

## Aufsatz

Sebastian Gall / Uwe Krüger

# Gemeinnütziger Journalismus in Deutschland

Eine Befragung zu Finanzierung, Sicherung der Unabhängigkeit und Arbeitsweisen

**Abstract:** Im Zuge von Digitalisierung und ökonomischer Medienkrise hat sich ein neues Feld etabliert, um die Schwächen klassischer Medien auszugleichen: der Gemeinnützige bzw. Non-Profit-Journalismus. Er finanziert sich statt über Verkaufs- und Werbeerlöse (oder über Rundfunkbeiträge) v. a. durch Kleinspenden, Mitgliedschaften oder Stiftungsgeld. Dieser Versuch, unabhängig von Marktlogiken zu agieren und allein im öffentlichen Interesse zu arbeiten, wirft neue Fragen auf, vor allem zur Bewahrung der Unabhängigkeit gegenüber den Spender\*innen. Zudem stellt er die Organisationen vor Herausforderungen bezüglich Fundraising. Dieser Beitrag untersucht anhand von zehn Leitfadeninterviews mit Mitarbeiter\*innen von Non-Profit-Redaktionen, wie sich die Arbeitsweise von der in privatwirtschaftlich oder öffentlich-rechtlich finanzierten Redaktionen unterscheidet und mit welchen Strategien sie den genannten Herausforderungen begegnen. Die Ergebnisse zeigen, 1.) dass sich die Arbeit vor allem in Bezug auf Themenwahl, Recherchezeit und Organisationsstruktur von der in einer klassischen Redaktion positiv abhebt; 2.) dass die meisten untersuchten Organisationen nur eine Finanzierungsart nutzen; und 3.) dass eine befürchtete inhaltliche Einflussnahme von Seiten großer Geldgeber offenbar nicht stattfindet, sondern im Gegenteil Journalismus-fördernde Stiftungen mitunter sogar stärker auf Abgrenzung von den geförderten Redaktionen bedacht sind als andersherum. Zugleich ist zu konstatieren, dass in nur wenigen Redaktionen spezialisierte Mitarbeiter\*innen für das Fundraising existieren, so dass diese Arbeit auf Schultern in Geschäftsführung, Redaktion oder Layout lastet.

**Keywords:** Journalismus, Finanzierung, Gemeinnützigkeit, Unabhängigkeit, Stiftungen

## 1. Einführung

Zu Beginn des Jahres 2024 demonstrierten in ganz Deutschland mehr als 3,5 Millionen Menschen für Demokratie und gegen Rechtsextremismus. Es war zahlenmäßig für einen engen Zeitraum die größte Protestwelle in der Geschichte der Bundesrepublik (RUCHT 2024: 17; SANDER 2024). Auslöser der Proteste waren die Enthüllungen des Recherchezentrums *Correctiv* über das »Potsdamer Geheimtreffen« (BENSMANN et al. 2024). Sie legten ein Treffen von Neonazis, AfD-Mitgliedern, CDU-Mitgliedern und Mitgliedern der Werteunion offen, wo der österreichische Rechtsextremist Martin Sellner über »Remigration« sprach und laut *Correctiv* erklärte, man müsse gegenüber nicht angepassten Staatsbürger:innen einen »Assimilationsdruck« erzeugen (ZIMMERMANN 2024). Für die Arbeit erhielt *Correctiv* den Leuchtturm für besondere publizistische Leistungen vom Netzwerk Recherche. Der Vorsitzende des Netzwerks, Daniel Drepper, sagte dazu: »Selten hat eine einzelne Recherche einen solchen Impact gehabt und uns allen gezeigt, wie wichtig diese Art von Journalismus für unseren demokratischen Diskurs ist« (NETZWERK RECHERCHE 2024). Dass der hohe Einfluss der Recherche real war und nicht nur eine Behauptung der preisverleihenden Institution, zeigt eine Befragung von Demo-Teilnehmer\*innen in Süddeutschland: 75 Prozent gaben an, dass für ihre Motivation der Bericht von *Correctiv* ausschlaggebend war (BITSCHNAU/KOOS 2024: 5).<sup>1</sup>

Das Besondere: *Correctiv* ist weder ein privatwirtschaftlich agierendes noch ein öffentlich-rechtliches Medium, sondern bekennt sich zum gemeinnützigen Journalismus (LILIENTHAL 2017: 660) und finanziert sich vor allem aus Stiftungsgeldern und Spenden. Diese Art der Finanzierung hat für den Journalismus in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen, an ihr entzündet sich allerdings auch immer wieder Kritik: Wie unabhängig sind die Redaktionen von ihren Sponsoren? Zuletzt war diesbezüglich das internationale Investigativ-Netzwerk Organized Crime and Corruption Reporting Project (OCCRP) in den Schlagzeilen. Das französische Investigativmedium *Mediapart* warf ihm Ende 2024 vor, von der US-Regierung nicht nur finanziell, sondern auch strukturell abhängig zu sein – so sagten Mitarbeiter der United States Agency for International Development (USAID), von der das OCCRP etwa die Hälfte seines Budgets bekam, dass

1 Es soll nicht verschwiegen werden, dass Kucklick et al. (2024) der *Correctiv*-Recherche im Onlinemagazin Übermedien handwerkliche Mängel attestierten und den deutschen Medien einen unkritischen Umgang damit vorwarfen. Auf den Text hat Reisin (2024) eine kritische Replik verfasst. Diese Debatte ändert jedoch nichts an der breiten Rezeption und hohen Wirkmacht der *Correctiv*-Veröffentlichung.

es ein Veto-Recht bei der Besetzung von Spitzenpersonal des Netzwerks gebe (PHILIPPIN/CANDEA 2024). Leonard Novy vom Kölner Institut für Medien- und Kommunikationspolitik sagte gegenüber dem NDR bezüglich der Recherchen zu OCCRP, dass schon der Anschein von Parteilichkeit ein massives Problem für die Glaubwürdigkeit und Legitimation der journalistischen Arbeit sei (EICHORN/BECKER 2024).

Im Folgenden wird dieses Spannungsfeld zwischen neu gewonnener Freiheit von Marktzwängen und eventuell neu entstehenden Abhängigkeiten von Spender\*innen empirisch ausgelotet. Mit einer Befragung von Personen aus zehn Medienorganisationen aus dem Bereich des Gemeinnützigen Journalismus in Deutschland soll herausgefunden werden, wie sich die Arbeitsweise von der in einer klassischen Redaktion unterscheidet, wie die Finanzierung jeweils genau aussieht, welche Implikationen diese Finanzierung für die journalistische Unabhängigkeit hat und wie Letztere zu sichern versucht wird.

## 2. Gemeinnütziger Journalismus: Entstehung, Merkmale, Kritik

Der Gemeinnützige Journalismus hat sich im Kontext der Medienfinanzierungs- und des Reichweitenschwunds traditioneller journalistischer Angebote infolge des digitalen Strukturwandels der Öffentlichkeit (EISENEGGER 2021; KRÜGER 2018) entwickelt. Er kann zu den relevantesten Innovationen auf westlichen Medienmärkten des vergangenen Jahrzehnts gezählt werden (MEIER et al. 2022), wengleich seine historischen Wurzeln vor allem im Feld des Investigativjournalismus und in den USA weiter zurückreichen (vgl. KRÜGER et al. 2019). Hier, im Entstehungsland des Non-Profit-Journalismus (HOMBURG/NGUYEN 2018: 39), ist er mittlerweile ein wichtiger Player: »In der US-amerikanischen Medienlandschaft haben sich solche Lösungen im Angesicht eines stärkeren Marktversagens und einer ausgeprägteren Kultur bürgerschaftlichen Engagements bereits in großer Vielfalt etabliert« (BALLWIESER et al. 2011: 8). Vor dem Jahr 2008 gab es laut einer Zählung insgesamt 49 solcher Redaktionen; ab 2017 beschleunigte sich die Entwicklung, bis 2020 kamen jährlich über 20 neue Organisationen hinzu (ROSEMAN et al. 2021: 5). Dem Institute for Nonprofit News (INN), das die Zählung beauftragt hat, gehören 425 gemeinnützige Redaktionen an.<sup>21</sup> Neben der Anzahl der Medien hat sich auch deren Qualität offenbar weiterentwickelt. Birnbauer (2019: 2) zählt prestigeträchtige Auszeichnungen wie den Pulitzer-Preis auf, die gemeinnützige Redaktionen bereits gewonnen haben.

