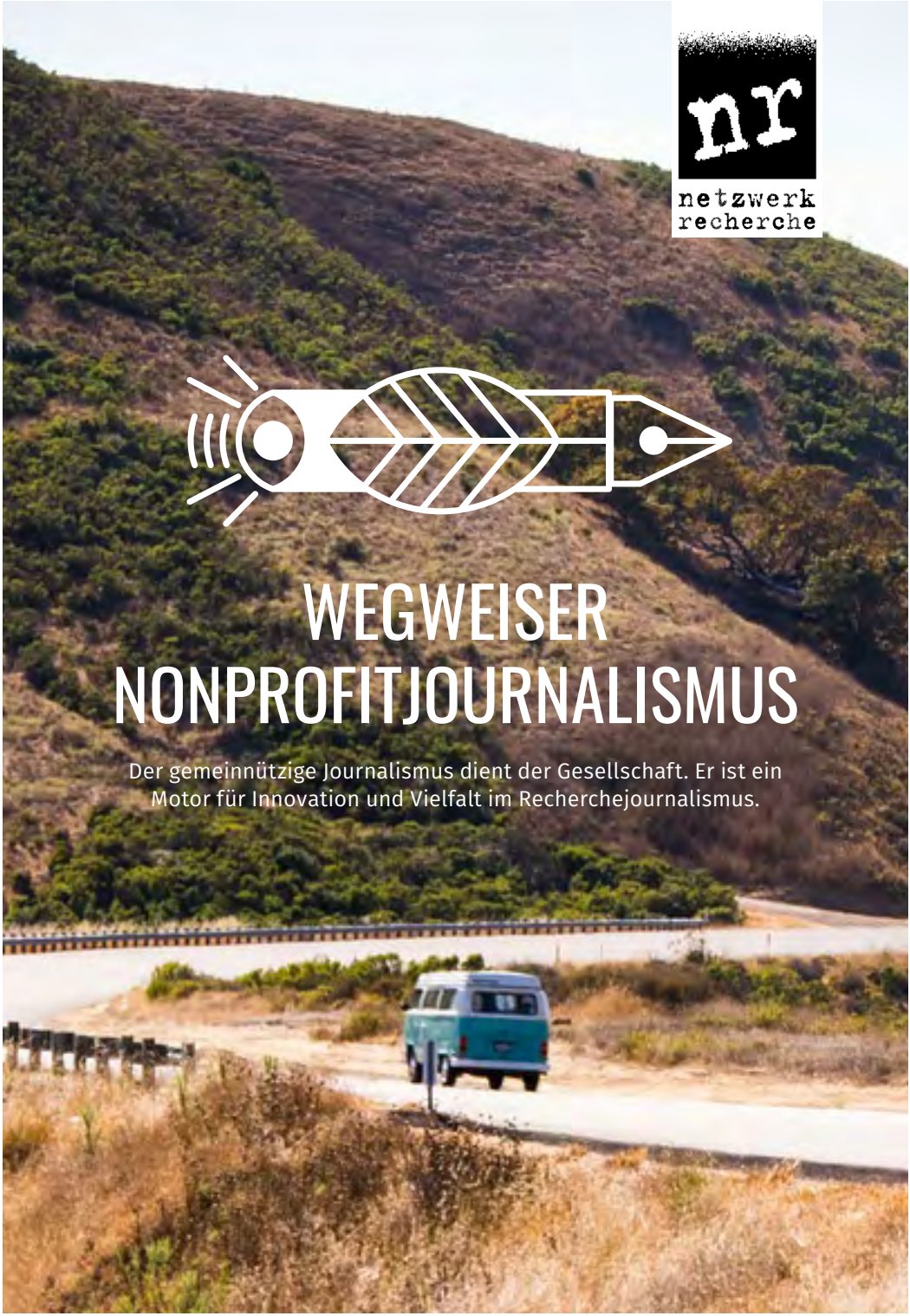

netzwerk recherche

WEGWEISER NONPROFITJOURNALISMUS

Der gemeinnützige Journalismus dient der Gesellschaft. Er ist ein Motor für Innovation und Vielfalt im Recherchejournalismus.

Gemeinnützigkeit kann
den Journalismus verändern.
Wir zeigen dir wie.

