAFFEN

- **Was:** Innolabs für innovative Medien-Startups, lokale Initiativen, Journalismusorganisationen und Gründungsberatung – mit entsprechender Rechts- und Steuererleichterung – leisten direkte Journalismushilfe im Lokalen.
- **Wichtig, weil** diese Orte einen substanziellen Beitrag zu sozialer Innovation, demokratischem Zusammenhalt und regionaler Identitätsbildung leisten.
- **Wie:** Physische Innovationshubs („Zukunftsorte“) und Journalist-in-Residence-Programme in ländlichen Regionen, an denen Journalismus und Zivilgesellschaft zusammenarbeiten (Pilotprojekte, gefördert durch Landeshaushalte oder Stiftungen).
- **Pro-Argument:** Schafft Raum für digitale Experimente, bringt Bewegung in den Markt; Medienlabore ermöglichen journalistischen Start-ups im Lokalen einen geschützten Rahmen, um zu wachsen und neue Geschäftsmodelle zu erproben.

3. SOZIALE PLATTFORMEN ÖFFNEN (Z.B. FEDIVERSE)

- **Was:** Förderung interoperabler, dezentraler Plattformansätze (z. B. Mastodon), die jenseits von Big-Tech-Dominanz funktionieren.
- **Wichtig, weil** Big-Tech-Plattformen den Diskurs dominieren, Gemeinwohlinteressen in dieser Gemengelage in der Regel zweitrangig erscheinen und dies die Meinungsvielfalt gefährdet.
- **Wie:** DMStV oder BMJ-Gesetzgebung schafft Interoperabilitätspflichten, Reform des Leistungsschutzrechts, um Alternativen finanziell und strukturell zu stärken.
- **Pro-Argument:** Gemeinwohlorientierte Plattformen können so eine kritische Masse an User:innen erreichen und echte diskursive Vielfalt bieten (Beispiel: Frankreich fördert Mastodon-Instanzen für staatliche Kommunikation als Pilot).

4. RECHTLICHE VERANKERUNG DER GEMEINNÜTZIGKEIT

- **Was:** Journalismus in die Abgabenordnung aufnehmen oder einen Anwendungserlass beschließen, damit gemeinnützige Angebote steuerliche Vorteile erhalten und ihr journalistischer Zweck nachhaltig gestärkt wird.
- **Wichtig, weil** gemeinwohlorientierter und gemeinnütziger Journalismus nicht vom Goodwill einzelner Finanzämter abhängen darf.
- **Wie:** § 52 AO um „Förderung des Journalismus“ erweitern, Gesetzesentwurf NRW von 2019 als Grundlage. Unabhängige Prüfungsgremien sichern Klarheit bei der Vergabe.
- **Pro-Argument:** Schafft Planungssicherheit, steigert die Attraktivität von Neugründungen und NGO-Projekten.



„Ich setze mich für resilienten Journalismus ein, weil er das Fundament für eine informierte Gesellschaft ist. In einer Zeit, in der oberflächliche Informationen unser Denken prägen, müssen wir das handwerkliche Wissen und die Integrität des Journalismus bewahren. Mein Appell an die neue Bundesregierung: Wir müssen gemeinsam daran arbeiten, den Journalismus resilienter zu machen.“

GLORIA HUPPERT, JOURNALISTIN UND KOMMUNIKATIONSEXPERTIN



5. WEITERBILDUNG & GRÜNDERMENTALITÄT STÄRKEN

- **Was:** Gründungsberatung für Journalist:innen, spezielle Weiterbildungen, Best-Practice-Datenbanken, Business-Coaching.
- **Wichtig, weil** nur 3 % der journalistischen Gründer:innen in Deutschland über 40 Jahren ein Startup wagen; Mangel an Business-Know-how.
- **Wie:** Gründungsfibel, Resilienz-Trainings, Förderprogramme (BMWK) + Kooperation mit Hochschulen (Pilot: „Media-Start-up-Incubator“) sowie die Ausrichtung von „Journalistischen Resilienzkonferenzen“.
- **Pro-Argument:** Höhere Vielfalt und mehr Innovationskraft im Mediensektor, gezielte Unterstützung auch für Spätgründende und Menschen mit Migrationshintergrund.

6. FÖRDERUNG EINER GEMEINWOHLÖKONOMIE FÜR JOURNALISMUS

- **Was:** Aufnahme von Journalismus als gemeinnütziger Zweck in die Abgabenordnung
- **Wichtig, weil** konsequent gemeinwohlorientierter Journalismus wichtige Innovationsimpulse geben und die demokratische Grundordnung nachhaltig stärken kann.
- **Wie:** Rechtssicherheit für gemeinnützigen Journalismus schaffen; Ausbau der Kooperation zwischen Stiftungen, Staat und privaten Initiativen (z. B. in Form von Matching-Funds).
- **Pro-Argument:** Neue Anreizsysteme für etablierte Medienunternehmen, auf gemeinwohlorientierte Geschäftsmodelle umzustellen. Impulse für journalistische Gründungen ohne kommerziellen Druck. Anreize für das Stiftungswesen für längere Förderzeiträume (5–7 Jahre), um das „Valley of Death“ nach der Gründungsphase zu überbrücken

7. KI-RESILIENZ STÄRKEN

- **Was:** Transparenz- und Kennzeichnungspflichten bei KI-generierten Inhalten.
- **Wichtig, weil** die zügellose Marktmacht einzelner Tech-Konzerne eingeschränkt wird und dadurch gezielt europäische Open-Source-KI-Systeme gefördert werden können.
- **Wie:** Schaffung eines **KI-Gütesiegels**, das Qualitäts- und Ethikstandards prüft.
- **Pro-Argument:** Prüfung der Algorithmen, Vorgaben zur Sicherung der Meinungsvielfalt.

8. MEDIENKOMPETENZ-OFFENSIVEN

- **Was:** Medienvertrauen nachhaltig aufbauen durch breite Kampagnen wie #denknach, um Bürger:innen für Desinformation und Qualitätsjournalismus zu sensibilisieren („Kann das wirklich stimmen?“).
- **Wichtig, weil** ohne Vertrauen in unabhängige Informationsquellen der demokratische Diskurs zu zerfallen droht.
- **Wie:** Transparenz-Offensive und Ausbau von Formaten zur kritischen Mediennutzung in Schulen, Volkshochschulen und Online-Kursen mit Schwerpunkt Publikumsdialog.
- **Pro-Argument:** Erheblicher Reputationsgewinn für journalistische Medien in Abgrenzung zu Influencertum, Fake News und „Bürgerjournalismus“.

Die vorgestellten Forderungen und Empfehlungen bilden ein Maßnahmenbündel, das auf alle Ebenen der Medienlandschaft zielt – von der lokalen Gründungsszene über bundesweite Presseförderungen bis hin zu dezentralisierten Plattformansätzen wie dem Fediverse. Zudem: Nur wenn Gemeinnützigkeit rechtlich abgesichert und neuen Medienformaten genügend Raum gegeben wird, wenn Förderstrukturen angepasst und KI-Anwendungen transparent gestaltet werden, kann der Journalismus als unverzichtbare Säule der Demokratie langfristig stabilisiert werden.

„Künstliche Intelligenz kann uns dabei helfen, schneller zu arbeiten, aber emotionale Intelligenz lässt uns tiefer verstehen. Künstliche Intelligenz kann Fakten liefern, Inklusion kann Perspektiven aufzeigen. Wie wir über Menschen sprechen, schreiben und lesen, entscheidet, ob wir Mauern oder Brücken bauen.“

– MAGDALENA ROGL, AUTORIN & AKTIVISTIN, DIVERSITY & INCLUSION LEAD BEI MICROSOFT



D. KONKRETER HANDLUNGSRAHMEN

ZUSTÄNDIGKEITEN DER MINISTERIEN

Die Verantwortung für eine werte- und gemeinwohlorientierte Medienordnung liegt bei einer Vielzahl politischer Akteure: Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), das Bundesministerium der Finanzen (BMF), das Bundesministerium der Justiz (BMJ), das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK), die Landesmedienanstalten sowie die Rundfunkkommission der Länder sollten die vorliegenden Vorschläge rasch aufgreifen und in laufende Gesetzesinitiativen wie den Digitalen Medienstaatsvertrag (DMStV) und die Reform der Abgabenordnung (AO) integrieren.