Das Wachstum dieser neuen Art von Journalismus-Organisation und -Finanzierung ist unverkennbar. Doch wie kann man sie defintitorisch festzurren? Eine

2 <https://inn.org/about/who-we-are/>

Orientierung am Gemeinwohl und die Unabhängigkeit von marktwirtschaftlichen Logiken sehen Schnedler und Schuster (2015: 5–6) als zentrale Attribute des Gemeinnützigen Journalismus. Er sei »der Versuch, ein Mischungsverhältnis zu finden, bei dem das Geschäftliche nicht die wichtigste Zutat ist, sondern die Orientierung am Gemeinwohl« (6). Sie identifizieren vier Merkmale:

1. nimmt die öffentliche Aufgabe des Journalismus ernst
2. keine Gewinnerzielungsabsicht
3. maßgebliche Finanzierung durch Spender und Förderer
4. bei Behörden als gemeinnützig anerkannt (ebd.: 6).

Reuter (2023: 112) definiert das »Betriebsmodell« des Non-Profit-Journalismus ähnlich: »Es orientiert sich, wie die Öffentlich-Rechtlichen, am Gemeinwohl statt an Rendite, kombiniert diese Orientierung aber mit der Beweglichkeit und Innovationsfähigkeit privater Medienorganisationen.« Weiter schreibt sie: »Non-Profit-Newsrooms sind ein Stück weit frei von Kriterien, an denen sich profitorientierte, private Medien orientieren müssen – Passung von Inhalt und Werbung, Zugriffszahlen, quantitative Aufmerksamkeitsfaktoren, Verweildauer etc.« (116). Sieht man den Begriff des »Gemeinnützigen Journalismus« als Synonym zum us-amerikanischen »Non-Profit Journalism«, so lohnt ein Blick auf die Merkmalsliste entsprechender »organizations or projects« bei Konieczna (2018: 62):

- »were founded at least in part to fill the gap left as commercial news organizations or projects retreated from producing public service journalism;
- offer benefits to their community instead of advancing private interests or focusing on profits;
- produce educational content, informing on public issues and institutions;
- have professional staffs;
- don't distribute earnings to private people;
- don't endorse political candidates;
- are nonpartisan and transparent about funding;
- don't advocate or lobby around any issues other than freedom of information and the press; and
- produce investigative or public service journalism.«

Während Konieczna in einigen Aspekten detaillierter als die deutschen Definitionsversuche ist, fällt auf, dass sie keine Finanzierungsquellen nennt. In weiterer Literatur finden sich drei verschiedene Quellen:

1. *Kleinspenden/Crowdfunding*: Dies sind kleinere Beträge, mit denen Einzelpersonen und nicht-professionelle Sponsoren ausgewählte Projekte unterstützen (PRINZING/GATTERMANN 2015: 189). Die »Finanzierungsmöglichkeit durch Klein- und Einzelspenden der Nutzer (*crowd*) ist vielleicht die ureigenste und ehrlichste Form einer zivilgesellschaftlichen Unterstützung für journalistische Inhalte« (WEICHERT 2013: 223).

2. *Mitgliedschaften*: Einzelpersonen können Non-Profit-Redaktionen auch durch Mitgliedschaften finanzieren. Dabei sind »Modelle zu nennen, die auf die kostenpflichtige Mitgliedschaft in einer Community oder einer Organisation – zum Beispiel in einem Verein – setzen« (SCHNEDLER/SCHUSTER 2015: 8). Diese Form der Finanzierung spielt bei vielen Organisationen bislang nur eine untergeordnete Rolle (ebd.: 8). Das Prinzip dahinter: Nur Mitglieder bekommen Zugang zu den Inhalten. Das kann zum Beispiel über einen monatlich zu zahlenden Betrag funktionieren (KURP 2016).<sup>3</sup>
3. *Zuwendungen von Stiftungen*: Als letzter großer Finanzierungspfeiler werden in der Forschung Stiftungen genannt. In der Fachöffentlichkeit wird seit Jahren diskutiert, ob Stiftungen als Rettungsanker für kriselnde Medienunternehmen dienen können. In seiner Untersuchung kommt Frühbrodt (2019: 217) zu dem Ergebnis, dass 2019 85 Stiftungen in Deutschland den gemeinnützigen Journalismus auf verschiedenen Wegen unterstützen. Er nennt die Anzahl »ernüchternd«, da es in Deutschland nicht weniger als 21.800 Stiftungen gebe (218). Nichtsdestotrotz haben sich Stiftungen schon zu wichtigen Playern der Medienfinanzierung entwickelt: »Privates Kapital, das reiche Mitbürger und Unternehmer spenden, hat als zivilgesellschaftliches Instrument der Journalismusförderung eine enorme Relevanz bekommen« (WEICHERT 2013: 224). Dies ist ebenfalls in den USA zu beobachten. Benson (2017: 1063) spricht von über 300 neuen Non-Profit-News-Organisationen, die zwischen 2005 und 2012 in 25 Bundesstaaten entstanden seien und die von knapp 280 Stiftungen gefördert würden. Dabei ist die Art und Weise, wie Stiftungen Journalismus fördern, unterschiedlich. Sie loben Preise aus, finanzieren Recherchereisen und unterstützen die Aus- und Weiterbildung von Journalist\*innen. Manchmal, wie bei *Correctiv*, leisten sie eine Anschubfinanzierung (FRÜHBRODT 2019: 219–220).

Im »Journalism Value Report« (FLÖTHER/WERNER 2024: 30) werden Erlöse aus Mitgliedschaften, Crowdfunding, Spenden, Abos und Verkäufen unter »Audience revenue« zusammengefasst und als weitere Geldquellen »Foundation funding«, »Public funding« (Steuermittel, etwa über EU-Grants) und »Advertising« angegeben.

An der Finanzierung über Stiftungen entzündet sich die meiste Kritik am Non-Profit-Journalismus. Kritisiert wird vor allem, dass Stifter\*innen über die Zuweisung von Fördermitteln immer auch ein Eigeninteresse verfolgen. So fragt Holland-Letz (2018: 92), wer noch kritisch zu Stiftungen recherchiert, wenn Journalist\*innen durch Stiftungen finanziert werden. Schnedler und Schuster

3 Kritisch angemerkt werden soll, dass der privilegierte Zugang zahlender Mitglieder zu Inhalten eigentlich der »Aufgabe Öffentlichkeit« fremd ist (vgl. PÖTTKER 2025) und sich ein solches Modell nicht grundlegend von marktwirtschaftlichen Abo-Modellen unterscheidet.

(2015: 45) warnen, dass möglicherweise Themen nicht recherchiert werden und neue »blinde Flecken« entstehen; zudem könnten Stiftungen mit viel Geld versuchen, über den Hebel des Journalismus ihre Talking Points in den öffentlichen Diskurs einzubringen. Gemeinnütziger Journalismus müsse deshalb Strategien entwickeln, die Unabhängigkeit zu wahren (45).

Ähnlich schreiben Degen und Spiller (2014: 233), dass mögliche Befangenheiten entstehen können, sehen bei den von ihnen untersuchten Organisationen jedoch wenig Sensibilität für das Thema (232). Ferrucci und Nelson (2019: 52) kommen in ihrer Studie zur Beeinflussung der journalistischen Arbeit durch Stiftungsfinanzierung zu dem Schluss, dass bisher keine »Firewall« zwischen Geldgeber\*innen und Redaktion existiert, anders als bei Werbekund\*innen.

Die weitere us-amerikanische Forschung geht über die Kritik an einer möglichen Abhängigkeit von konkreten Spendern und Sponsoren hinaus. In der Literatur findet sich die Befürchtung, dass »Philanthro-Journalismus« die Ideologie des »Philanthro-Kapitalismus« adaptiert, »characterized by the naturalization of pro-market ideologies, which are supportive of the current economic and political status quo of global capitalism from which most foundations have derived their wealth« (SCOTT et al. 2017: 168). Benson (2017) stellt fest, dass gemeinnützige Journalismus-Organisationen nicht nur Gefangene von Stiftungs-Agenden werden können, sondern auch im Dilemma zwischen zwei verschiedenen Erwartungen der Stiftungen stecken: dass sie möglichst rasch wirtschaftliche Nachhaltigkeit erreichen mögen, also auf eigenen Beinen stehen sollen, und zugleich gesellschaftliche Wirkung zeitigen, also nicht nur hohe Reichweiten erzielen, sondern auch Veränderungen anstoßen. Dies produziere einen Druck, entweder Praktiken kommerzieller Medienanbieter zu imitieren oder aber auf ein kleines, handlungsmächtiges Elitenpublikum zu zielen. Zur Problematik der Impact-Messung ist zudem anzumerken, dass manche Arten von Effekten leichter zu messen sind als andere: der Rauswurf eines korrupten Amtsträgers oder die Verabschiedung eines neuen Gesetzes wären klassische gesellschaftliche Wirkungen, die etwa mit Investigativjournalismus angestrebt werden und gegenüber den Geldgebern gut darstellbar sind. Beiträge des Journalismus zur langfristigen Transformation kultureller Normen – Stichworte wären z. B. ökologische Nachhaltigkeit oder die Emanzipation marginalisierter Gruppen – seien ebenso wichtig, jedoch weniger klar sichtbar und nachweisbar (SCHIFFRIN/ZUCKERMAN 2015: 51). Dies spricht dafür, dass spenden- oder stiftungsfinanzierter Journalismus eher auf Themen mit kurzfristigen, deutlich wahrnehmbaren Effekten setzt.