CAMPUS

Amateurfunk, Modellflug und Hundesport haben eines gemeinsam: Sie alle können nach deutschem Steuerrecht als gemeinnützig anerkannt werden – und damit z. B. Steuervergünstigungen erhalten. Die Begründung: Sie fördern die Allgemeinheit „auf materiellem, geistigem oder sittlichem Gebiet“. Für Journalismus, der zur öffentlichen Meinungsbildung in demokratischen Gesellschaften beiträgt, ist dieses Privileg nicht vorgesehen – und doch möglich. Der Campus für gemeinnützigen Journalismus zeigt euch wie: mit Informationsangeboten zur Gemeinnützigkeit, Gründer-Workshops, Projektförderung und Vernetzungsmöglichkeiten.

INHALT

4 WAS IST NONPROFITJOURNALISMUS?

Journalismus dient zwar dem Gemeinwohl, gemeinnützig ist er trotzdem nicht. Was aber ist dann gemeinnütziger Journalismus? Wir klären auf.

6 GRÜNDEN

Start-ups sorgen für Innovationen im Journalismus. Dafür brauchen sie mehr als eine gute Idee und Startkapital. Sie brauchen einen Plan.

8 GEMEINNÜTZIGKEIT

Bitte nicht verwechseln mit Ehrenamt und Vereinsmeierei. Gemeinnützigkeit kann sich für Start-ups auszahlen – man muss sie nur erlangen.

10 TRAINING

In der Journalisten-Ausbildung geht es in erster Linie um’s Handwerk. Richtig so! Aber abseits der Lehrpläne gibt es noch so viel mehr.

12 VERNETZUNG

Ihr seid nicht allein. Viele Journopreneure standen vor ähnlichen Herausforderungen wie ihr. Nutzt ihren Erfahrungsschatz!

14 RECHERCHESTIPENDIEN

15 IMPRESSUM

FAQ: Nonprofit-journalismus

Journalismus dient zwar dem Gemeinwohl, ist deshalb aber nicht automatisch gemeinnützig. Was ist dann gemeinnütziger Journalismus? Wir klären auf!

WAS IST NONPROFIT-JOURNALISMUS?

Unter Nonprofit- oder gemeinnützigem Journalismus versteht man journalistische Organisationen und Initiativen, die ohne Profitabsichten journalistisch arbeiten. Im engeren Sinne handelt es sich dabei um Organisationen, die von den Finanzbehörden als gemeinnützig anerkannt sind.

WARUM BRAUCHEN WIR IHN?

Nonprofitjournalismus ist nicht der Ausweg aus der Medienkrise, aber eine Alternative zu den traditionellen Geschäftsmodellen privater Medienunternehmen und dem gebührenfinanzierten öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Spenden, Stiftungsgelder oder Mitgliedsbeiträge ermöglichen vielerorts die Umsetzung kreativer Projekte und treiben so Innovationen im Journalismus voran.

WO LIEGEN DIE VORTEILE?

Durch den Nonprofitjournalismus entstehen neue Strukturen, von denen Journalisten unmittelbar profitieren. Start-ups schaffen Arbeitsplätze, andere Nonprofit-Projekte fördern die weltweite Vernetzung von Kollegen oder entwickeln hilfreiche Recherche-Werkzeuge. Stiftungsgelder oder Crowd- ▶

DER NONPROFIT JOURNALISMUS ERÖFFNET DIR VIELE NEUE MÖGLICHKEITEN. DU MUSST SIE NUR ERGREIFEN.

funding ermöglichen vor allem Freiberuflern umfangreiche Recherchen – auch zu Nischenthemen, die sonst möglicherweise untergehen würden.

NUR EIN NEUER HYPE?

In den USA sind in den vergangenen 20 Jahren Dutzende gemeinnützige Recherchebüros gegründet worden, von denen viele mittlerweile solide wirtschaften und herausragenden Journalismus betreiben (z. B. ProPublica). Auch in Deutschland gibt es schon lange gemeinnützige Medienorganisationen wie z. B. die Kontext Wochenzeitung. Allerdings haben es Projekte in den USA leichter, von den Finanzbehörden als gemeinnützig anerkannt zu werden.

WIE ERLANGE ICH GEMEINNÜTZIGKEIT?