Eine zukunftsfähige Medienlandschaft erfordert somit koordinierte Maßnahmen auf politischer Ebene. Verschiedene Ministerien und staatliche Einrichtungen sowie Medien- und Presseverbände müssen gezielt zusammenarbeiten, um Journalismus nachhaltig zu stärken, rechtliche Unsicherheiten zu beseitigen und wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu verbessern.

Die hier genannten Vorschläge richten sich nach den uns bekannten Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten der jeweiligen Ministerien und Kommissionen:

1. ANERKENNUNG & SICHTBARKEIT

(BKM – Beauftragte für Kultur und Medien)

- a. Start einer bundesweiten Kampagne (z.B. „Demokratie braucht starken Journalismus“), um die gesellschaftliche Bedeutung unabhängiger Medien hervorzuheben.
- b. Zuschüsse für NGO-Netzwerke und Medieninnovationswettbewerbe, die gemeinwohlorientierte Projekte fördern.

2. BERATUNG & GRÜNDUNGSFÖRDERUNG

(BMWK – Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz)

- a. Finanzielle Unterstützung für Medienstartups durch gezielte Gründungsprogramme und Innovationsförderungen im Bereich KI und digitaler Journalismus.
- b. Ausbau von staatlich unabhängigen Inkubator-Programmen, um journalistische Gründer:innen mit wirtschaftlichem Know-how und technologischer Infrastruktur zu unterstützen.

3. STEUERLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

(BMF – Bundesministerium der Finanzen)

- a. Reform der Abgabenordnung (AO) zur expliziten Anerkennung des gemeinnützigen Journalismus, um steuerliche Vorteile und nachhaltige Finanzierungswege zu ermöglichen.
- b. Einführung einer Nullprozent-Finanzierung für gemeinnützige Medienprojekte sowie eines Innovationsfonds für journalistische Start-ups.
- c. Reduzierte Mehrwertsteuer für Presseprodukte und digitale journalistische Gründungen, um finanzielle Hürden für neue Medienmodelle zu senken.

4. FINANZIELLE FÖRDERUNG

(BMF & Landeshaushalte)

- a. Einrichtung eines neuen Pressefonds, der gezielt langfristige Investitionen in investigative und lokale Formate und einschlägige Bildungsangebote ermöglicht.
- b. Einführung von Langzeit-Stipendien für investigative Journalist:innen und Projekte, um nachhaltige Berichterstattung abseits von Marktdruck zu gewährleisten.

5. RECHTLICHER STATUS

(BMF, Bundestag)

- a. AO-Reform, um Journalismus rechtlich als gemeinnützig anzuerkennen und die Abhängigkeit von individuellen Finanzamtsentscheidungen zu beenden.
- b. Schaffung klarer rechtlicher Rahmenbedingungen für unabhängige, gemeinwohlorientierte Medien, die alternative Finanzierungsmodelle absichern.

6. PLATTFORMREGULIERUNG & DIGITALE INFRASTRUKTUR

(BMJ – Bundesministerium der Justiz, Bundesministerium für Digitales und Staatsmodernisierung)

- a. Stärkung des Leistungsschutzrechts, um faire Vergütungen für journalistische Inhalte auf digitalen Plattformen sicherzustellen.
- b. Einführung von Interoperabilitätsvorgaben, um Marktdominanz einzelner Plattformen zu begrenzen und unabhängige Alternativen wie gemeinwohlorientierte soziale Netzwerke zu fördern.
- c. Anti-Manipulationsmaßnahmen zur Bekämpfung von Fake News, Deepfakes und algorithmischer Desinformation.
- d. Konsequente Umsetzung der EU-Regularien (DSA, DMA) im Sinne eines pluralistischen und demokratisch regulierten digitalen Raums.
- e. Rechtliche Vorgabe, mit öffentlichen Mitteln finanzierte Inhalte zumindest auch auf offenen Plattformen zu veröffentlichen.
- f. Finanzielle Förderung der Erprobung und Weiterentwicklung von Netzwerken auf Basis offener Standards.

Diese Maßnahmen sind essenziell, um die Zukunft eines unabhängigen und integren Journalismus in Deutschland zu sichern, wirtschaftlich tragfähige Modelle zu ermöglichen und den digitalen Raum gemeinwohlorientiert zu gestalten. Jetzt ist politisches Handeln gefragt.



E. JOURNALISMUS 2029

ROADMAP FÜR DIE NEUE BUNDESREGIERUNG

Um eine resiliente, vielfältige und zukunftsfähige Medienlandschaft zu sichern, braucht es klare Etappenziele im Sinne von Erfolgskennzahlen (Key Performance Indicators = KPIs). Die folgende Roadmap zeigt die zentralen Meilensteine für eine nachhaltige Stärkung des Journalismus bis 2029.

● KURZFRISTIGE ZIELE (2025–2026)

Strukturelle Absicherung und erste Fördermaßnahmen

- Reform der Abgabenordnung (AO): Journalismus wird als gemeinnützig anerkannt, steuerliche Vorteile für journalistische Start-ups und gemeinwohlorientierte Medienprojekte.
- Start eines staatlichen Förderfonds zur nachhaltigen Unterstützung von Qualitätsjournalismus, insbesondere für investigative und lokale Formate.
- Aufbau erster regionaler Innovationszentren und Gründer:innen-Hubs zur Förderung journalistischer Start-ups und neuer Medienmodelle.
- Förderung von Innovationszentren für journalistische Pilotprojekte sowie Einrichtung von staatlich geförderten „Journalist-in-Residence-Programmen“ und „Resilienzkonferenzen“ für Journalist:innen an Dritten Orten.
- Festlegung der Eckpunkte des Digitalen Medienstaatsvertrags (DMStV) mit verbindlichen Regeln für Plattformregulierung, Interoperabilität, Förderung von Netzwerken auf Basis offener Standards und Medienvielfalt.

● MITTELFRISTIGE ZIELE (2027–2028)

Technologische und wirtschaftliche Weichenstellungen

- Einführung von KI-Gütesiegeln und Ethik-Standards für den Einsatz von künstlicher Intelligenz im Journalismus, um Transparenz und Glaubwürdigkeit zu sichern.
- Kartellrechtliche Initiativen zur Regulierung von Big Tech, um faire Wettbewerbsbedingungen für unabhängige Medien zu schaffen.
- Skalierung von Alternativen Plattformen, z. B. im Fediverse: Gemeinwohlorientierte, dezentrale Plattformen als Alternative zu dominanten Social-Media-Konzernen.
- Ausbau der Lokaljournalismus-Stiftungsförderung: Einführung langfristiger Förderzeiträume, um strukturelle Schwächen des Lokaljournalismus nachhaltig zu beheben.

● LANGFRISTIGE ZIELE (BIS 2029)

Resiliente und gemeinwohlorientierte Medienlandschaft

- Etablierung einer divers finanzierten, gemeinwohlorientierten Medienlandschaft, die sich durch eine Mischung aus staatlicher Förderung, Stiftungsgeldern, Crowdfunding und Mitgliedsmodellen trägt.
- Deutlich gestärkte lokale Berichterstattung: Mehr investigative Formate, Verhinderung von Nachrichtenwüsten (News Deserts).
- Strukturelle und finanzielle Resilienz des Journalismus: Nachhaltige Finanzierungsmodelle und widerstandsfähige Redaktionen sichern die Unabhängigkeit im digitalen Wandel.
- Europäische Souveränität bei KI-Modellen: Entwicklung gemeinwohlorientierter KI-Systeme, die Transparenz und Ethik im Medienbereich garantieren.
- Breit verankerte Medienkompetenz in der Bevölkerung: Aufklärung über Desinformation, Algorithmus-Wissen und kritischer Umgang mit digitalen Nachrichten.

Bis 2029 soll eine Medienlandschaft entstehen, die unabhängig, innovativ und resilient ist – mit einer starken lokalen Berichterstattung, gemeinwohlorientierten Finanzierungsmodellen und einer Regulierung großer Plattformen. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen politische und gesellschaftliche Akteure jetzt die Weichen stellen und in den Dialog treten – für eine resiliente Informationsgesellschaft.