Anhand von 74 Interviews mit Stiftungsvertreter\*innen und geförderten Journalist\*innen fanden Scott et al. (2019) heraus, dass Stiftungsfinanzierung die Grenzen des Journalismus verschiebt, weil 1.) neue, nicht-redaktionelle Tätigkeiten in Verwaltung, Fundraising und Marketing ausgeübt werden

müssen, und 2.) weil das journalistische Rollenverständnis sich stärker auf den *outcome* fokussiert, u. a. mit der Produktion von »longer-form, off-agenda content that offers ›more bang for less buck‹« (SCOTT et al. 2019: 2049). Auf ähnliche Weise – mit 40 Interviews mit Stiftungs- und Redaktionsvertreter\*innen – erhoben Ferrucci und Nelson (2019: 50) Stiftungseinflüsse jenseits direkter Einflussnahme auf Inhalte: 1) durch technologiegetriebene Projekte (d. h. wenn Geld daran geknüpft wird, dass die jeweils neueste Trend-Technologie Anwendung findet, wie Virtual Reality oder KI) 2) durch »audience engagement projects« (wenn Arbeit »mit der Community« belohnt wird, egal ob es für die Story sinnvoll ist oder nicht), und 3) durch Vorgaben, das Medium müsse neben dem journalistischen Projekt selbst noch PR für das geförderte Projekt und den Förderer machen.

Ein vielgestaltiger Einfluss von Stiftungsfinanzierung auf Funktionsweise und Output der entsprechenden Medien kann also grundsätzlich angenommen werden. Die folgende empirische Untersuchung dient vor allem dazu, den Forschungsstand für Deutschland zu erweitern und auch eventuelle Problemlagen und Lösungsansätze zu erfassen, die über das Thema Stiftungsfinanzierung hinausgehen, also mit anderen oben genannten Geldquellen einhergehen.

### 3. Methode

Die Studie will folgende Forschungsfrage durch Leitfadeninterviews mit Expert\*innen beantworten: Wie gestaltet sich die Finanzierung von deutschen Non-Profit-Journalismus-Organisationen und welchen Einfluss hat die Finanzierung auf diese Redaktionen bezüglich der journalistischen Arbeit und der Unabhängigkeit?

Expert\*innen sind in diesem Fall verantwortliche Personen, die in einer deutschen Non-Profit-Journalismus-Organisation tätig sind. Als Pool, aus dem die Redaktionen ausgewählt wurden, diente das *Forum Gemeinnütziger Journalismus*. 2019 gegründet, hat dieser Zusammenschluss von Redaktionen, Journalist\*innen-Netzwerken, Stiftungen und Gewerkschaften laut eigener Aussage »das Ziel, den gemeinwohlorientierten, nicht kommerziellen Journalismus in Deutschland zu stärken«.14 Da nicht alle der dort gelisteten Redaktionen auf die Anfrage hin zusagten, wurde für die weitere Suche die Arbeit *The New Sector* von Werner (2022) herangezogen. Teil der vom Netzwerk Recherche beauftragten Zusammenstellung ist eine Datenbank mit Non-Profit-News-Organisationen aus ganz Europa. Schlussendlich war das lokale Online-Magazin *Wokreisel* aus dem Landkreis Dahme-Spreewald die einzige Redaktion aus dieser Datenbank, die noch ins

4 <https://forum-gemeinnuetziger-journalismus.de/>

Sample hinzukam. Insgesamt konnten zehn Interviews geführt werden (s. Tab. 1), mit denen eine große Varianz im Feld ausgelotet wurde und also mit einigem Recht von einer theoretischen Sättigung gesprochen werden kann (vgl. PRZYBORSKI/WOHLRAB-SAHR 2021: 233). Einschränkend muss erwähnt werden, dass mit diesen Rekrutierungsquellen eine Art Selbstselektion stattgefunden hat: Angefragt wurden nur solche Redaktionen, die sich selbst als Teil des Feldes verstehen und vernetzt haben bzw. von einer Organisation aus dem Feld – Netzwerk Recherche – als solches klassifiziert wurden. Andere Medien, die weder in Privateigentum noch öffentlich-rechtlich verfasst sind (Genossenschaften wie *taz* oder *junge Welt*, Bürgerradios, von Vereinen getragene Stadtteilmagazine etc.) hatten keine Chance, ins Sample zu gelangen.

Tabelle 1  
Übersicht der Gesprächspartner:innen<sup>5)</sup>

Organisation	Interviewte Person (Funktion)
netzpolitik.org	Anna Biselli (Ko-Chefredakteurin)
FragDenStaat	Vera Deleja-Hotko (Leiterin Bereich Recherche)
Finanztip	Hermann-Josef Tenhagen (Chefredakteur)
Veto Magazin	Susanne Kailitz (Gründerin)
MedWatch	Sigrid März (Leitende Redakteurin)
Investigate Europe	Harald Schumann (Gründer)
Relevanzreporter Nürnberg	Alexandra Haderlein (Gründerin / Geschäftsführerin)
Belltower News	Stefan Lauer (Chefredakteur)
Wokreisel (Dahme-Spree-wald)	Dörthe Ziemer (Gründerin)
Abgeordnetenwatch	Martin Reyer (Leiter Bereich Recherche)

Die Befragung der Expert\*innen war in drei Teile gegliedert. Zuerst ging es um die Geldquellen, ob das Medium also vorrangig spenden-, mitglieder- oder stiftungsfinanziert ist. Im zweiten Teil der Interviews wurde über die Sicherung der Unabhängigkeit der Redaktionen gesprochen, vor allem bei der Finanzierung über große Förderer. Zuletzt ging es darum, Unterschiede in der Arbeitsweise gemeinnütziger Redaktionen gegenüber privatwirtschaftlichen oder öffentlich-rechtlichen Redaktionen herauszuarbeiten.

Alle zehn Interviews wurden per Videotelefonie durchgeführt, neun davon per Zoom, das andere auf Wunsch der interviewten Person auf Whereby. Sie fanden zwischen dem 17. Januar und dem 30. April 2024 statt und dauerten

5 Die Angaben beziehen sich auf den Zeitpunkt des Interviews (so arbeitete Susanne Kailitz zum Zeitpunkt der Manuskriptabfassung nicht mehr für das Veto Magazin, und MedWatch wurde Ende Mai 2025 eingestellt).

zwischen 30 und 60 Minuten. Bei der Transkription wurden die Interviews sprachlich leicht geglättet, alle Aussagen der Teilnehmenden sind autorisiert. Die Interviews wurden anhand der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse nach Mayring (2022) mit der Software MAXQDA ausgewertet.

## 4. Ergebnisse der Befragung

### 4.1 Finanzierung: Quellen und Auswahl der Geldgeber\*innen

Die befragten Redaktionen finanzieren sich aus unterschiedlichen Quellen und das Verhältnis zwischen Kleinspenden, Mitgliederbeiträgen und Stiftungsgeldern variiert. *Netzpolitik.org* und *Abgeordnetenwatch* finanzieren sich zu über 90 Prozent durch Kleinspenden zwischen 5 und 20 Euro. *Investigate Europe* finanziert sich dagegen zu 90 Prozent aus Mitteln von Stiftungen. Ein Sonderfall ist *Finanztip*, eine auf Verbraucherservice spezialisierte Redaktion. Die Mitarbeitenden testen verschiedene Produkte und empfehlen diese ihren Leser\*innen. Die Anbieter der Produkte können in den Beiträgen dafür bezahlen, dass direkt auf ihre Produkte verlinkt wird (sogenannte »Affiliate-Links«).

Der Großteil der befragten Organisationen finanziert sich überwiegend nur über eine Finanzierungsart, seien es Einzelspenden oder Gelder von größeren Gebern. Der kleinere Teil finanziert sich über eine Mischform. Kleinere Einzelspenden stellen dabei laut den Interviewten ein Höchstmaß an Autonomie sicher. »Kleinere Spenden garantieren uns maximale Unabhängigkeit« (Martin Reyher, *Abgeordnetenwatch*). Bei *Relevanzreporter Nürnberg* und *Finanztip* befanden sich ein Spenden- oder Abo-Modell zum Zeitpunkt der Interviews im Aufbau.