Am einfachsten, indem du einen Schach- oder einen Modellflug-Verein gründest ;-). Beides dient der Förderung der Allgemeinheit und erfüllt damit die Vorgaben der „Abgabenordnung“, in der die Voraussetzungen für die Erlangung von Gemeinnützigkeit geregelt sind. Journalistische Projekte müssen die Gemeinnützigkeit deshalb oftmals über Umwege beantragen (z. B. über Bildungsangebote).

WAS HABE ICH KONKRET DAVON?

Eine als gemeinnützig anerkannte Organisation genießt steuerliche Vergünstigungen, z. B. die Befreiung von der Körperschaft- und Gewerbesteuer. Ein Anreiz für Spender und Mitglieder ist die Möglichkeit, Spenden und Mitgliedsbeiträge steuerlich geltend zu machen (Spendenquittung). Und mit einem amtlich bestätigten Verzicht auf Profitmaximierung lassen sich potenzielle Geldgeber sicherlich eher überzeugen. Bei manchen Fördereinrichtungen ist die Gemeinnützigkeit von Förderungsempfängern sogar Voraussetzung.

IST GEMEINNÜTZIGE ARBEIT EHRENAMTLICH?

Gemeinnützigkeit bedeutet nicht automatisch, für lau zu arbeiten. Auch gemeinnützige Redaktionen müssen versuchen, ein nachhaltiges Finanzierungsmodell zu entwickeln, um langfristig am Markt bestehen zu können. Aber um ehrlich zu sein: In der Gründungsphase ist ein gewisser Grad von Selbstausbeutung nicht zu verhindern.

Gründen

Die gute Nachricht: Die Zahl journalistischer Nonprofits steigt. Die schlechte: Nicht alle überleben. Wir stellen die wichtigsten Punkte vor, die beim Gründen eines journalistischen Start-up beachtet werden sollten.

FINANZEN

So schön eine Anschubfinanzierung oder gelegentliche Finanzspritzen sind – wer nicht schon früh scheitern will, braucht noch früher eine Langzeitstrategie. Ein Tipp: Sich nicht auf eine Einkommensquelle verlassen, sondern unterschiedliche Töpfe anzapfen (Stiftungsgelder, öffentliche Fördermittel, Abos, Werbung, Veranstaltungen, etc.).

BWL FÜR NONPROFIT-NOOBIES

Das Thema ist vielleicht nicht sexy, aber wer ernsthaft darüber nachdenkt zu gründen, darf das Geschäftliche nicht aus den Augen verlieren und sollte Antworten auf Fragen wie diese haben: Was ist mein Geschäftsmodell? Wie positioniere ich mich auf dem Markt? Welchen Eintrittsbarrieren (z.B. Konkurrenz) muss ich mich stellen? Wer ist mein Publikum? Wie erreiche ich es?

UNABHÄNGIGKEIT BEWAHREN

Die journalistische Unabhängigkeit behält auch bei alternativen Finanzierungswegen wie Stiftungsförderungen oberste Priorität. Trotz des finanziellen Abhängigkeitsverhältnisses müssen Eingriffe in redaktionelle Abläufe und journalistische Produkte tabu sein. Dies sollte vorab zwischen den Beteiligten klar kommuniziert werden.

Grow-Stipendien
Wir wollen „Geburtshelfer“ für neue journalistische Angebote sein, um die Vielfalt und Innovationskraft des Journalismus zu stärken.
Deshalb vergibt Netzwerk Recherche gemeinsam mit der Schöpflin Stiftung Gründungsstipendien für Projekte im gemeinnützigen Journalismus. Neben einer Anschubfinanzierung in Höhe von jeweils 3.000 Euro versorgen wir die Gewinner mit dem nötigen Know-how, damit das journalistische Start-up ein Erfolg werden kann. Außerdem vernetzen wir die Stipendiaten mit der lebendigen Szene des Nonprofitjournalismus und vermitteln hilfreiche Kontakte.

Mehr Infos im Netz unter
nonprofitjournalismus.de

TRANSPARENZ HERSTELLEN

Journalisten fordern von anderen Institutionen gerne mehr Transparenz ein. Deshalb sollten wir selbst mit gutem Beispiel vorangehen und der Öffentlichkeit mitteilen, woher das Geld für die eigenen Projekte kommt. Das ist auch ratsam, um Vorwürfen von Interessenkonflikten entgegentreten zu können.