„Redaktionen müssen gezielt bei der KI-Weiterbildung unterstützt werden, um Desinformation zu erkennen, Fakten zu verifizieren und verantwortungsvoll zu handeln. Nur so können Medien ihrer Aufklärungspflicht gerecht werden. Mein Appell an die Bundesregierung: Um die Medienvielfalt im KI-Zeitalter zu sichern, müssen klare Rahmenbedingungen geschaffen werden. Der AI Act gibt uns die Richtung vor, doch ohne konsequente Umsetzung bleibt er wirkungslos.“

– CHRISTIAN SIEH, JOURNALIST UND KI-TRAINER

F. HINTERGRUND

NON-PROFIT-JOURNALISMUS IN DEUTSCHLAND, NORDAMERIKA UND GROSSBRITANNIEN



DEUTSCHLAND: FEHLENDE RECHTSSICHERHEIT, UNSICHERE PERSPEKTIVEN

Finanzierung und Marktlogik: privatwirtschaftlich vs. gemeinnützig

Privat finanzierter Journalismus: Klassische Medienhäuser finanzieren sich vor allem durch Verkaufserlöse, Anzeigen und Abonnements. Sie agieren gewinnorientiert und stehen in Konkurrenz um Reichweite und Werbeeinnahmen. Sinkende Auflagen und wegbrechende Werbeerlöse setzen dieses Modell jedoch massiv unter Druck. Immer häufiger versuchen Verlage, digitale Bezahlschranken (Paywalls) einzuführen – doch die Erlöse aus neuen digitalen Vertriebsmodellen wachsen bestenfalls langsam und konnten die Rückgänge der traditionellen Vertriebswege nur unzureichend kompensieren. Gerade im Lokal- und Regionaljournalismus werden Redaktionen zusammengelegt oder gleich ganz geschlossen, weil ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit schwindet. Die Folge: Die Medienvielfalt leidet, wenn Nachrichtenangebote sich primär an kommerziellen Erfolgskriterien orientieren müssen.

Gemeinnütziger Journalismus: Non-Profit-Medien finanzieren sich überwiegend durch **Spenden, Stiftungszuschüsse** oder projektbezogene Fördermittel, teils auch Mitgliedsbeiträge. Da ihre Organisation **nicht gewinnorientiert** ist, können sie Inhalte oft **kostenfrei zugänglich** machen. So veröffentlicht das Recherchezentrum CORRECTIV alle seine Artikel ohne Bezahlschranke oder Werbung, um **allen Nutzer:innen freien Zugang zu verlässlichen Informationen** zu ermöglichen (vgl. correctiv.org). Gemeinnützige Redaktionen orientieren sich an einem **gesellschaftlichen Auftrag**: Sie wollen Missstände aufdecken, Wissen vermitteln und zur Meinungsbildung beitragen, ohne primär auf kommerziellen Erfolg zu zielen. Ihre Themenwahl folgt oft dem Gemeinwohl – sie berichten über unterrepräsentierte oder investigative Themen, selbst wenn diese kein Massenpublikum garantieren. Während private Medien also Marktlogiken wie Renditedruck und Wettbewerbsfähigkeit unterlegen sind, zählt bei Non-Profit-Medien die Erfüllung eines demokratischen Informationsauftrags und langfristige Vertrauensbildung bei der Öffentlichkeit.



Dieser **unterschiedliche Fokus** spiegelt sich auch organisatorisch wider: Private Verlage sind kommerzielle Unternehmen, wohingegen gemeinnützige Projekte häufig als Vereine oder gemeinwohlorientierte Unternehmensformen organisiert sind und daher steuerbegünstigt arbeiten können (sofern als gemeinnützig anerkannt). Insgesamt sind Non-Profit-Newsrooms in gewissem Maße frei von den Kriterien, an denen sich profitorientierte Medien ausrichten müssen – was ihnen mehr **Unabhängigkeit von Quoten, Anzeigenkunden oder Shareholder-Interessen** verschafft. Allerdings operieren sie meist mit begrenzten Mitteln und müssen ihr Bestehen durch fortlaufende Förderungen und Spenden sichern, da Journalismus in **Deutschland bislang kein anerkannter gemeinnütziger Zweck** ist und entsprechende Projekte sich mit Zwischenlösungen behelfen müssen (vgl. npj.news).

Befürchtungen privater Medienhäuser gegenüber Non-Profit-Journalismus

Traditionelle Verlage und Medienverbände sehen die wachsende gemeinnützige Medienlandschaft teils mit Skepsis. Eine zentrale Sorge ist die **ungleiche Wettbewerbsbedingung**: Gemeinnützige Medien genießen steuerliche Vorteile und können Spenden einwerben, die für gewinnorientierte Häuser nicht verfügbar sind. Diese **finanzielle Bevorteilung** könnte Non-Profit-Angebote gegenüber kommerziellen stärken. Verlagsvertreter:innen warnen daher vor einer möglichen **Wettbewerbsverzerrung**, falls Ressourcen (wie Fördergelder oder Spenden) verstärkt an gemeinnützige statt an kommerzielle Angebote abfließen (vgl. npj.news). Der Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) kritisiert die Etablierung eines „**Zwei-Klassen-Journalismus**“: Hier der marktorientierte Journalismus, dort in staatlich anerkannter Gemeinnützigkeit – allein diese Unterscheidung sei eine Diskriminierung der privaten Presse (vgl. Kramp/Weichert 2023: Whitepaper Non-Profit-Journalismus). Befürchtet wird, dass durch einen formalen Gemeinnützigkeitsstatus journalistische Projekte mit einem **positiven Gütesiegel** versehen würden, hinter dem unter Umständen interessengeleitete Geldgeber:innen stehen.

So warnt der BDZV, **Unternehmen oder Lobbygruppen** könnten sich genehme Medienangebote aufbauen – begünstigt durch Steuererleichterungen und den prestigeträchtigen Label „gemeinnützig“. Auch wird auf mögliche **Abhängigkeitsverhältnisse** hingewiesen: Non-Profit-Redaktionen könnten durch Großspender oder staatliche Förderungen indirekt beeinflusst werden (vgl. npj.news). „Spendenfinanzierter Journalismus ist kein Garant für journalistische Unabhängigkeit“, betonte etwa Christian DuMont Schütte vom Zeitungsverlegerverband NRW (vgl. bdzv.de). Kritiker:innen unter den Privatmedien fürchten, dass die Finanzierung über Stiftungen oder Spenden neue **Einfallstore für Lobbyismus** öffnet, wenn nicht völlige Transparenz und Staatsferne gewährleistet sind. Zudem beklagen Verlage, die selbst in digitalen Journalismus investieren, eine **ungleiche Lastenverteilung**: Staatliche Förderung gemeinnütziger Projekte wäre für sie „eine weitere Belastung auf dem Weg zu neuen Geschäftsmodellen“ (vgl. bdzv.de).

Manche Stimmen – etwa in Kommentaren der **FAZ** – gehen noch weiter und sehen in in Plänen, gemeinnützigen Journalismus anzuerkennen, eine Benachteiligung der „**freien Presse**“ insgesamt (vgl. faz.net). Sie argwöhnen, die frühere Ampel-Regierung habe ein Herz nur für **staatlich begünstigten Journalismus**, während für privatwirtschaftliche Medienhäuser keine Unterstützung vorgesehen sei. In diesen Szenarien schwingt die **medienethische Sorge** mit, dass durch staatliche oder gemeinnützige Finanzierung ein Journalismus entsteht, der womöglich **staatsnah** agiert oder zumindest vom Publikum so wahrgenommen wird (vgl. faz.net). Insgesamt zeichnen private Medienhäuser in der Debatte also das Bild eines potenziell verzerrten Marktes: Gemeinnützige Angebote könnten mit Steuervorteilen und Subventionen einen Vorteil erlangen, der die wirtschaftlich arbeitende Presse unter Druck setzt, zugleich bestehen Bedenken hinsichtlich der **Unabhängigkeit und fairen Konkurrenz** in einem dualen Mediensystem (vgl. welt.de; npj.news).