Auffällig ist, dass drei Redaktionen aktuell oder in der Vergangenheit auch staatliche Gelder erhalten (haben). *Abgeordnetenwatch* erhielt für Projekte mit Bezug zu Wahlen Mittel von der Bundeszentrale für politische Bildung und einer Landeszentrale für politische Bildung. Das *Veto Magazin* wird teilweise vom Bundespresseamt gefördert. *Wokreisel* finanziert sich hauptsächlich aus Fördermitteln, darunter das Lokaljournalismusprogramm der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB), das aus Landesmitteln gespeist wird. Die Gründungsförderung des Onlinemagazins kam ebenfalls von der MABB; gleichzeitig flossen in der Vergangenheit Mittel über das Bundesförderprogramm »Miteinander Reden«. *Belltower News*, die journalistische Plattform der Amadeu-Antonio-Stiftung, finanziert sich laut Auskunft von Stefan Lauer im Gegensatz zu anderen Projekten der Stiftung hauptsächlich aus privaten Spenden.

Festzuhalten bleibt, dass der Non-Profit-Journalismus in Deutschland sich teilweise auch über Steuergelder finanziert. Diese Geldquelle spielte bisher weder in der deutschen noch in der us-Literatur eine nennenswerte Rolle. Aus

der öffentlichen Debatte ist dieser Sachverhalt allerdings bereits bekannt, da etwa *Correctiv* bereits massiv dafür kritisiert wurde, Fördergelder aus Bundes- und Landesmitteln bekommen zu haben – vor allem von Politikern und Publizisten aus dem rechten und liberal-konservativen Spektrum (BECKER 2024; VON CASTELL 2022).

Nach der Finanzierung ging es in den Interviews um das Fundraising. Es ging darum herauszufinden, welche Prämissen die Redaktionen für ihre Wahl der Geldgeber\*innen haben, ob die Redaktion dabei ein Mitspracherecht hat, wer dafür zuständig ist und wie das Fundraising stattfindet.

Bei der Auswahl der Geldgeber\*innen fallen die kleinspendenfinanzierten Redaktionen heraus, da sie sich nicht aussuchen könnten, wer spendet. Alle stiftungsfinanzierten Organisationen haben gemeinsam, dass es ihnen besonders wichtig ist, dass die Stiftungen entweder thematisch zu ihnen passen, geteilte Werte vertreten oder dezidiert Journalismus fördern. Alexandra Haderlein von den *Relevanzreportern* sagte beispielhaft:

»Das Wichtigste für uns ist, dass die Werte übereinstimmen. Also die Werte und die Zwecke laut Abgabenordnung, die die jeweilige Stiftung und wir in unseren Satzungen festgeschrieben haben und an denen wir uns für unsere Arbeit orientieren.«

Harald Schumann von der Genossenschaft *Investigate Europe* gab zu Protokoll:

»Die wichtigste Prämisse ist, und das macht es auch so schwierig, die Geldgeber müssen sich darauf einlassen, dass sie Journalisten finanzieren, was grundsätzlich was völlig anderes ist, als wenn sie Forscher oder zivilgesellschaftliche Initiativen finanzieren. Weil Journalisten, das ist nun mal die *conditio sine qua non*, ausschließlich selbst bestimmen wollen und müssen, welche Inhalte sie bearbeiten.«

Von wem sie sich fördern lassen wollen und von wem nicht, artikulierten die Expert\*innen in den Interviews klar. Die Mehrheit sagte, dass politische oder parteinahe Stiftungen als Geldquellen nicht erwünscht sind. Exemplarisch dazu Vera Deleja-Hotko von *FragDenStaat*: »Wir bekommen auch Unterstützung von Stiftungen, aber da ist es so, dass wir zum Beispiel nicht von staatlichen Stiftungen Gelder und auch nicht von parteinahen Stiftungen Gelder erhalten.«

Stiftungen werden von den befragten Redaktionen größtenteils auch geprüft. Gleichzeitig sagen einige der Interviewten, dass ab einer bestimmten Dauer der Zusammenarbeit oder Bekanntheit einer Stiftung nicht mehr geprüft werden muss. Die Redaktionen schauen sich vor allem an, was die Förderer sonst noch finanzieren. »Passt das nicht zu dem, wofür die Redaktion steht, kommt eine Förderung nicht in Frage« (Vera Delaja-Hotko, *FragDenStaat*). Harald Schumann gibt aber grundsätzlich zu bedenken:

»So etwas wie sauberes Geld gibt es nicht. Es gibt nur mehr oder weniger schmutzig. Aber dass man wirklich ganz sauber bleibt, das geht nicht. Das liegt in der Natur des Kapitalismus, dass man das gar nicht überblicken kann. Deswegen muss man da die Kirche im Dorf lassen, was diese Kriterien angeht.«

So würde er eine Stiftung, die ihr Geld mit »fossilen Brennstoffen, Nuklearwaffen, Pestizidherstellung« verdient, eher mit »spitzen Fingern« anfassen. Auf der anderen Seite gebe es die Schöpflin Stiftung, die »erste Sahne« sei, was die Förderung von Journalismus, Lobbykritik und Menschenrechts-NGOs angeht.

»Von denen nehmen wir natürlich gerne Geld, da gehören wir gerne dazu. Aber womit Herr Schöpflin sein Geld verdient hat, wollen wir lieber nicht so genau wissen. Weil man weiß, dass er sein Geld als Venture Capitalist in Amerika verdient hat. Und zwar sehr, sehr viel.«

Werden Stiftungen ausgewählt, sehen alle bis auf eine der interviewten Personen für sich selbst und/oder ihre journalistisch arbeitenden Kolleg:innen ein Mitspracherecht. Die Redaktion von Alexandra Haderlein weiß ihren Angaben nach über die finanziellen Gegebenheiten der Organisation Bescheid. Gleichzeitig war sie in die Entwicklung des zum Zeitpunkt der Interviews im Aufbau befindlichen Abo- bzw. Unterstützermodells eingebunden. Ähnlich sieht es bei *MedWatch* aus. Dort ist die Finanzierung Thema in Redaktionskonferenzen. Es werde nicht nur über Themen gesprochen, sondern eben auch über Struktur und Aufbau der Redaktion, was das Finanzielle enthalte. Entscheidungen würden zwar in einem kleineren Kreis getroffen, allerdings nicht gegen die Redaktion. Im Team von *Wokreisel* wird gemeinsam nach Programmen bzw. Förderstellen gesucht, die für eine Finanzierung in Frage kommen. Die Verfasstheit als Genossenschaft sorgt laut Harald Schumann bei *Investigate Europe* für ein institutionell verankertes Mitspracherecht. Auch Martin Reyher von *Abgeordnetenwatch* sieht sich und seine Kolleg\*innen befähigt, bei einer kritischen Großspende zu intervenieren:

»Also das steht immer unter der Frage: Wie wahrscheinlich ist es, dass der Spender mal Gegenstand einer kritischen Berichterstattung von uns sein kann, weil der in diesem ganzen Lobbyspiel mitspielt? Ich selbst vertrete im Team eine durchaus radikalere Position, dass ich sage: Lasst uns doch grundsätzlich auf Unternehmensspenden verzichten. Ich konnte mich damit bislang nicht durchsetzen, kann aber auch gut leben jetzt mit der Entscheidung, dass wir grundsätzlich alle Spenden ab 1.000 Euro im Jahr öffentlich machen, so dass sich das jeder selber angucken und das auch kritisch hinterfragen kann.«

Der Fundraising-Prozess dauert unterschiedlich lange. Von der Bewerbung bis zur Fördermittelbescheinigung vergehen zwischen acht Wochen und einem Dreivierteljahr. Wer in den Organisationen das Fundraising betreibt, ist ebenfalls unterschiedlich. Drei Befragte gaben an, dass ihre Redaktionen spezialisierte Mitarbeitende haben. Bei *Abgeordnetenwatch* und *Belltower News* sind es Fundraiser\*innen, die für die größere Struktur arbeiten, in die die Redaktionen eingebunden sind (Parlamentwatch e. V. bzw. Amadeu-Antonio-Stiftung). Die dritte Redaktion ist *FragDenStaat*. Vera Delaja-Hotko sagte:

»Am Anfang war es nur Stefan Wehrmeyer, der Gründer. Dann kam Arne Semsrott dazu, und die zwei haben das relativ lange zu zweit geführt, bis dann noch ein oder zwei andere

dazu kamen. Und wie dann Judith dazu gekommen ist, so ist es mir erzählt worden, [...] war das nochmal ein Stabilitätssprung, weil sich wirklich eine Person darum kümmert, dass das Finanzielle passt, und nicht nur um Inhalte. [...] Es ist schon gut, wenn es eine Person macht, so hat es sich von einem Hobby-Projekt zu stabilen Jobs entwickelt.«

Beim Rest der Redaktionen verteilt sich das Fundraising auf mehrere Schultern. In drei Fällen findet die Arbeit dabei auf Gründer\*innen- bzw. Geschäftsführungsebene statt. Zwei Personen sprachen davon, dass das Fundraising von Mitarbeitenden neben ihrer eigentlichen Tätigkeit gemacht wird. Anna Biselli sagte, dass es bei *Netzpolitik.org* vor allem »unser Grafik- und Kreativ-Design-Mensch« ist, »weil es eben immer um die Außenkommunikation geht und der übernimmt sehr, sehr viele von diesen Aufgaben, ohne dass Spendenkampagnen und Co. bei seiner Einstellung zur Stellenbeschreibung gehört haben.« Hermann-Josef Tenhagen berichtet, dass bei *Finanztip* Mitarbeitende dafür zuständig sind, Unternehmen zu finden, die ihre Produkte über Affiliate-Links bewerben möchten. Mehrere Redaktionen sprachen davon, dass sie sich jemanden, der nur fürs Fundraising zuständig ist, nicht leisten können; der Wunsch danach sei aber da.