KOOPERATIONEN

Da sich Kooperationen zwischen traditionellen Medien und journalistischen Nonprofits häufen, sollten vor allem die Juniorpartner darauf pochen, Verantwortlichkeiten, finanzielle Rahmenbedingungen sowie die Projektorganisation im Vorfeld vertraglich zu regeln.

IMPACT

Alle, die etwas zu sagen haben und damit jemanden erreichen möchten, sollten über den mancherorts verpönten Begriff „impact“ nachdenken. Auch wenn es keine Garantie gibt: Wer möchte, dass die eigene Geschichte durchschlagenden Erfolg hat, muss gut planen und sauber arbeiten.

FAQ: Gemeinnützigkeit

Nicht zu verwechseln mit Ehrenamt und Vereinsmeierei! Wer beim Gründen auf Gemeinnützigkeit setzt, hat viele Vorteile. Zeit, mit ein paar Vorurteilen aufzuräumen.

WER ENTSCHEIDET, WAS GEMEINNÜTZIG IST?

Die Abgabenordnung (AO) ist das zentrale deutsche Steuergesetz und regelt, was von den Finanzämtern als gemeinnützig anerkannt werden kann. In § 52 sind die „gemeinnützigen Zwecke“ aufgezählt, darunter die Förderung von Wissenschaft und Forschung, von Religion, von Tierschutz, Sport, Kleingärtnerei, Karneval, Amateurfunk und manchem mehr.

FÄLLT AUCH JOURNALISMUS DARUNTER?

Hinweise darauf, dass auch Journalismus gefördert werden kann, sucht man in der AO vergeblich. Zwar ist von „Volks- und Berufsbildung“ die Rede. Jedoch werden bislang in der Regel nur jene Journalismus-Organisationen als gemeinnützig anerkannt, die konkrete Bildungsarbeit machen, also zum Beispiel Seminare veranstalten.

WOZU BRAUCHEN RECHERCHEURE DIE GEMEINNÜTZIGKEIT?

Eine Organisation, die vom Finanzamt als gemeinnützig anerkannt wird, erhält Steuervergünstigungen (z. B. die Befreiung von der Körperschaft- und Gewerbesteuer) und die Möglichkeit, Spendenbescheinigungen auszustellen. Für potenzielle Förderer ist dies ein Anreiz, weil sie ihre Spenden oder Mitgliedsbeiträge so ebenfalls steuerlich geltend machen können. Spendern und Lesern signalisiert der Nonprofit-Status außerdem, dass sich die Organisation an einem höheren Ziel orientiert und niemand Gewinnabsichten verfolgt.

GEMEINNÜTZIGKEIT KANN DEN **JOURNALISMUS VERÄNDERN.** WIR ZEIGEN DIR WIE.

WARUM GIBT ES IN DEN USA MEHR ANERKANNTE NEWS-NONPROFITS?

Zwar wird Journalismus auch in den Steuergesetzen der USA nicht ausdrücklich als anerkennungswürdige Aufgabe erwähnt. Die zuständige Steuerbehörde leitet die Gemeinnützigkeit journalistischer Projekte deshalb von anderen – im Gesetz als förderungswürdig erwähnten – Aufgaben ab. Sie müssen bspw. einen Bildungsauftrag erfüllen, d. h. mit ihrer Berichterstattung auf eine gut informierte Öffentlichkeit in einer freien und funktionierenden Demokratie hinwirken.

KANN MAN DAS IN DEUTSCHLAND NICHT GENAUSO MACHEN?

Theoretisch könnte man auch in Deutschland journalistische Projekte als gemeinnützig anerkennen, indem man sich auf in der AO erwähnte Förderungstypen bezieht (z. B. Volks- und Berufsbildung, Umwelt- oder Verbraucherschutz, Kunst und Kultur). Dass dieser „Umweg“ erfolgreich ist, ist in der Praxis aber nicht garantiert, da die Finanzämter Einzelfallentscheidungen treffen. Wünschenswert wäre also eine klare Regelung in der AO, die eine Anerkennung journalistischer Recherchearbeit möglich macht.

WIE WICHTIG IST TRANSPARENZ FÜR GEMEINNÜTZIGE ORGANISATIONEN?