Gemeinnützigkeit als Ergänzung – keine Konkurrenz zur Privatpresse

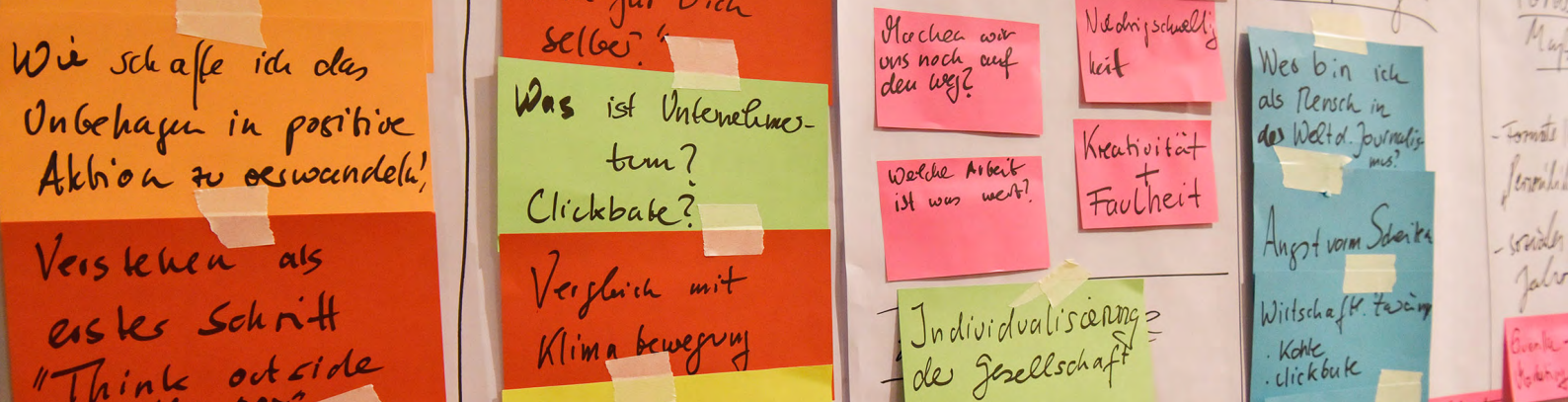
Befürworter:innen des Non-Profit-Journalismus halten dem entgegen, dass gemeinnützige Angebote **Lücken füllen**, die unter angespannten Marktbedingungen entstehen. Sie argumentieren, dass **Medienvielfalt und demokratischer Diskurs** gestärkt werden, wenn sich neben privatwirtschaftlichen und öffentlich-rechtlichen Medienangeboten auch spendenfinanzierte Projekte entwickeln. Tatsächlich sind **nicht-kommerzielle Medienangebote wie Correctiv, Investigate Europe oder Katapult inzwischen ein fester Bestandteil der pluralistischen Medienlandschaft**, „neben öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Printmedien“, wie Reporter ohne Grenzen feststellt (vgl. reporter-ohne-grenzen.de). Diese zusätzlichen Stimmen begreifen sich als **Ergänzung**, nicht als Ersatz, des traditionellen Journalismus.

Gemeinnützige Medien widmen sich häufig den Hintergründen komplexer und daher auch komplizierter Themen von hoher gesellschaftlicher Relevanz – Korruption, Klima, Soziales –, die in der breiten Berichterstattung bisweilen **unterbelichtet** bleiben, weil sie zeitaufwendig sind und nicht immer hohe Reichweiten versprechen (vgl. npj.news). Indem Fördermodelle solche spezialisierten Projekte ermöglichen, steigt die **Vielfalt an Perspektiven und Inhalten** im Mediensystem. Die Gemeinnützigkeit eröffnet Freiräume, um investigativ zu recherchieren oder innovativ zu berichten, **ohne Renditedruck** – was letztlich der Qualität des Journalismus zugutekommen kann. Befürworter:innen betonen auch die **Unabhängigkeit von kommerziellen Einflüssen**: Da Non-Profit-Redaktionen keine Gewinne ausschütten dürfen, wenn sie ihre Gemeinnützigkeit nicht gefährden wollen, können sie strikter nach journalistischen Kriterien entscheiden und sind weniger auf Gefälligkeit gegenüber Großanzeigekund:innen angewiesen (vgl. npj.news).



„Gerade jetzt brauchen wir einen resilienten Journalismus, der sich gegen Desinformation, politische Einflussnahme und wirtschaftlichen Druck behaupten kann. Mein Appell an die Bundesregierung: Unterstützt diesen Journalismus aktiv – durch Förderprogramme, klare gesetzliche Rahmenbedingungen und den Schutz gemeinwohlorientierter und unabhängiger Medien!“

STEFAN MÜLLER, JOURNALIST UND KI-EXPERTE



Statt als Konkurrenzprodukte sehen sie sich als **Partner:innen im Dienst der Öffentlichkeit**. So formulierte es das Forum Gemeinnütziger Journalismus – ein Zusammenschluss von Verbänden, gemeinwohlorientierten Redaktionen und Nichtregierungsorganisationen (u.a. DJV, dju, Netzwerk Recherche) – sinngemäß: Gemeinnützige Medienangebote wollen **die demokratische Informationsgrundlage verbreitern**, nicht die private Presse verdrängen (vgl. journal-nrw.de). Unterstützt wird das durch Studien: Die Forschung und Stiftungsarbeit verweisen darauf, dass die rein marktwirtschaftliche Finanzierung von Journalismus an Grenzen stößt und **neue Modelle überfällig** sind (vgl. digitale-resilienz.org). „Demokratie braucht unabhängigen Journalismus“, mahnt etwa Jupp Legrand, ehemaliger Geschäftsführer der Otto Brenner Stiftung, doch die Realität zeige, dass hochwertige Inhalte immer weniger wirtschaftlich tragfähig sind: Explodierende Kosten, wegbrechende Werbeeinnahmen und nur langsam zunehmende Paywall-Erträge gefährden die geschäftliche Basis des Journalismus und damit die Versorgung der Öffentlichkeit mit verlässlichen Informationen (vgl. Kramp/Weichert 2023: Whitepaper Non-Profit-Journalismus).

Gemeinnützige Finanzierung verstehen Befürworter:innen daher als **Absicherung des öffentlichen Guts Information**, nicht als Wettbewerbsverzerrung. Sie argumentieren, **Journalismus im Gemeinwohlinteresse** solle ähnlich wie Bildung oder Kultur als förderwürdiger Bereich gelten, weil eine **informierte Öffentlichkeit** letztlich der ganzen Gesellschaft nützt (vgl. npj.news). Wichtig sei dabei, so die Argumentation, klare Regeln für **Transparenz, Staatsferne und professionelle Standards** zu setzen – Prinzipien, die ohnehin für alle Qualitätsmedien gelten. Dann könne **gemeinnütziger Journalismus die Medienlandschaft konstruktiv ergänzen**, ohne zur verzerrenden „zweiten Klasse“ zu werden. Schließlich bleibt das Non-Profit-Segment gemessen an der Gesamtbranche relativ klein und spezialisiert: Schon jetzt ist das Fördervolumen begrenzt, und ob durch eine Gesetzesänderung deutlich mehr Projekte entstehen, ist unsicher (vgl. Kramp/Weichert 2023: Whitepaper Non-Profit-Journalismus). Die Verdrängung etablierter Angebote ist also unwahrscheinlich. Im Gegenteil – viele Non-Profit-Redaktionen suchen aktiv den Schulterschluss mit etablierten Medien, um gemeinsam die Öffentlichkeit besser zu informieren (vgl. welt.de).

Chancen für privatwirtschaftliche Medien: Kooperation, Innovation, Nachwuchs
Anstatt als Bedrohung können gemeinnützige Journalismusprojekte für private Medienhäuser auch als **wertvolle Impulsgeber:innen verstanden werden** gelten. Ein zentrales Stichwort ist **Kooperation**. Non-Profit-Redaktionen sind häufig offen für Zusammenarbeit – lokal wie international – und bringen Akteur:innen an einen Tisch, die früher kaum zusammenarbeiteten. Durch **Recherche-Kollaborationen** lassen sich aufwendige investigative Projekte stemmen, die einzelne Redaktionen allein personell oder finanziell überfordern würden.



„Gerade jetzt, in Zeiten von KI, solltest du dich im Netz immer fragen: Kann das wirklich stimmen?“

JOCHEN MARKETT, JOURNALISMUSUNTERNEHMER

So stellt etwa Correctiv seine Investigativ-Recherchen anderen Medien kostenlos zur Verfügung oder erarbeitet sie direkt **gemeinsam mit anderen Redaktionen**. Auf diese Weise entstehen etwa umfangreiche Enthüllungen, die dann zeitgleich in großen Tageszeitungen, Magazinen, Onlineportalen, Radio und TV erscheinen und ein breiteres Publikum erreichen, als es einem einzelnen Medium möglich wäre. Diese **Netzwerkstrategie** hat bereits zu Kooperationen mit renommierten Verlagshäusern geführt – in den vergangenen Jahren arbeitete Correctiv unter anderem mit Die Zeit, Der Spiegel, Stern, FAZ, t-online und das ZDF zusammen (vgl. correctiv.org).