Kleinspenden werden von den Redaktionen online akquiriert: etwa direkt über die Homepage oder über Newsletter, in denen mit eigenen Recherchen geworben wird. Martin Reyher von *Abgeordnetenwatch* und Vera Deleja-Hotko von *FragDenStaat* gaben zusätzlich an, dass größere Recherchen im Verbund mit anderen Medien oft zur Zunahme von Kleinspenden führen. Deleja-Hotko zufolge ist das bei Stiftungen ähnlich. Ihre Redaktion ist die einzige, auf die Stiftungen explizit zukamen. Die anderen Redaktionen kontaktieren die großen Stiftungen per Telefon, Mail oder Post. Oft wird auch online ein Antragsformular auf Förderung ausgefüllt. Generell wird versucht, eine vertrauensvolle Beziehung zu den Stiftungen herzustellen, die sich oft auf Journalismus-Konferenzen zeigen. Alexandra Haderlein von den *Relevanzreportern Nürnberg* dazu:

»Die Journalismus-Bubble ist jetzt nicht so riesig, das heißt die, die Journalismus fördern, die sind auch auf Konferenzen, die kennt man natürlich. Die Stiftungen selbst, je nach Engagement, bieten auch eigene Veranstaltungen an, wo man sie und andere geförderte Projekte dann trifft.«

#### 4.2 Sicherung der Unabhängigkeit

Die Autonomie der Redaktionen gegenüber ihren Sponsoren ist ein zentrales Thema der Forschung zu Non-Profit-Journalismus. Befürchtet wird, dass sich reiche Stiftungen und Mäzen\*innen Einfluss auf den öffentlichen Diskurs erkaufen. Ob und wie das bei den befragten Organisationen in Deutschland vorkommt, wie sie sich davor schützen und ob es Zielkonflikte zwischen Redaktion und Spender\*innen gibt, wurde im nächsten Teil des Leitfadens geklärt.

Zuerst wurden die Interviewten gefragt, ob sie Versuche der Einflussnahme vonseiten ihrer Geldgeber wahrnehmen und wenn ja, wie diese aussehen. Alle Befragten jener Organisationen, die sich teilweise oder vollständig über private Einzelspenden finanzieren, berichteten von E-Mails oder Anrufen von Personen, die auf eine Beeinflussung in die ein oder andere Richtung abzielen. Martin Reyher von *Abgeordnetenwatch* dazu:

»Leute geben vor, sich vorstellen zu können, uns zu unterstützen, und sagen: ›Ich würde euch unterstützen, wenn das und das passiert.« Es kommt auch vor, dass Leute sagen: ›Ich habe euch jetzt die Jahre unterstützt, aber weil im Newsletter gegendert wird, entziehe ich euch meine Unterstützung.«

Sigrid März und Anna Biselli bestätigen diese Aussage für *Medwatch* und *Netzpolitik.org*. Wenig überraschend schon aufgrund der sozialen Erwünschtheit (vgl. SCHNELL et al. 2023: 325), gab keine der befragten Personen an, dass diese Art des Einflussversuchs schon einmal funktioniert hat. Die Redaktionen, die sich über Stiftungen finanzieren, gaben wiederum unisono an, dass es keine Versuche der Einflussnahme auf Inhalte gebe. Beispielhaft sagte Vera Deleja-Hotko: »Die wissen ja, was wir machen, und wir kriegen da überhaupt nicht reingequatscht. Es gibt keinen, der mir als Journalistin irgendwas sagt.« Zwei der befragten Personen berichteten sogar vom gleichsam umgekehrten Fall: Kontaktaufnahmen vonseiten der Redaktion etwa mit der Bitte um Expertise oder Kontakte für Recherchen würden abgeblockt. Alexandra Haderlein dazu:

»Bei der Schöpflin-Stiftung als unserem langjährigen und ersten Anschubfinanzier war es zum Beispiel so, dass ich aufgrund der Erfahrung, die die zum Thema gemeinnütziger Journalismus hatten, nach Expertise gefragt hatte. Und dann kam: ›Ich würde jetzt gern was sagen, aber ich darf's nicht.« Und es steht tatsächlich auch bei denen im Fördervertrag drin, dass sie sich zu bestimmten Dingen einfach nicht äußern werden.«

Ähnlich berichtete Harald Schumann, er habe während einer Recherche die Media Unit einer größeren Stiftung, die auch ihre Redaktion finanziert habe, nach einem Kontakt für eine Recherche gefragt. Dies lehnte die Stiftung ab. Die Reaktion der Stiftung lässt darauf schließen, dass dort ein hohes Bewusstsein für das Thema Unabhängigkeit zwischen Förderer und Gefördertem besteht:

»Dann hat er mich ordentlich zusammengeschissen, hat gesagt: ›Also jetzt, um das ein für alle Mal klarzustellen: Unsere Finanzierung und eure inhaltliche Arbeit gehören nicht zusammen. Und deswegen stelle mir nie wieder eine inhaltliche Frage.« Da waren die dogmatischer als wir in dem Fall.«

Um sich vor etwaigem Einfluss zu schützen, haben vier der befragten Redaktionen schriftliche Codes of Conduct, in denen sie festlegen, dass sie unabhängig arbeiten. In allen Redaktionen scheint eine Awareness dafür zu herrschen, dass die Finanzierung durch große Geldgeber problematisch sein kann. Alexandra Haderlein exemplarisch dazu:

»Ich glaube unser Sicherheitsmechanismus, auch wenn es jetzt nicht in einem geschriebenen Manifest ist, ist es, sich bewusst zu machen, dass Geld nicht unabhängig ist. Dass es da Einflussnehmer geben könnte und wir uns Gedanken machen, wie wir damit umgehen würden, wenn es so käme.«

Zusätzlich versuchen die Redaktionen bereits bei der Auswahl der Mittelgeber darauf zu achten, dass diese die journalistische Freiheit achten. Laut Harald Schumann kläre sich das bereits beim ersten Gespräch. Hermann-Josef Tenhagen sagt, dass die Unabhängigkeit bei *Finanztip* darüber sichergestellt werde, dass die journalistisch Mitarbeitenden nicht dieselben sind, die sich um die Affiliate-Links kümmern.

#### 4.3 Unterschiede in der journalistischen Arbeit

Journalist:innen in gemeinnützigen Redaktionen arbeiten offenbar anders als ihre Kolleg:innen in klassischen Medienhäusern. Die Mehrheit der befragten Personen gibt einen essenziellen Unterschied an: Klickzahlen spielen nicht die vorherrschende Rolle, speziell im Vergleich zu anderen Onlinemedien. Alle befragten Medien erscheinen online. »Aber wir sind nicht abhängig davon, dass wir viele Klickzahlen erzeugen, um dann eben Werbeeinnahmen zu haben«, sagte Anna Biselli von *Netzpolitik.org*. Clickbait-Artikel seien kein Thema. Susanne Kailitz von *Veto Mag*, meinte, keinen »Verkaufsdruck« zu haben, was »schon etwas Angenehmes« sei. Martin Reyher von *Abgeordnetenwatch* sprach weitere Vorteile seiner Arbeit an:

»Zum einen vollkommene Unabhängigkeit bei der Themenwahl. Also mir hat noch nie jemand im Team gesagt, was ich machen soll. Ausreichend Zeit, also alle Zeit der Welt. Kein Produktionsdruck. Und man muss auch sagen, so eine ganz gute Work-Life-Balance.«

Es lässt sich konstatieren, dass gemeinnütziger Journalismus außerhalb der Marktlogik produziert wird und dass die Journalist\*innen frei jenen Themen nachgehen können, von denen sie vermuten, dass sie im öffentlichen Interesse sind und nicht nur im kumulierten privaten Interesse. Trotzdem gaben sie an, dass sie natürlich möchten, dass ihre Stücke gelesen werden.