In Deutschland gibt es leider keine rechtliche Verpflichtung für gemeinnützige Organisationen, ihre Finanzen gegenüber der Öffentlichkeit offenzulegen. Netzwerk Recherche und viele andere Organisationen geben aber freiwillig Auskunft. Sie haben sich der von Transparency International begründeten Initiative Transparente Zivilgesellschaft angeschlossen. Um ihrem Anspruch gerecht zu werden, müssen gerade journalistische Nonprofit-Projekte transparent arbeiten.

WAS HALTEN DIE KLASSISCHEN MEDIEN VON GEMEINNÜTZIGEM JOURNALISMUS?

Es gibt ein Mit- und Nebeneinander von profitorientierten Medienunternehmen und den News-Nonprofits. Das Miteinander wird zum Beispiel sichtbar an der Zusammenarbeit namhafter Medienhäuser mit Recherchebüros wie ProPublica in den USA oder Correctiv in Deutschland. Andere beauftragen News-Nonprofits wie freie Mitarbeiter. Wieder andere lehnen eine Zusammenarbeit ab, weil sie gemeinnützige Redaktionen als Konkurrenz betrachten.

NOCH FRAGEN?

Schickt uns eine Mail an nonprofit@netzwerkrecherche.de, lasst uns wissen, was Euch interessiert – und wir machen uns auf die Suche nach einer Antwort.

Training

In der Journalisten-Ausbildung geht es in erster Linie um's Handwerk. Richtig so! Aber abseits der Lehrpläne gibt es noch so viel mehr zu entdecken.

Hand auf's Herz: Wer hat sich vor Lektüre dieser Broschüre schon intensiv mit gemeinnützigem Journalismus beschäftigt? ProPublica und Correctiv dürften bekannt sein, aber darüber hinaus? Das Potenzial des Nonprofitjournalismus ist in Deutschland längst nicht ausgeschöpft. Daran wollen wir arbeiten.
Um vor allem junge Kolleginnen und Kollegen besser auf die sich verändernde Medienwelt vorzubereiten, werden Rufe nach einer Neuausrichtung der Journalisten-Ausbildung laut. Neben der Konzentration auf's Digitale spielen dabei auch Aspekte des Nonprofitjournalismus eine Rolle (z. B. Entrepreneurship, Fundraising). Aber nicht nur für die Absolventen von Journalistenschulen und universitärer Journalistenausbildung ist gemeinnütziger Journalismus relevant. Auch Berufsverbände und Gewerkschaften können ihren Mitgliedern mit Informationsveranstaltungen zum Nonprofitjournalismus hilfreiche Inputs geben.

Expertensuche
Ihr sucht einen Experten oder eine Expertin für eine Veranstaltung zum Thema Nonprofitjournalismus? Oder braucht ihr vertiefende Kenntnisse zu Themen wie Gründen oder Gemeinnützigkeit? Wir vermitteln gerne den Kontakt. Schreibt uns eine E-Mail an:

nonprofit@netzwerkrecherche.de

INDIVIDUELLE TRAININGSANGEBOTE

Netzwerk Recherche bietet dabei seine Unterstützung an. Ob einstündiger Vortrag oder ganztägiger Workshop, ob Uni-Seminar, Volo-Kurs oder Panel bei einer Fachtagung: Wir haben für jedes Veranstaltungsformat das passende Konzept und die entsprechenden Experten zur Hand.
Inhaltlich decken wir u. a. die Bereiche Ideenfindung, Basiswissen Soziales Unternehmertum, Entwicklung eines Geschäftsmodells, Finanzierungsmodelle, Wahl der Rechtsform, Gemeinnützigkeit, Cross-Border-Recherche u. v. m. ab.
Unter www.nonprofitjournalismus.de bieten wir flexibel kombinierbare Veranstaltungsmodule zum Download an.