Private Medien profitieren in solchen Fällen von der zusätzlichen **Recherchekapazität, Expertise und Reichweite** der Non-Profit-Redaktionen, ohne ihre eigene Unabhängigkeit zu gefährden. Ein praktisches Beispiel ist die Kooperation zahlreicher kostenloser Wochenzeitungen mit Correctiv bei **Faktenchecks**: Gemeinsam wollen sie Desinformation gerade in Krisenzeiten entgegenwirken. In den Anzeigenblättern des BVDA (Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen) erscheint regelmäßig ein von Correctiv recherchierter Faktencheck – die lokalen Verlage erhöhen damit die Glaubwürdigkeit und Relevanz ihrer Blätter, während Correctiv seine Aufklärung einer breiteren Leser:innenschaft zugänglich machen kann (vgl. bvda.de). Solche Partnerschaften zeigen, dass **gemeinnütziger Journalismus Lücken füllen und gleichzeitig die Arbeit kommerzieller Medien unterstützen kann**, z.B. durch geprüfte Inhalte oder Datenrecherchen.

Darüber hinaus gehen von Non-Profit-Medien **Innovationsimpulse** aus. Da sie nicht strikt an traditionelle Geschäftsmodelle gebunden sind, experimentieren sie oft mit **neuen Formaten und Methoden**. Beispielsweise entwickeln sie interaktive Storytelling-Formate (bis hin zu „Newsgames“), nutzen Crowdsourcing-Plattformen für Bürgerrecherchen oder veranstalten Events, um mit dem Publikum in Dialog zu treten. Diese Innovationsfreude kann auch kommerzielle Häuser inspirieren, neue Wege in der Nutzerbeteiligung oder digitalen Berichterstattung zu gehen. **Die Offenheit der Non-Profit-Szene für Technologie und Kollaboration** – etwa gemeinsame Datenprojekte oder plattformübergreifende Veröffentlichungen – treibt den gesamten Sektor voran. Nicht selten werden erfolgreiche Ansätze aus gemeinnützigen Projekten später von etablierten Medien adaptiert. Beispielsweise hat Correctiv mit dem CrowdNewsroom ein Tool etabliert, das Bürger und Journalist:inn gemeinsam recherchieren lässt (vgl. correctiv.org). Solche Modelle der Publikumsbeteiligung und Transparenz schaffen neue Formen des Vertrauens und könnten Vorbild für klassische Redaktionen sein, um die Bindung an ihre Leser:innenschaft zu stärken.

So entstehen **Wissens- und Ideentransfers**, von denen alle Seiten profitieren können. Letztlich teilen gemeinnützige und privatwirtschaftliche Medien das gleiche Ziel: eine informierte Öffentlichkeit. Die aktuelle Debatte in Deutschland hat genau dies zum Tenor: Gemeinnütziger Journalismus wird zunehmend als **ergänzende Säule** im Mediensystem verstanden – mit eigenen Stärken, die auch den übrigen Medien zugutekommen können, von investigativen Kooperationen bis hin zu kreativen Impulsen und talentierterem Nachwuchs.



Aktuelle medienpolitische Debatte und Ausblick

In Deutschland wird das Spannungsfeld zwischen privatwirtschaftlicher und gemeinnütziger Presse derzeit intensiv diskutiert – auf politischer, juristischer und branchenspezifischer Ebene. Die Ampel-Koalition hatte 2021 versprochen, **Rechtssicherheit für gemeinnützigen Journalismus** zu schaffen. Konkret ging es darum, Journalismus als gemeinnützigen Zweck in die Abgabenordnung aufzunehmen, damit spendenfinanzierte Medien dieselben steuerlichen Vorteile genießen wie z.B. gemeinnützige Bildungs- oder Kulturinstitutionen. Bisher mussten Projekte auf Umwege (etwa Bildungszwecke) ausweichen, um vom Finanzamt als gemeinnützig anerkannt zu werden (vgl. npj.news). Im Sommer 2023 und 2024 gewann die Debatte an Fahrt, doch fanden Maßnahmenpakete wie ein Anwendungserlass, dass Finanzämter Non-Profit-Journalismus künftig als Förderung der Bildung einstufen können, keine Umsetzung (vgl. journal-nrw.de). Das Forum Gemeinnütziger Journalismus und Organisationen wie Reporter ohne Grenzen fordern allerdings weiterhin eine klare gesetzliche Verankerung, damit **alle Finanzämter einheitlich und dauerhaft Journalismus bei entsprechenden Voraussetzungen als gemeinnützig anerkennen** (vgl. reporter-ohne-grenzen.de; journal-nrw.de).

Verbände wie der **DJV** und die **dju (ver.di)** haben sich auf die Seite der Non-Profit-Initiativen gestellt und begleiten die Entwicklung konstruktiv. Auch Stiftungen (z.B. Rudolf-Augstein-Stiftung, Schwingenstein-Stiftung, Otto-Brenner-Stiftung) fördern entsprechende Projekte und unterstreichen, dass **gemeinnütziger Journalismus ein wichtiger Baustein für die strukturelle Absicherung professioneller Berichterstattung in Deutschland sein kann**, sofern die Rahmenbedingungen stimmen (vgl. npj.news).



Fazit

Das Verhältnis zwischen kommerzieller Presse und gemeinnützigen Medien in Deutschland ist von Spannungen, aber auch von **gegenseitiger Abhängigkeit** geprägt. Wirtschaftlich stehen traditionelle Medien vor der Herausforderung, sich in einem kriselnden Markt zu behaupten – während Non-Profit-Medien nach nachhaltiger Finanzierung und rechtlicher Anerkennung streben. Medienethisch geht es darum, **Pluralismus und Qualitätsjournalismus** zu sichern, ohne die freie Presse in ihrer Wettbewerbsfähigkeit zu untergraben. Die Debatte zeigt, dass **beide Bereiche einander brauchen**: Gemeinnützige Projekte bereichern die Medienlandschaft durch Vielfalt, investigativen Eifer und innovative Ansätze, während privatwirtschaftliche Medien breite Reichweiten, Professionalität und etablierte Strukturen einbringen. Wenn es gelingt, faire Rahmenbedingungen zu schaffen und Kooperationsmöglichkeiten zu nutzen, kann gemeinnütziger Journalismus als **ergänzende Stütze** fungieren – zum Wohle der Demokratie und ohne die privatwirtschaftliche Presse zu bedrängen. Die aktuellen Initiativen zur Anerkennung der Gemeinnützigkeit zielen genau darauf ab: **Ergänzung statt Konkurrenz**, damit unabhängiger Journalismus in all seinen Formen eine Zukunft hat.

USA: NON-PROFIT ALS STARKER DRITTER MEDIENSEKTOR



Überblick: In den USA ist ein ausgeprägter Non-Profit-Journalismus-Sektor entstanden. Insbesondere seit der Finanzkrise 2008 hat sich die Zahl gemeinnütziger Newsrooms stark erhöht. Rund 200 bis 230 Non-Profit-Newsrooms erzielen zusammen mehrere hundert Millionen US-Dollar Jahresumsatz (vgl. niemanlab.org). Diese Organisationen konzentrieren sich oft auf investigativen **Qualitätsjournalismus** und lokale Berichterstattung, um Lücken zu füllen, die kommerzielle Medien aus wirtschaftlicher Not oder zur Erreichung gewinnorientierter Ziele hinterlassen. Insgesamt beschäftigen Non-Profit-Newsrooms in den USA Tausende von Mitarbeitenden (vgl. niemanlab.org).



Wichtige Organisationen: Zu den bekanntesten gemeinnützigen Medien zählen ProPublica, das Center for Investigative Reporting und die Texas Tribune. ProPublica wurde 2008 als investigatives Newsroom gegründet und durch eine großzügige Stiftungsspende ermöglicht (ca. 10 Mio. US-Dollar Jahresbudget durch die Sandler Foundation) (vgl. cjr.org). Weitere Beispiele sind das Center for Public Integrity, The Marshall Project (Fokus auf Justiz) oder lokale Non-Profit-Portale wie Voice of San Diego und MinnPost. Über 200 solcher Outlets sind im Verband **Institute for Nonprofit News (INN)** organisiert, der Erfahrungsaustausch und Standards fördert.