Ein weiterer Unterschied in der Arbeitsweise von gemeinnützigen Redaktionen ist ihr größerer Wille zur Kooperation mit anderen Medien. Die Gründe sind verschieden. Oftmals sind die Redaktionen darauf angewiesen, mit reichweitenstärkeren Medien zu kooperieren, um ihre Themen bzw. Anliegen einem größeren Publikum zugänglich zu machen. Martin Reyher von *Abgeordnetenwatch* sagte:

»Am Anfang war es so: Wir haben etwas recherchiert, haben Medien das geschenkt, indem wir gesagt haben: »Wollt ihr das exklusiv haben?« Und dann haben sie darüber berichtet. Der zweite Schritt war, dass wir Medien angefragt haben, ob man eine Geschichte gemeinsam weiter recherchiert und ausrecherchiert.«

Ähnliches berichtete auch Vera Deleja-Hotko von *FragDenStaat*, die unter anderem schon mit der *Zeit* und dem RBB zusammengearbeitet hatte und sagte, ihre Redaktion habe wahrscheinlich mit jeder Investigativ-Redaktion in Deutschland schon Kontakt gehabt:

»Weil wir wollten, dass unsere Inhalte geteilt werden, haben wir am Anfang Redaktionen oft Beiträge geschickt und gehofft, dass sie darüber berichten, weil wir das berichtenswert finden, ohne darauf zu pochen, dass die uns jetzt nennen.«

Anna Biselli von *Netzpolitik.org* meinte, dass ihre Redaktion eine große Freiheit zur Kooperation spürt:

»Wir müssen jetzt nicht die sein, die die Klicks für diese Story kriegen, sondern wir wollen, dass die Story eine möglichst große Reichweite hat. Egal, ob die jetzt direkt bei uns auf die Seite geht oder ob die woanders veröffentlicht wird. Wir sind frei darin zu sagen, mit euch können wir zusammenarbeiten, ohne so ein Konkurrenzverhalten. Und ich glaube, dass das etwas ist, was gemeinwohlorientierten und anders finanzierten Journalismus wichtig macht.«

Auch Harald Schumann von *Investigate Europe* betonte die Relevanz von Kooperationen:

»Dieses ganze Exklusivitätsgehuber ist nur die ursprüngliche Logik unserer kommerziellen Arbeitgeber, die sich aus absurden Gründen auch die Öffentlich-Rechtlichen zu eigen gemacht haben, obwohl sie überhaupt keinen kommerziellen Druck haben.«

Schumann sprach davon, dass seine Redaktion derzeit mit dem Rechercheverbund aus WDR, NDR und *Süddeutscher Zeitung* zusammenarbeite. Die gemeinnützigen Redaktionen dieser Studie sind außerdem teilweise spezialisiert auf bestimmte Sachgebiete. Andere Journalist\*innen und Medienhäuser kommen dementsprechend auf sie zu, um von ihrer Expertise zu profitieren und sich beraten zu lassen.

Gleichzeitig verändert die Art der Finanzierung auch die Redaktionsstruktur. Harald Schumann dazu:

»Der Unterschied ist wie Tag und Nacht. Als normaler Angestellter im Newsroom hast du Vorgesetzte, die dir sagen: Heute machst du das und morgen machst du das. Und wenn es geht, machst du nachher noch den zweiten Artikel. Also da herrschen Fließbandproduktion und eine unglaubliche Hierarchie. Wir haben gemeinsame Themenauswahl.«

Ob es in gemeinnützigen Redaktionen zu Mehrarbeit für Journalist\*innen kommt, bewerten die Interviewten unterschiedlich. Vier der zehn Befragten meinten, ihr Finanzierungsmodell habe keine Mehrarbeit für Redaktionsmitglieder zur Folge. Andere berichten davon, dass sich Mehrarbeit vor allem auf Leitungs- und Gründer\*innenebene zeigt. Laut Dörthe Ziemer, die gleichzeitig Gründerin von *Wokreisel* und journalistisch tätig ist, muss Arbeitszeit für Fördermitelanträge und administrative Tätigkeiten aufgewendet werden. Stefan Lauer merkte an, dass bei *Belltower News* alle Arbeiten rund um das journalistische Produkt, wie Lektorat, Social Media und CMS (Content Management System), in

wenigen Händen liegen würden. Dies dürfte allerdings eher mit der Größe der Redaktion als mit der Finanzierungsart zusammenhängen.

Wie die Redaktionen ihren Impact nachweisen (müssen), kommt darauf an, wie sie sich finanzieren. Organisationen, die auf Kleinspenden setzen, müssen keinen formellen Nachweis über ihre Arbeit erbringen. Sie zeigen ihren Impact aber auf, um damit neue Spenden zu generieren. Die Redaktionen, die von Stiftungen finanziert werden, liefern, bis auf eine, jährlich einen Impact-Nachweis. Susanne Kailitz von *Veto Mag* berichtete davon, dass die Stiftungen etwa Zugriffszahlen abfragen. Bei den *Relevanzreportern Nürnberg* werden Zahlen nicht ausdrücklich nachgefragt – Alexandra Haderlein gab zu Protokoll:

»In den Verträgen mit den Geldgebern steht, was Zielanlass ist, also wofür es das Geld gibt. Du musst auch einen Budgetplan einreichen mit Zahlen, die belegen und nachweisen, was du tust. Ein explizites Abfragen davon im Nachgang hatten wir jetzt in der Form noch nicht.«

Nur wenige Interviewte haben davon gehört, dass Förderungen an Bedingungen geknüpft sind. Sigrid März von *MedWatch* erzählte: »Zum Beispiel das Media Lab in Bayern sagt schon immer: ›Das Geförderte muss etwas Innovatives haben. Und Innovation definieren wir so.« Das ist schon sehr strikt. Und wenn man da nicht reinpasst, dann wird das auch nichts.«

## 5. Fazit

Die Studie zeigt, dass sich der gemeinnützige Journalismus in Deutschland variabel finanziert. Bereits erforschte Wege wie die Finanzierung über die Crowd, Mitgliedschaften oder Stiftungen werden genutzt entweder weitgehend exklusiv oder in Kombination. Gleichzeitig werden auch andere Wege beschritten, etwa die Finanzierung über staatliche Gelder, die z. B. über Landesförderprogramme, das Bundespresseamt oder die Bundeszentrale für politische Bildung vergeben werden. Das Fundraising findet dabei online, etwa über Newsletter, E-Mails oder Spendenaufrufe auf den eigenen Homepages statt, wobei man mit vergangenen erfolgreichen Recherchen wirbt. Auf der anderen Seite werden Förderungen bei größeren Stiftungen beantragt oder in persönlichen Gesprächen angebahnt. Die Dauer dieser Prozesse ist dabei sehr verschieden und hängt von den Verfahren der Geldgeber ab, genannt wurden Spannen zwischen acht Wochen und neun Monaten.

Inhaltlich zeigten die Interviews keine Abhängigkeiten der Redaktionen von ihren Geldgebern. Dies war angesichts des potenziell verzerrenden Faktors der sozialen Erwünschtheit auch nicht zu erwarten gewesen; andererseits ist es plausibel, dass einer direkten Einflussnahme durch die Redaktionen bereits mit einer wertegeleiteten Vorauswahl der Geldgeber vorgebeugt wird. Finanziell

sind sie teilweise definitiv von den Finanziers abhängig. Die Organisationen stehen unter Druck, immer wieder an neue Geldtöpfe zu kommen. Dementsprechend sprachen einige der Interviewten von teilweise finanziell prekären Lagen, in denen sie sich befanden bzw. immer noch befinden. Hinzu kommt, dass davon ausgegangen werden kann, dass immer mehr gemeinnützige Medien entstehen werden. Ob sich das Gesamtbudget der von Stiftungen und anderen Finanziers bereitgestellten Mittel auch erhöhen wird, ist unklar. Dies könnte zu verschärften Verteilungskämpfen und einer Abnahme der Kooperationsfreudigkeit der gemeinnützigen Medien führen. Erstaunlich war zudem der Befund, dass große Stiftungen teilweise stärker auf einen Nicht-Kontakt außerhalb der direkten Fördersituation bedacht sind als die geförderten Redaktionen und journalistische Anfragen von Letzteren prinzipiell ablehnend bescheiden, um nicht in den Ruch einer unlauteren Nähe zu kommen.

Die Interviews zeigen große Unterschiede der Arbeit in gemeinnützigen Redaktionen im Vergleich zur Arbeit in privatwirtschaftlichen Medien: Es werden große Autonomie bei Themenwahl und Recherchezeit betont sowie eine hohe Bereitschaft zur Kooperation mit anderen Medien; Marktlogiken scheinen kaum eine Rolle zu spielen. Es ist auch nicht zu sehen, dass Geldgeber\*innen durch die Forderung nach konkreten, beeindruckenden Impact-Nachweisen die Redaktionen unter starken Druck setzen würden. Zugleich ist zu konstatieren, dass in nur wenigen Redaktionen spezialisierte Mitarbeiter\*innen für das Fundraising existieren, so dass diese Arbeit auf Schultern in Geschäftsführung, Redaktion oder Layout lastet.

Damit der gemeinnützige Journalismus in Zukunft eine größere Rolle innerhalb des Mediensystems spielen kann, muss er auf steuerrechtlich gesicherte Füße gestellt sein. Das war im Koalitionsvertrag der zerbrochenen Ampel-Regierung auch so vereinbart worden. Das Vorhaben schien im vergangenen Sommer einen großen Schritt nach vorne gemacht zu haben: Mit einem sogenannten Anwendungserlass zur Abgabenordnung wollte die Bundesregierung die Finanzämter im Juli 2024 anweisen, Non-Profit-Medien einheitlich zu bewerten und ihnen die für gemeinnützige Organisationen geltenden steuerrechtlichen Erleichterungen zu gewähren. Das Vorhaben scheiterte allerdings am Widerstand der Bundesländer. Im neuen Koalitionsvertrag von CDU, CSU und SPD vom April 2025 heißt es nun: »Im Sinne der flächendeckenden Versorgung mit journalistischen Angeboten schaffen wir mit Blick auf die Gemeinnützigkeit Rechts-sicherheit.« (CDU/CSU/SPD 2025)

Die rechtliche Lage ist also weiterhin unklar. Betreffende Organisationen müssen ihren Gemeinnützigkeitsstatus bislang über andere Tätigkeiten als die Produktion journalistischer Inhalte erlangen und absichern, etwa über Bildungsarbeit. Viele der Interviewten sprachen in der offenen Antwortrunde am Ende der Interviews davon, dass die Anerkennung der Gemeinnützigkeit für ihre

Redaktionen für ihr zukünftiges Bestehen unabdingbar sei. Ein starker Non-Profit-Journalismus könnte die Lücken teilweise füllen, die eine schwächelnde Privatmedien-Landschaft und öffentlich-rechtliche Anstalten auf Sparkurs hinterlassen.

## Über die Autoren

**Sebastian Gall** (\*1990) hat am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig den Master of Science Journalismus abgeschlossen. Dieser Artikel ist aus seiner Masterarbeit heraus entstanden. Er arbeitet als fester freier Mitarbeiter in der Onlineredaktion von MDR Sachsen-Anhalt.

**Uwe Krüger**, Dr. (\*1978) ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig und Forschungs-koordinator des dortigen Zentrums Journalismus und Demokratie. Er lehrt im Masterstudiengang Journalismus. 2017 hat er das Netzwerk Kritische Kommunikationswissenschaft (KriKoWi) mitgegründet. Kontakt: uwe.krueger@uni-leipzig.de

## Literatur

- BALLWIESER, DENNIS A.; BÖLL, SVEN; KRAMP, LEIF; LEIFERT, STEFAN; MEYER, FLORIAN PAULUS; NOVY, LEONARD; SCHMIDT, BJÖRN B.; SCHWICKERT, DOMINIC; WENZLAFF, KARSTEN: *Journalismus 2020 – Perspektiven für den Journalismus in der digitalen Moderne*. Berlin [Stiftung Neue Verantwortung] 2011. [https://www.researchgate.net/publication/275033456\\_Journalismus\\_2020\\_-\\_Perspektiven\\_fur\\_den\\_Journalismus\\_in\\_der\\_digitalen\\_Moderne](https://www.researchgate.net/publication/275033456_Journalismus_2020_-_Perspektiven_fur_den_Journalismus_in_der_digitalen_Moderne)
- BECKER, ANDREAS: Unabhängige Journalisten? 2,5 Millionen Euro Steuergeld für »Correctiv«. In: *Nordkurier* vom 21.2.2024. <https://www.nordkurier.de/politik/25-millionen-euro-steuergeld-so-finanziert-die-bundesregierung-correctiv-2286988>
- BENSON, RODNEY: Can Foundations Solve the Journalism Crisis? In: *Journalism*, 19(8), 2017, S. 1059–1077. <https://doi.org/10.1177/1464884917724612>
- BENSMANN, MARCUS; VON DANIELS, JUSTUS; DOWIDEIT, ANETTE; PETERS, JEAN, KELLER, GABRIELA: Geheimplan gegen Deutschland. In: *Correctiv* vom 10.01.2024. <https://correctiv.org/aktuelles/neue-rechte/2024/01/10/geheimplan-remigration-vertreibung-afd-rechtsextreme-november-treffen/>
- BIRNBAUER, BILL: *The Rise of Nonprofit Investigative Journalism in the United States*. New York [Routledge] 2019

- BITSCHNAU, MARCO; KOOS, SEBASTIAN: *Die schweigende Mehrheit auf der Straße? Ergebnisse einer Befragung von Teilnehmer:innen an den Protesten gegen Rechtsextremismus*. Policy Paper Nr. 15 des Cluster of Excellence »The Politics of Inequality«. Konstanz [Universität Konstanz] 2024. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-2-1hm7xp5jmxwdu2>
- VON CASTELL, FREDERIK: Ärger um Geld von der Bundesregierung. Wie man Journalismus und Misstrauen gleichzeitig fördert. In: *Übermedien* vom 13.8.2022. <https://uebermedien.de/75145/wie-man-journalismus-und-misstrauen-gleichzeitig-foerdert/>
- CDU; CSU; SPD (2025): *Verantwortung für Deutschland. Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD, 21. Legislaturperiode*. <https://www.tagesschau.de/inland/koalitionsvertrag2025-100.pdf>
- DEGEN, MATTHIAS; SPILLER, RALF: Crowdfunding im Journalismus. In: LOBIGS, FRANK; VON NORDHEIM, GERRET (Hrsg.): *Journalismus ist kein Geschäftsmodell. Aktuelle Studien zur Ökonomie und Nicht-Ökonomie des Journalismus*. Baden-Baden [Nomos] 2012, S. 201–218
- EICHHORN, LEA; BECKER, JOCHEN: Journalisten im Auftrag der US-Regierung? Vorwürfe gegen OCCRP. In: *NDR.de* vom 4.12.2024. <https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Journalisten-im-Auftrag-der-US-Regierung-Vorwurfe-gegen-OCCRP,occrp102.html>
- EISENEGGER, MARK: Dem digitalen Strukturwandel der Öffentlichkeit auf der Spur – Zur Einführung. In: EISENEGGER, MARK; PRINZING, MARLIS; ETTINGER, PATRIK; BLUM, ROGER (Hrsg.): *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen*. Wiesbaden [Springer vs] 2021, S. 1–14. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-32133-8\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-32133-8_1)
- FERRUCCI, PATRICK; NELSON, JAKOB L.: The new advertisers: How foundation funding impacts journalism. In: *Media and Communication*, 7(4), 2019, S. 45–55. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2251>
- FLÖTHER, CHONI; WERNER, MALTE: *Journalism Value Report. Mapping the State of Public Interest Journalism in Europe*. Berlin [Netzwerk Recherche] 2024. <https://journalismvalueproject.eu/wp-content/uploads/sites/6/2024/11/compressed-report-Wordpress-2.pdf>
- FRÜHBRODT, LUTZ (2019): Warum Stiftungen den Journalismus stärker fördern sollten. In: KRONE, JAN (Hrsg.): *Medienwandel kompakt 2017–2019. Schlaglichter der Veränderung in Kommunikation, Medienwirtschaft, Medienpolitik und Medienrecht – Ausgewählte Netzveröffentlichungen*. Wiesbaden [Springer vs] 2019, S. 217–223. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-27319-4\\_36](https://doi.org/10.1007/978-3-658-27319-4_36)
- HOLLAND-LETZ, MATTHIAS: Wenn Stiftungen Journalismus finanzieren. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 30(4), 2017, S. 91–98. <https://doi.org/10.1515/fjsb-2017-0090>

- HUMBORG, CHRISTIAN; NGUYEN, THUY ANH: *Die publizistische Gesellschaft. Journalismus und Medien im Zeitalter des Plattformkapitalismus*. Wiesbaden [Springer vs] 2018. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-20959-9\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-658-20959-9_12)
- KONIECZNA, MAGDA: *Journalism Without Profit: Making News When the Market Fails*. Oxford [Oxford University Press] 2018
- KRÜGER, UWE: Der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit und die German Angst. In: HOOFFACKER, GABRIELE; KENNTEMICH, WOLFGANG; KULISCH, UWE (Hrsg.): *Die neue Öffentlichkeit. Wie Bots, Bürger und Big Data den Journalismus verändern*. Wiesbaden [Springer vs] 2018, S. 9–25. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-20809-7\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-658-20809-7_2)
- KRÜGER, UWE; KNORR, CHARLOTTE; FINKE, FLORIAN: Cross-Border Non-Profit Investigative Journalism Networks: A Structural Analysis of the Field. In: MEERS, JELTER; HOUSTON, BRANT (Hrsg.): *Academic Track Reader. A Collection of Research Papers Submitted for the Global Investigative Journalism Conference*. Investigative Journalism Education Consortium, 2019, S. 404–429. <https://ijec.org/wp-content/uploads/2019/11/AcademicReaderGIJC19.pdf>
- KUCKLICK, CHRISTOPH; NIGGEMEIER, STEFAN; ZIMMERMANN, FELIX W.: Der Correctiv-Bericht verdient nicht Preise, sondern Kritik – und endlich eine echte Debatte. In: *Übermedien* vom 30.07.2024. [https://uebermedien.de/97285/der-correctiv-bericht-verdient-nicht-preise-sondern-kritik-und-endlich-eine-echte-debatte/#steady\\_paywall](https://uebermedien.de/97285/der-correctiv-bericht-verdient-nicht-preise-sondern-kritik-und-endlich-eine-echte-debatte/#steady_paywall)
- KURP, MATTHIAS: Die Finanzierungslücke. In: *M – Menschen machen Medien* vom 25.03.2016. <https://mmm.verdi.de/beruf/die-finanzierungsluecke-26095/>
- LILIENTHAL, VOLKER: Recherchejournalismus für das Gemeinwohl. Correctiv – eine Journalismusorganisation neuen Typs in der Entwicklung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(4), 2017, S. 659–681. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-4-659>
- MAYRING, PHILIPP: *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. 13., überarbeitete Auflage. Weinheim [Beltz] 2022
- MEIER, KLAUS; SCHÜTZENEDER, JONAS; GARCÍA AVILÉS, JOSÉ ALBERTO; VALERO-PASTOR, JOSÉ MARIA; KALTENBRUNNER, ANDY; LUGSCHITZ, RENÉE; PORLEZZA, COLIN; FERRI, GIULIA; WYSS, VINZENZ; SANER, MIRCO: Examining the Most Relevant Journalism Innovations: A Comparative Analysis of Five European Countries from 2010 to 2020. In: *Journalism and Media* 3, 2022, S. 698–714. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3040046>
- NETZWERK RECHERCHE: *Leuchtturm 2024 für Correctiv-Recherche »Geheimplan gegen Deutschland«*. 2024. Verfügbar unter: <https://netzwerkrecherche.org/leuchtturm-2024-fuer-correctiv-recherche-geheimplan-gegen-deutschland/>
- PHILIPPIN, YANN; CANDEA, STEFAN: The hidden links between a giant of investigative journalism and the us government. In: *Mediapart* vom 2.12.2024.

- <https://www.mediapart.fr/en/journal/international/o21224/hidden-links-between-giant-investigative-journalism-and-us-government>
- PÖTTKER, HORST: Der Beruf zur Öffentlichkeit. Über Aufgabe, Grundsätze und Perspektiven des Journalismus in der Mediengesellschaft aus der Sicht praktischer Vernunft. In: BROSDA, CARSTEN; MÜLLER, DANIEL (Hrsg.): *Horst Pöttker: Beruf zu Öffentlichkeit. Ausgewählte Schriften zu Theorie, Ethik, Geschichte und Perspektive des Journalismus*. Köln [Herbert von Halem] 2025, S. 114–142
- PRINZING, MARLIS; GATTERMANN, CAROLIN: Finanziert! Journalismus, den die Crowd kauft. Eine Studie zu Crowdfunding als Finanzierungsmöglichkeit von Journalismus. In: PAGEL, SVEN (Hrsg.): *Schnittstellen (in) der Medienökonomie*. Baden-Baden [Nomos] 2015, S. 188–212
- PRZYBORSKI, AGLAJA; WOHLRAB-SAHR, MONIKA: *Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch*. 5. Auflage. Berlin & Boston [De Gruyter] 2021
- REISIN, ANDREJ: Die Kritik an Correctiv ignoriert, was wir über Rechtsextremismus wissen. In: *Übermedien* vom 8.8.2024. <https://uebermedien.de/97382/die-kritik-an-correctiv-ignoriert-was-wir-ueber-rechtsextremismus-wissen/>
- REUTER, STEPHANIE: Non-Profit-Journalismus – eine medienpolitische Weichenstellung für die kommende Dekade. In: LEGRAND, JUPP; LINDEN, BENEDICT; ARLT, HANS-JÜRGEN (Hrsg.): *Welche Öffentlichkeit brauchen wir? Zur Zukunft des Journalismus und demokratischer Medien*. Wiesbaden [Springer vs] 2023, S. 111–124. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-39629-9\\_10](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-39629-9_10)
- ROSEMAN, EMILY; MCLELLAN, MICHELE; HOLCOMB, JESSE: *INN Index 2021: The State of Nonprofit News, Rising to New Challenges and Public Needs in a Crisis Year*. Encino, Kalifornien [Institute for Nonprofit News] 2021. <https://inn.org/wp-content/uploads/2021/06/INN-Index-2021-Report.pdf>
- RUCHT, DIETER: *Für Demokratie – gegen Rechtsextremismus. Profil und Dynamik der jüngsten Protestwelle*. ipb working paper series, 1/2024. Berlin [ipb] 2024. [https://protestinstitut.eu/wp-content/uploads/2024/05/ipb\\_paper-1-2024\\_Rucht\\_Fuer-Demokratie-2.pdf](https://protestinstitut.eu/wp-content/uploads/2024/05/ipb_paper-1-2024_Rucht_Fuer-Demokratie-2.pdf)
- SANDER, LALON; ANSA, SEAN ELIAS: Größte Protestwelle in der BRD. In: *taz.de*, 15.5.2024. <https://taz.de/Demonstrationen-gegen-rechts/!601089/>
- SCHIFFRIN, ANYA; ZUCKERMAN, ETHAN: Can We Measure Media Impact? Surveying the Field. In: *Stanford Social Innovation Review*, Fall, 2015, S. 47–51. <https://doi.org/10.48558/atth-se69>
- SCHNEEDLER, THOMAS; SCHUSTER, MARCUS: *Gemeinnütziger Journalismus weltweit – Typologie von journalistischen Non-Profit-Organisationen*. Berlin [Netzwerk Recherche] 2015. <https://netzwerkrecherche.org/wp-content/uploads/2015/10/Report-Gemeinnutziger-Journalismus-weltweit.pdf>
- SCHNELL, RAINER; HILL, PAUL B.; ESSER, ELKE: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 12. Auflage. Oldenbourg [De Gruyter] 2023

- SCOTT, MARTIN; BUNCE, MEL; WRIGHT, KATE: Donor Power and the News: The Influence of Foundation Funding on International Public Service Journalism. In: *The International Journal of Press/Politics*, 22(2), 2017, S. 163–184. <https://doi.org/10.1177/1940161217693394>
- SCOTT, MARTIN; BUNCE, MEL; WRIGHT, KATE: Foundation funding and the boundaries of journalism. In: *Journalism Studies*, 20(14), 2019, S. 2034–2052. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1556321>
- WEICHERT, STEPHAN: Der dritte Weg: Warum wir stiftungsfinanzierte Medien brauchen. In: KRAMP, LEIF; NOVY, LEONARD; BALLWIESER, DENNIS; WENZLAFF, KARSTEN (Hrsg.): *Journalismus in der digitalen Moderne*. Wiesbaden [Springer VS] 2013, S. 213–231. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-01144-4\\_17](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-01144-4_17)
- WERNER, MALTE: *The New Sector. Report on Independent Public Interest Journalism in Europe*. Netzwerk Recherche, 2022. <https://netzwerkrecherche.org/map/>
- ZIMMERMANN, FELIX W.: Vosgerau scheitert gegen Correctiv vor OLG Hamburg. In: *Legal Tribune Online* vom 27.03.2024. <https://www.lto.de/recht/hintergruende/h/vosgerau-afd-correctiv-geheimplan-gegen-deutschland-olg-hamburg>