NR UNTERWEGS AUF GRÜNDERTOUR

Die Gründertour ist eine Veranstaltungsreihe für Journalisten, die mit dem Gedanken spielen, ein eigenes Medienprojekt zu starten.
„Wir reisen zu Menschen, die uns inspirieren und motivieren, kreative Ideen in die Tat umzusetzen", sagte Thomas Schnedler (nr-Projektleiter), der das Projekt zusammen mit nr-Geschäftsführer Günter Bartsch entwickelt hat, bei der Vorstellung der Gründertour auf der Digitalkonferenz re:publica 2017. „Wenn die Gründungen gelingen, sind sie ein großer Gewinn für den Recherche-Journalismus insgesamt."
In Workshops, Vorträgen und Diskussionsrunden vermittelt die Gründertour Know-how für Gründer, bietet Recherche-Trainings an und versteht sich als Plattform zum Erfahrungsaustausch und zur Vernetzung. Nach der re:publica machte die Gründertour auf der Jahreskonferenz von Netzwerk Recherche in Hamburg Station. Dort berichteten unter anderem die ersten Grow-Stipendiaten von ihren Gründungserfahrungen. Auf der nächsten Station, dem Campfire-Festival in Dortmund, wurden die Gewinner der zweiten Stipendienrunde ausgezeichnet. Der Praxistag „Nur Mut: Gründen im Lokaljournalismus", der in Kooperation mit der LfM-Stiftung Vor Ort NRW veranstaltet wurde, war die dritte Station der Reihe. Weitere Veranstaltungen sind in Planung.

Fortsetzung folgt ...

Vernetzung

Als gemeinnützige Gründer im Journalismus seid ihr nicht allein. Viele Medien-Start-ups standen vor ähnlichen Herausforderungen wie ihr. Nutzt ihren Erfahrungsschatz!

Kooperationen verschiedener Medienhäuser, oft über Landesgrenzen hinaus, haben einige der größten journalistischen Leistungen aus jüngerer Vergangenheit wie die „Paradise Papers“ erst möglich gemacht. Lange herrschte in Redaktionen eine Abschottungs-Mentalität: Exklusive Informationen teilen? Niemals!

ALLE EINT EIN GEMEINSAMES ZIEL

Doch es tut sich was im Journalismus. Alte Strukturen brechen auf, ein Mit- statt Gegeneinander entsteht. Zwar stehen Redaktionen nach wie vor im Wettbewerb miteinander, aber besonders die Gründerszene ist ein offener Ort des Austausches geworden. Alle eint ein gemeinsames Ziel: Den Journalismus besser und zukunftsfähig machen!
Nicht alle Gründer erreichen ihr Ziel. Scheitern ist längst ein Buzzword der Branche und kein Stigma mehr. Aber warum an den gleichen Fehlern scheitern, die andere vorher gemacht haben? Wir wollen euch ermutigen, mit anderen Journopreneuren ins Gespräch zu kommen. Veranstaltungen wie unsere Gründertour, Fachkonferenzen oder Branchentreffs wie das Campfire Festival sind dafür ideal. Der Austausch untereinander hilft, Antworten auf die vielen Fragen beim Gründen zu bekommen und die Fehler der Anderen zu vermeiden.

Nutzt die Chance, vernetzt euch!

hostwriter

Mehr als Couchsurfing für Journalisten: Hostwriter ist ein globales Journalisten-Netzwerk, das die internationale Kooperation unter Kollegen stärken möchte. Ob kostenlose Übernachtungsmöglichkeiten, Beratung vor Ort oder internationale Team-Recherche – derzeit nutzen bereits mehr als 3400 Journalisten aus mehr als 120 Ländern die Plattform. Die gemeinnützige Unternehmergesellschaft (gUG) ist ein herausragendes Beispiel für die Kraft des gemeinnützigen Journalismus. Schon Mitglied?

KOOPERATION STATT KONKURRENZ!

DIE GESELLSCHAFTSVERTRÄGE UND SATZUNGEN DEUTSCHER NEWS-NONPROFITS VERRATEN, WELCHE GEMEINNÜTZIGEN ZWECKE SIE VERFOLGEN.

Gründer, die Gemeinnützigkeit anstreben und einen Blick in diese Dokumente werfen, können sich die Erfahrungen der Kollegen zunutze machen. Wir haben für euch die gängigsten Ziele gemeinnütziger Medienorganisationen gesammelt: Förderung der Volks- und Berufsbildung, der Jugendhilfe und von Kunst und Kultur, der internationalen Gesinnung, der Toleranz auf allen Gebieten der Kultur und des Völkerverständigungsgedankens, der Verbraucherberatung und des Verbraucherschutzes sowie des demokratischen Staatswesens. Nachahmung durchaus erwünscht!