Finanzierungsquellen: Non-Profit-Medien in den USA stützen sich in der Regel auf **philanthropische Förderung** und Community-Unterstützung. Einen Großteil der Budgets stellen private **Stiftungen** bereit – rund 60 % der US-Non-Profit-Newsrooms beziehen mindestens die Hälfte ihres Budgets aus Stiftungszuwendungen (vgl. donorbox.org). Große Stiftungen (z. B. Ford Foundation, Knight Foundation, MacArthur Foundation) haben seit 2009 massiv in Journalismus investiert; die Ford Foundation allein steuerte über 271 Mio. US-Dollar bei (vgl. pressgazette.co.uk). Daneben spielen **Kleinspenden und Mitgliedschaften** eine wachsende Rolle: Viele Organisationen werben regelmäßige Spenden ihrer Nutzer:innen ein (ähnlich einem Mitgliedschaftsmodell). So stiegen die Einnahmen durch individuelle Spenden zwischen 2018 und 2021 um über 50 % (vgl. pressgazette.co.uk). Einige Non-Profit-Redaktionen erzielen zudem **Einnahmen durch Veranstaltungen, Kooperationen oder Inhalte-Lizenzen**, doch bleiben Spenden und Förderprogramme die Hauptpfeiler. Anders als in Europa gibt es in den USA **kaum direkte staatliche Presseförderung**, was den hohen Stellenwert privater Philanthropie erklärt.



„Der Info-Monitor zeigt, wie sich Medienvertrauen wandelt – und welche Herausforderungen damit für eine informierte Öffentlichkeit verbunden sind. Wenn wir feststellen, dass Vertrauen in Medien und Vertrauen in Demokratie Hand in Hand gehen, dann macht es einmal mehr deutlich, welche Schlüsselrolle Medien für unser gesellschaftliches Miteinander zukommt.“

DR. EVA FLECKEN, DIREKTORIN DER MEDIENANSTALT BERLIN-BRANDENBURG



„Man muss kein Öko sein, man muss Greta Thunberg nicht gut finden und kann Klimaaktivisten total nervig finden und bis gestern gedacht haben: Umwelt geht mich nichts an, um aus einem tiefen demokratischen freiheitlichen journalistischen Interesse heraus zu sagen: Um alles in der Welt, tun wir uns zusammen!“

LUIZA NEUBAUER, KLIMASCHUTZAKTIVISTIN



Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen: Die USA verfügen über einen **günstigen Rechtsrahmen** für gemeinnützigen Journalismus. Medienorganisationen können als 501(c)(3)-Non-Profit registriert werden, was Steuerbefreiung und Abzugsfähigkeit von Spenden ermöglicht. Dies erleichtert Großspenden und den Aufbau von Endowments. Allerdings gelten strenge Auflagen zur politischen Neutralität (kein Parteien-Sponsoring etc.), um die Gemeinnützigkeit nicht zu gefährden. Die Kultur philanthropischen Gebens ist in den USA insgesamt stark ausgeprägt – **Journalismus wird zunehmend als förderungswürdige gemeinnützige Aufgabe anerkannt** (vgl. pressgazette.co.uk). Brancheninitiativen wie INN, News Revenue Hub und die NewsMatch-Kampagne (jährliche Verdoppelung von Kleinspenden durch Großspender) haben zudem strukturell zur Nachhaltigkeit beigetragen. Nicht zuletzt ermutigt auch die Krise des lokalen Journalismus (Zeitungssterben/News Deserts) immer mehr US-Communities, **Non-Profit-Modelle als Rettung** für Lokalnachrichten zu unterstützen.



Nachhaltigkeit und Entwicklung: Der Non-Profit-Journalismus in den USA hat sich mittlerweile als „**dritte Säule**“ neben privat-kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medien etabliert (vgl. Kramp/Weichert 2023: Whitepaper Non-Profit-Journalismus). Zwar warnen Medienforscher vor finanzieller Abhängigkeit von Großspenden, doch bemühen sich viele Organisationen um **Diversifizierung** – z. B. Kombination aus Stiftungsgeldern, vielen Einzelspenden und Erlösen (Events, Auftragsrecherchen). Die Gesamtförderung wächst weiter: 2018 betrug der Umsatz der Non-Profit-News ca. 450 Mio. US-Dollar und wuchs jährlich zweistellig; Journalismus-Philanthropie hat sich seit 2009 vervierfacht (vgl. niemanlab.org). Damit zeigt sich ein nachhaltiger Trend, auch wenn das Ringen um eine stabile Finanzierung den Non-Profit-Sektor weiterhin begleitet. Insgesamt dienen die USA international als Vorbild, wie Non-Profit-Journalismus große Wirkung entfalten kann – sei es durch Pulitzer-prämierte Investigativstories (ProPublica) oder die Wiederbelebung von Lokalzeitungen als gemeinnützige Publikationen, z. B. die Salt Lake Tribune, die 2019 komplett zum Non-Profit umgebaut wurde und seither jährlich rund 1,5 Mio. US-Dollar an Spenden einwirbt (vgl. localnewsresearchproject.ca).



KANADA: NON-PROFIT-JOURNALISMUS ALS LÖSUNG FÜR ETABLIERTE MEDIENHÄUSER

In Kanada steckt Non-Profit-Journalismus noch in den Kinderschuhen, entwickelt sich aber seit Ende der 2010er-Jahre dynamisch. Traditionell dominierten öffentlich-rechtliche Sender (CBC/Radio-Canada) und privatwirtschaftliche Verlage den Markt; philanthropische Medien spielten lange kaum eine Rolle (vgl. canadiandimension.com). Angesichts der Zeitungskrise lokalen und regionalen Mediensektor haben sich jedoch auch in Kanada **neue Modelle** entwickelt. Die kanadische Bundesregierung führte **2019 steuerliche Anreize** ein, um gemeinnützigen Journalismus zu fördern (vgl. canadiandimension.com). Seither können sich Nachrichtenorganisationen als Qualified Canadian Journalism Organization (QCJO) zertifizieren und als gemeinnützige „**registered journalism organizations**“ anerkennen lassen, um Spendenquittungen ausstellen zu dürfen (vgl. localnewsresearchproject.ca). Dies ebnete den Weg für einen kleinen Non-Profit-Sektor, obwohl die Spendenkultur in Kanada weniger ausgeprägt ist als in den USA.



Wichtige Organisationen: Einige renommierte Medien haben auf Non-Profit-Strukturen umgestellt. So ist La Presse (Montreal) – eine der größten frankokanadischen Zeitungen – seit 2018 im Besitz einer gemeinnützigen Stiftung und finanziert sich über Spenden und Stiftungsvermögen. Das Magazin The Walrus operiert schon länger als gemeinnützige Stiftung mit Bildungsauftrag. **Investigativer Journalismus** wird darüber hinaus zunehmend durch Non-Profit-Teams betrieben, z. B. The Narwhal (Umweltinvestigativportal) und die junge Investigative Journalism Foundation (IJF) – letztere wird als „Kanadas ProPublica“ bezeichnet und baut Datenbanken und Recherchekapazitäten auf (vgl. niemanlab.org). Außerdem vollziehen einige Digitalmedien den Schritt zur Gemeinnützigkeit: The Tyee (Vancouver) – ein unabhängiges Online-Magazin – hat 2020 mit dem Übergang zum Non-Profit-Modell begonnen (vgl. localnewsresearchproject.ca). Kleinere Outlets wie National Observer oder Riccochet arbeiten mit hybriden Modellen aus Mitgliedsbeiträgen, Crowdfunding und Grants. Insgesamt gibt es bislang erst **eine überschaubare Zahl** an vollständig gemeinnützig organisierten Newsrooms (2024 waren es etwa ein Dutzend) (vgl. canadiandimension.com), doch die Zahl wächst.



Finanzierung und Förderung: Philanthropie für Journalismus ist in Kanada bislang noch nicht stark entwickelt. Erste Fördereinrichtungen – etwa die Inspirit Foundation oder Max Bell Foundation – haben begonnen, Medienprojekte gezielt zu unterstützen. Ein Großteil der gemeinnützigen Medien finanziert sich jedoch **gemischt**: durch **Nutzer:innen-Spenden, Mitgliedschaften** und **Projektzuschüsse** seitens Stiftungen. Beispielsweise stützt sich The Narwhal auf eine Mischung aus Stiftungsgeldern und Mitgliedsbeiträgen, ebenso The Tyee (vgl. localnewsresearchproject.ca). Die Regierung hat ergänzend ein **Förderprogramm für lokalen Journalismus** geschaffen (Local Journalism Initiative), das ausgewählten Medien Mittel bereitstellt, um Reporter:innen in unterversorgten Gemeinden anzustellen (vgl. canada.ca). Außerdem erhalten Non-Profit-Newsrooms in Gründung **Steuererleichterungen** und zeitlich befristete Lohnzuschüsse (Tax Credits) für das journalistische Personal. Die Spendenbereitschaft der Bevölkerung für Nachrichten muss sich allerdings erst noch weiter entwickeln – Experten betonen, es brauche Zeit, bis Kanadier:innen Journalismus als „soziales Gut“ begreifen, das man mittels Spenden finanzieren kann (vgl. localnewsresearchproject.ca).



Rechtliche Rahmen: Mit der Einführung des Qualified Donee-Status ab 2019 können Journalismusorganisationen offiziell als **gemeinnützig anerkannt** werden (vgl. localnewsresearchproject.ca). Dafür müssen sie allerdings strenge Kriterien erfüllen (u.a. von der Steuerbehörde als förderungswürdige Nachrichtenorganisation eingestuft sein). Die damit zusammenhängende Bürokratie schreckt noch ab – viele Medien prüfen zwar den Weg, sind aber zurückhaltend wegen des **Aufwands** und der notwendigen ehrenamtlichen Vorstände etc. (vgl. canadiandimension.com). Positiv ist, dass Spenden an registrierte Newsrooms nun **Steuerabzugsfähigkeit** erhalten, was Anreize schafft. Zudem signalisieren **Politik und Stiftungssektor** Unterstützung: Ein Public Policy Forum-Bericht aus dem Jahr 2020 betonte, unabhängiger Journalismus sei „kritische öffentliche Infrastruktur“ und rief Philanthropen:innen zum Handeln auf (vgl. localnewsresearchproject.ca). Insgesamt entsteht in Kanada schrittweise ein **Ökosystem aus Förderungen, Non-Profit-Outlets und Politikmaßnahmen**, das an das US-Modell angelehnt ist – allerdings in deutlich kleinerem Maßstab und mit stärkerer staatlicher Starthilfe.



GROSSBRITANNIEN: NON-PROFIT KEIMT NEBEN STARKEM PUBLIC BROADCASTING

In Großbritannien gibt es erst seit kurzem Ansätze eines Non-Profit-Journalismus-Sektors. Historisch war das Wohltätigkeitsrecht ein Hindernis: Journalismus galt nicht als „charitable purpose“, wodurch News-Outlets keine Spenden mit Steuerbegünstigung einwerben konnten (vgl. pressgazette.co.uk). Daher spielten Medien mit philanthropischer Finanzierungsgrundlage lange Zeit kaum eine Rolle, obwohl es einige **unabhängige Newsrooms** ohne Gewinnabsicht gab. Erst in den letzten Jahren wächst die Bewegung für „charitable journalism“. 2023/24 kam es zu Durchbrüchen: The Guildford Dragon, eine lokale Online-Zeitung, wurde **als erstes Nachrichtenmedium als wohltätige Organisation registriert** (vgl. journalism.co.uk). Dies wird als Meilenstein gesehen, der weiteren Lokalmedien den gemeinnützigen Weg eröffnen könnte. Zugleich existieren einige investigative Non-Profit-Projekte schon länger – etwa das Bureau of Investigative Journalism (TBIJ) seit 2010 – doch insgesamt steckt der Sektor noch in der Anfangsphase.



Wichtige Organisationen und Netzwerke: The Bureau of Investigative Journalism in London ist ein führendes Non-Profit-Recherchezentrum, das mit Zeitungen (z.B. The Guardian) kooperiert. Es finanziert sich über Stiftungszuschüsse (u.a. Reva & David Logan, Sigrid Rausing Trust) und individuelle Spenden. Weitere Akteure sind **OpenDemocracy** (eine Nachrichten-Website für Politik und Menschenrechte) sowie **gemeinnützige Förderstiftungen** wie die Public Interest News Foundation (PINF). PINF wurde 2020 als Wohltätigkeitsorganisation anerkannt, um explizit den gemeinnützigen Journalismus selbst zu fördern (vgl. journalism.co.uk). Sie berät lokale Newsrooms und kanalisiert Spendengelder an Projekte. Ebenfalls engagiert ist das **Charitable Journalism Project**, das beim aufwendigen Antragsprozess für Charity-Status unterstützt und in Pilotprojekten kleine Lokalmedien begleitet (vgl. pressgazette.co.uk). Einzigartig ist der Scott Trust, der den Guardian trägt: Der Trust fungiert als nicht-profitorientierter Eigentümer, jedoch ohne Spendenmodell – der Guardian finanziert sich zwar über kommerzielle Erträge, doch werden die Gewinne in den Journalismus reinvestiert. Dieses **Stiftungs-Eigentümermodell** hat dem Guardian Unabhängigkeit gesichert, ist formal aber keine gemeinnützige Organisation im steuerlichen Sinne.



Finanzierung: Philanthropische Finanzierung ist im UK-Mediensektor noch nicht weit verbreitet, wächst aber langsam. Eine Untersuchung ergab ca. 80 Mio. Britische Pfund an Fördergeldern für britische Medien in den Jahren 2019–2022 (vgl. pressgazette.co.uk) – das ist nur ein Bruchteil der Summen, die in den USA in den Non-Profit-Journalismus fließen. Britische Stiftungen waren lange zögerlich, da rechtlich unsicher war, ob Medien förderfähig sind (vgl. pressgazette.co.uk). Einige britische Non-Profit-Outlets umgingen dies, indem sie **Schwesterorganisationen in den USA** gründeten, um dort Spenden einzuwerben (vgl. pressgazette.co.uk). So nutzt der Guardian eine US-registered charity (theguardian.org), über die es 2022 rund 4,2 Mio. US-Dollar an Fördergeldern für seine Berichterstattung erhielt (z.B. von Stiftungen für Klima- oder Gesundheitsjournalismus) (vgl. pressgazette.co.uk). Mit der jetzt möglichen direkten Charity-Registrierung in UK öffnen sich neue Finanzierungsquellen: The Guildford Dragon kann als gemeinnützige Lokalzeitung fortan **Spenden mit Steuervorteil** einwerben (vgl. journalism.co.uk).

Auch PINF verteilt bereits Gelder britischer Förderer an lokale News-Initiativen. Trotzdem bleibt die **Spenden-Kultur für Journalismus in Großbritannien** unterentwickelt. Laut Press Gazette stammen die Top-16 Journalismus-Förderangebote weltweit aus den USA; die größte britische Stiftung (Arcadia) rangiert weit abgeschlagen (vgl. pressgazette.co.uk). Britische Medienprojekte erhielten in der Vergangenheit häufig **projektgebundene Grants** (für bestimmte Recherchen, Trainings etc.), etwa von Luminata (Omidyar Network) oder Google's Digital News Initiative, aber selten langfristige Kernfinanzierung. Diese Lage führt dazu, dass britische Non-Profit-Medien meist **mit schmalen Budgets arbeiten** und viel ehrenamtliches Engagement involviert ist (vgl. theguardian.com).



Politisch-rechtliche Rahmenbedingungen: Ein wesentliches Hemmnis war die enge **Definition des Charity-Begriffs**. News-Medien galten als potentiell politisch und fielen nicht unter anerkannte gemeinnützige Zwecke wie Bildung oder Bürgerschaft (vgl. journalism.co.uk; pressgazette.co.uk). Die Cairncross Review (2019) – ein Regierungspapier zur Zukunft des Journalismus – empfahl daher ausdrücklich, gemeinnützigen Journalismus zu ermöglichen (vgl. journalism.co.uk). Infolgedessen entstand PINF und man arbeitete an Kriterien, unter denen Lokaljournalismus als „öffentliches Bildungsangebot“ charity-fähig ist. Diese Mühen tragen mittlerweile Früchte: **Seit 2023 erkennen die Behörden erste Nachrichtenangebote als gemeinnützig an**, sofern sie strikte Unparteilichkeit und einen Bildungsnutzen nachweisen (vgl. journalism.co.uk). Parallel dazu besteht mit der BBC freilich ein starker öffentlich-rechtlicher Mediensektor, der allerdings separat über die öffentlichen Rundfunkgebühren finanziert wird. Gebührengelder kommen dabei auch der strukturellen Förderung des Journalismus insgesamt zu gute: Die BBC finanziert Lokalreporter:innenstellen für Zeitungen. Ein **direktes Presseförderungssystem** wie in Skandinavien existiert nicht. Somit füllt der Non-Profit-Journalismus (insb. im Investigativbereich) auch in Großbritannien zunehmend eine Lücke zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Medien. Expert:inn sprechen von einem „langsamen Kulturwandel“: Was vor fünf Jahren noch ausgeschlossen war, wird nun denkbar (vgl. pressgazette.co.uk). Mit fortschreitender rechtlicher Anerkennung ist zu erwarten, dass **mehr britische Medien auf Non-Profit umstellen** und auch inländische Stiftungen stärker in die Journalismusförderung einsteigen.



LITERATUR

Daniel, Matthias/Weichert, Stephan (Hrsg.) (2022): **Resilienter Journalismus. Wie wir den öffentlichen Diskurs widerstandsfähiger machen.** Köln.

Kramp, Leif; Weichert, Stephan (2021): **Konstruktiv berichten allein reicht nicht.**
In: Der Tagesspiegel, 23. Oktober 2021, S. 26.

Kramp, Leif; Weichert, Stephan (2022): **Einfach mal abschalten?** In: Der Tagesspiegel, 25. Mai 2022, S. 23.

Kramp, Leif; Weichert, Stephan (2022): **Stille Überforderung.**
In: Süddeutsche Zeitung, 4. Mai 2025, S. 22.

Kramp, Leif; Weichert, Stephan (2023): **Die Wüste wächst.**
In: Süddeutsche Zeitung, 4. Mai 2025, S. 19.

Kramp, Leif; Weichert, Stephan (2023): **Journalismus-Muss.**
In: taz, 18. November 2024, S. 18.

Kramp, Leif; Weichert, Stephan (2024): **Wir dürfen das Vertrauen nicht verspielen.**
In: Medium Magazin, 5/2024, S. 54-57.

Kramp, Leif/ Weichert, Stephan (2024): **Resilienz in der digitalen Gesellschaft. Mediennutzung in Zeiten von Krisen, Kriegen und KI.** Köln.

Kramp, Leif/Weichert, Stephan (2017): **Der Millennial-Code. Junge Mediennutzer verstehen – und handeln.** Leipzig.

Kramp, Leif/Weichert, Stephan (2020): **Nachrichten mit Perspektive. Lösungsorientierter und konstruktiver Journalismus in Deutschland.** Frankfurt am Main.

Kramp, Leif/Weichert, Stephan (2021): **Konstruktiv durch Krisen? Fallanalysen zum Corona-Journalismus.** Frankfurt am Main.

Kramp, Leif/Weichert, Stephan (2023): **Whitepaper Non-Profit-Journalismus. Handreichungen für Medien, Politik und Stiftungswesen.** Frankfurt am Main.

Kramp, Leif/Weichert, Stephan (2023): **Wie resilient sind wir im Netz? Abschlussbericht zur Grundlagenstudie „Digitale Resilienz in der Mediennutzung“.** Hamburg.

Meier, Christian (2025): **„Als Demokraten und Journalisten muss uns das interessieren, was die Mehrheitsbevölkerung denkt“. Interview mit Stephan Weichert.**
In: Die Welt, 17. Februar 2025.

Weichert, Stephan (2024): **Bitte recht menschlich.**
In: Süddeutsche Zeitung, 4. Mai 2025, S. 40.

Weichert, Stephan (2024): **Im Namen der Demokratie.**
In: taz, 18. November 2024, S. 12.

Weichert, Stephan (2024): **KI im Journalismus. Roboterreporter trifft Bürgermeisterin.**
In: Der Tagesspiegel, 11. Juni 2024, S. 27.

Weichert, Stephan (2025): **Die KI-Reifeprüfung.**
In: Medium Magazin, 1/2025, S. 44-46.

Weichert, Stephan (2025): **Mein Appell an die Bundesregierung.** In: Journalist, 3/2025, S. 36-40.

Weichert, Stephan (2025): **Neue Finanzierungsquellen.**
In: epd Medien, 17. Januar 2025.

Weichert, Stephan/Kramp, Leif/Welker, Martin (2015): **Die Zeitungsmacher. Aufbruch in die digitale Moderne.** Wiesbaden.

DANKSAGUNG



Wir danken allen Teilnehmenden des VOCAMPS #RefoundingDemocracy2025 für ihre Bereitschaft und ihr Engagement, sich intensiv, konstruktiv und weit-sichtig in die Ideenfindung und Diskussion für die Stärkung der demokrati-schen Medienvielfalt einzubringen. Auch danken wir herzlich den Vortragenden des VOCAMPS – **Prof. Dr. Martin Andree, Prof. Jeff Jarvis, Cherno Jobatey, Heiko Kolz, Nicola Kuhrt, Luisa Neubauer, Heike Raab, Tabea Rößner, Lena Rogl, Sebastian Turner** –, die mit ihren relevanten Impulsen neue Denk- und Möglichkeitsräume eröffnet haben und nicht zuletzt den Ko-Autor:innen des vorliegenden Policy Papers, das kollaborativ im Nachgang der Veranstaltung in Berlin entstanden ist.

VOCER-INSTITUT FÜR DIGITALE RESILIENZ

Das **VOCER-Institut für Digitale Resilienz** ist ein unabhängiger Think & Do Tank, der sich für einen innovationsorientierten, wertebasierten Journalismus einsetzt. Die von **Dr. Stephan Weichert, Dr. Leif Kramp und Alexander von Streit** gegründeten VOCER-Bildungsprogramme vereinen Weiterbildung, Praxisprojekte und Forschung in einem ganzheitlichen Ansatz. Dabei stehen zukunftsweisende Themen wie KI-Risiken, Big-Tech-Regulierung, Geschäftsmodelle für Lokalredaktionen sowie strategische Innovationsprozesse im Fokus. Ziel ist es, Medienschaffende, Medienunternehmen und zivilgesellschaftliche Akteure dabei zu unterstützen, ihre Arbeit wirksam und souverän zu gestalten.

Auf www.digitale-resilienz.org stellt das VOCER-Institut praxisnahe Publikationen, Forschungsprojekte und Weiterbildungsangebote bereit, die in Deutschland beispiellos sind. Neben individuellen Coaching-Formaten und strategischer Beratung initiiert das Institut eigene Kampagnen und Konferenzen, um gemeinwohlorientierten Journalismus, Medienvielfalt und digitale Transformation voranzutreiben. Damit stärkt VOCER nachhaltig den demokratischen Diskurs und schafft robuste Strukturen für eine resiliente Demokratie.



DIE HERAUSGEBER

Dr. Leif Kramp ist Forschungskordinator des fachübergreifenden Zentrums für Medien, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI), einer Zentralen Wissenschaftlichen Einrichtung der Universität Bremen. Er forscht und lehrt schwerpunktmäßig zur Transformation des Journalismus in Zeiten tiefgreifender Mediatisierung. Kramp ist Gründungsvorstand des Vereins für Medien- und Journalismuskritik, der die VOCER-Bildungsprogramme trägt, und hat zahlreiche Bücher und Studien zum Wandel von Medien und Öffentlichkeit verfasst.

Dr. Stephan Weichert ist Sprecher des Vorstands des unabhängigen VOCER-INSTITUTS FÜR DIGITALE RESILIENZ. Der Medien- und Kommunikationswissenschaftler arbeitet seit über 25 Jahren als Trainer und Lehrbeauftragter (u.a. Universität Hamburg, TU Dortmund, City University of New York, FH Graz). Weichert hat mehrere Studiengänge, Akademien sowie Aus- Weiterbildungsprogramme für Digitalen Journalismus entwickelt und geleitet, u.a. war er Professor für Digitalen Journalismus und Studiengangsleiter an der Hochschule Macromedia, der Universität der Künste in Berlin (UdK) und an der Hamburg Media School.