Mitarbeit: Merve Kayikci

RECHERCHESTIPENDIEN

Damit große Recherchen nicht am kleinen Geldbeutel scheitern, lohnt ein Blick auf alternative Finanzierungsmöglichkeiten. Eine Auswahl:

- **Netzwerk Recherche**
  Recherchestipendien zu Umwelt- und Ökologiethemen in Kooperation mit der Olin gGmbH (bis 5.000 Euro), zu anderen Themen, teilweise in Kooperation mit der Karl-Gerold-Stiftung (bis 2.500 Euro) und Grow-Gründerstipendien in Kooperation mit der Schöpflin Stiftung (3.000 Euro).
- **Kartographen – Fleiß und Mut e.V.**
  Teams können sich mit recherche- oder investigativjournalistischen Projekten zu gesellschaftsrelevanten Themen um bis zu 28.000 Euro bewerben.
- **Recherche-Stipendien für kritischen Journalismus – Otto-Brenner-Stiftung**
  Bei Stories mit besonders hohem Rechercheaufwand winken 5.000 Euro sowie die Unterstützung durch erfahrene Journalisten als Mentoren.
- **Recherchepreis Osteuropa – Brot für die Welt, Renovabis und n-ost**
  Mit bis zu 7.000 Euro werden Reportagen zu Gesellschaftsthemen aus den Ländern Mittel-, Südost- und Osteuropas gefördert.
- **Investigative Journalism for the EU – International Press Institute, European Centre for Press and Media Freedom**
  Das Programm unterstützt grenzüberschreitende investigative Recherchen in Europa. Teams aus mindestens zwei EU-Ländern können sich für Fördergelder von bis zu 50.000 Euro bewerben.
- **Pitch Prize – Hostwriter.org, Otto Sprenger Stiftung**
  Gefördert werden Projektideen, bei denen mindestens zwei Journalisten zusammenarbeiten (bis 5.000 Euro).
- **Crossborder Research Grants – Journalismfund.eu**
  Förderung grenzüberschreitender Rechercheprojekte mit dem Fokus Europa. Bewerben können sich Teams aus mindestens zwei Ländern. Die Fördersumme ist projektabhängig.
- **Reporters in the Field – Robert Bosch Stiftung, n-ost**
  Gefördert werden Journalisten und Reporterteams, die in Europa eigene Geschichten recherchieren. Der Fokus liegt auf grenzüberschreitenden Rechercheprojekten (bis 8.000 Euro).
- **Nachwuchsförderung – Rudolf Augstein Stiftung**
  Journalistenschüler, Studierende und Promovierende mit dem Berufsziel Journalist erhalten monatlich zwischen 800 bis 1.000 Euro (nach Bedarf).
- **Journalismus Vor Ort – LfM-Stiftung für Lokaljournalismus Vor Ort NRW**
  Unterstützung bei Entwicklung und Umsetzung innovativer lokaljournalistischer Projekte. Die Fördersumme richtet sich nach dem Bedarf.

▶ Weitere Stipendien und mehr Informationen unter: www.nonprofitjournalismus.de

UNSERE PARTNER:

Schöpflin Stiftung · Stiftung Mercator · GLS Treuhand · Medienstiftung Hamburg·Schleswig-Holstein · Friedrich Ebert Stiftung · Journalisten Akademie · Vor Ort NRW. LfM-Stiftung für Lokaljournalismus

IMPRESSUM

Herausgegeben von Netzwerk Recherche e.V.
Greifswalder Str. 4, 10439 Berlin

Telefon: 030 49854012
E-Mail: info@netzwerkrecherche.de

www.netzwerkrecherche.de

Vertretungsberechtigte Vorstandsmitglieder:
Julia Stein, Cordula Meyer, Renate Daum

Eingetragen im Vereinsregister des Amtsgericht Charlottenburg, Vereinsnummer VR 32296 B.

Autor: Malte Werner
Redaktion: Günter Bartsch, Thomas Schnedler, Volker Lilienthal

Layout: Ute Lederer

ISBN 978-3-942891-10-3

JOURNALISMUS? NICHT UMSONST!

EINE KONFERENZ ÜBER GEMEINNÜTZIGEN JOURNALISMUS, NEUE FINANZIERUNGSIDEEN UND DAS VERHÄLTNIS VON JOURNALISMUS UND STIFTUNGEN: **21. SEPTEMBER 2018 — BERLIN**

Programm und Anmeldung unter **www.nonprofitjournalismus.de**

nr netzwerk recherche

Schöpflin Stiftung: