



# **MEDIA INNOVATION LAB**

## *FELLOWSHIP-PROGRAMM*

der Wiener Zeitung GmbH

## **BEWERBUNGSLEITFADEN BATCH #7**

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. EINLEITUNG</b>	2
1.1. Wen wir suchen	2
1.2. Der Bewerbungsprozess	2
1.3. Zeitlicher Ablauf Batch #7	2
1.4. Disclaimer	2
<b>2. ERLÄUTERUNGEN - ABC DER BEWERTUNGSKRITERIEN</b>	3
2.1. Innovationsgrad	3
2.2. Marktpotenzial	3
2.3. Geschäftsmodell	4
2.4. Relevanz & Impact	5
2.5. Gründer:innen(team)	5
2.6. Diversität	6
2.7. Eruierung des tatsächlichen Projektstatus (Echtheitsprüfung des Fortschritts)	6
2.8. Präsentation des Pitches	6
2.9. Juryfragen	7
<b>3. PHASE 1: SCHRIFTLICHE BEWERBUNG</b>	8
3.1. Bewerbungsformular	8
3.2. Persönliche Voraussetzungen	8
3.3. Sachliche Voraussetzungen	9
3.4. Prüfung der Bewerbungsunterlagen auf Vollständigkeit	11
3.5. Bewertungskriterien	11
<b>4. PHASE 2: TRIAL DAYS</b>	12
4.1. Ablauf	12
4.2. Upload erforderlicher Dokumente	12
4.3. Jury	12
4.4. Bewertungskriterien	12
<b>5. PHASE 3: PITCH DAY</b>	13
5.1. Ablauf	13
5.2. Upload erforderlicher Dokumente	13
5.3. Jury	13
5.4. Bewertungskriterien	13
<b>6. AUFNAHME IN DAS FELLOWSHIP</b>	14
6.1. Zusage / Absage	14
6.2. Feedback bei Absage	14
<b>7. WORKSHOPTERMINE</b>	14
<b>8. APPENDIX – BEWERTUNGSTABELLEN ALLER DREI PHASEN</b>	14

## 1. EINLEITUNG

Hallo Medien-Innovateur:innen!

Danke, dass ihr euch für unser Programm interessiert.

In diesem Dokument erfahrt ihr alle Infos vorab, um eure Bewerbung bestmöglich einzureichen.

### 1.1. Wen wir suchen

Das 9-monatige Fellowship Programm bietet eine ideale Gelegenheit für Medien-Startups, die kurz vor der Gründung stehen oder bereits gegründet sind und ein neues Produkt auf den Markt bringen möchten. Alle Startups im Bereich Content / MediaTech sind herzlich willkommen. Unsere aktuellen und ehemaligen Fellows und deren Projekte findet ihr [hier](#).

### 1.2. Der Bewerbungsprozess

Der Bewerbungsprozess für das Fellowship ist in drei Phasen unterteilt:

- Schriftliche Bewerbung
- Trial Days
- Pitch Day

Jede Phase unterliegt eigenen festgelegten Bewertungskriterien. Diese werden in den jeweiligen Kapiteln dargelegt.

### 1.3. Zeitlicher Ablauf Batch #7

- Die schriftliche Bewerbungsphase läuft bis **02. Februar 2026**
- Vorauswahl und Rückmeldung bis spätestens **25. Februar 2026**
- Am **03., 05. & 10. März 2026** finden die Trial Days vor Ort statt (idealerweise im gesamten Team).
- Der Pitch Day findet am **25. März 2026** vor Ort statt.
- Der Kickoff-Workshop findet am **01. April 2026** vor Ort statt.
- Alle weiteren Workshoptermine sind unter Kapitel 7 zu finden.

### 1.4. Disclaimer

- Die teilnehmenden Startups erhalten eine Förderung in Höhe von bis zu € 40.000, - Die genauen *Förder-Richtlinien* dazu findet ihr online.
- Die Teilnahme umfasst unter anderem Pflichtworkshops und -veranstaltungen sowie regelmäßige Deliverables.
- Das Media Innovation Lab nutzt die angegebenen Kontaktdaten zur Kontaktaufnahme während des Bewerbungsprozesses. Gleichzeitig werden die angegebenen Personen automatisch zu unserem Newsletter angemeldet. Sie können sich davon jederzeit abmelden.
- Während des Fellowships fordern wir verpflichtendes Feedback ein, um unser Programm laufend zu optimieren und an eure Bedürfnisse anzupassen.

Bei Schwierigkeiten oder weiteren Fragen zur Bewerbung wendet euch an: **office@inno-lab.at**

Das Team vom Media Innovation Lab wünscht euch viel Erfolg!

## 2. ERLÄUTERUNGEN - ABC DER BEWERTUNGSKRITERIEN

Folgende Themenblöcke / Bewertungskriterien werden im Zuge des Fellowship Bewerbungsprozesses beurteilt:

### 2.1. Innovationsgrad

#### 2.1.1. Inhaltlicher Innovationsgrad (bei Content Startups):

Bewertet wird, wie neuartig, kreativ und konzeptionell stark die journalistischen Inhalte oder Formate des Startups sind.

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die originelle, mutige und konzeptionell eigenständige Formate oder Themen umsetzen; mit journalistischem Inhalt neue Zielgruppen oder Nutzungssituationen adressieren; etablierte Medienformate aufbrechen oder weiterentwickeln; konsequent einem erkennbaren publizistischen Leitbild folgen.

#### 2.1.2. Technologischer Innovationsgrad (neue technische Ansätze, Anwendungen, Methoden; bei Tech-Startups):

Bewertet wird, wie innovativ, einzigartig und strategisch relevant die eingesetzte oder entwickelte Technologie ist.

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die eine eigenentwickelte oder proprietäre Technologie nutzen oder vorsehen; Technologien mit hoher Skalierbarkeit oder Plattformpotenzial kombinieren; ein bislang nicht erschlossenes Bedürfnis oder Nutzungsszenario technisch lösen; mit Hilfe von Technologie neue journalistische Darstellungsmöglichkeiten oder Produktionsweisen ermöglichen; eine klare Strategie für technologische Weiterentwicklung und Schutz (z. B. IP, Know-how) aufzeigen.

### 2.2. Marktpotenzial

#### 2.2.1. Zielmarkt:

Im Fokus steht die Einschätzung des wirtschaftlichen Potenzials des Vorhabens. Hier werden zunächst die Größe des potenziellen Marktes und die Möglichkeit, eine signifikante Marktpräsenz zu erreichen, berücksichtigt. Bewertet wird, wie fundiert und realistisch das Marktpotenzial des Vorhabens eingeschätzt und dargestellt wird – sowohl hinsichtlich Marktgröße als auch Positionierung und erwarteter Entwicklung. Werden Marktpotenziale erkannt und durch Berücksichtigung von bestimmten Aspekten/Dimensionen besser ausgeschöpft (Marktsegmentierung)? Entstehen daraus neue Dienstleistungen, werden dadurch Fehlentwicklungen und/oder -investitionen vermieden? Welche wichtigen Trends werden / könnten das Marktwachstum beeinflussen? (z.B. technologische Entwicklungen, gesetzliche Veränderungen). Ein überzeugender Zugang berücksichtigt sowohl quantitative als auch qualitative Marktüberlegungen und zeigt strategisches Marktverständnis.

Bewertet wird insbesondere: Größe und Zugänglichkeit des adressierten Marktes; erwartete Marktdynamik, z. B. durch technologische, gesellschaftliche oder gesetzliche Entwicklungen; Segmentierungsansätze und Positionierung, um das Marktpotenzial

gezielt zu adressieren; Innovationsgrad und Nutzen neuer Produkte oder Dienstleistungen.

#### 2.2.2. Wettbewerbsanalyse:

Bewertet wird, wie fundiert und differenziert sich das Startup mit dem bestehenden Wettbewerb auseinandergesetzt hat. Im Mittelpunkt stehen die Fähigkeit zur realistischen Einschätzung des Marktumfelds, die strategische Abgrenzung zu vergleichbaren Angeboten sowie die Reflexion über Risiken bei Markteintritt und Positionierung. Wie wurde das abgefragte Wettbewerbsverständnis erfasst? Inwiefern wurde dabei auf die erforderliche Abgrenzung zum Markt Rücksicht genommen? Dabei wird auch bewertet, inwiefern auf Entwicklungs- und Implementierungsrisiko Rücksicht genommen wurde und ob ausgeführt wurde, ob es sich um einen neuen oder bereits aufbereiteten Markt handelt. Inwiefern wurde eine Strategie angeboten, sich im Markt zu differenzieren?

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen eine systematische und realitätsnahe Analyse des Marktumfelds erfolgt ist (nicht nur eine Aufzählung von „Mitbewerbern“); die eigene Position im Markt klar abgegrenzt wird – mit nachvollziehbaren Alleinstellungsmerkmalen (USPs); strategisch argumentiert wird, wie sich das Vorhaben im Markt behaupten oder durchsetzen kann; Risiken und Herausforderungen beim Eintritt in den jeweiligen Marktsegmenten reflektiert und nicht beschönigt dargestellt werden; das Projektteam zeigt, dass es die Mechanismen des jeweiligen Marktes und das Verhalten potenzieller Wettbewerber:innen versteht und in die Planung einbezieht.

#### 2.2.3. Markteintrittsstrategie / Marketing:

Bewertet wird, wie gut sich das Startup mit seiner Zielgruppe und dem Markt in den vorigen zwei Abschnitten auseinandergesetzt hat. Es wurden hinsichtlich des Marktpotenzials und des Produktangebots passende, nachhaltige und realistische Überlegungen getroffen.

Besonders gut bewertet werden Projekte, bei denen die Strategie am besten zur vorab analysierten Zielmarkt- und Wettbewerbsanalyse passen. Der Markteintrittsfahrplan ist in Einzelschritten durchdacht und realistisch umsetzbar in Bezug auf die vorhandenen Ressourcen. Überlegungen einer Marketingstrategie sind erkennbar und schlüssig.

### 2.3. Geschäftsmodell

#### 2.3.1. Einnahmequellen und Finanzplanung

Bewertet wird, wie schlüssig und realistisch die Einnahmestruktur und die finanzielle Planung des Vorhabens sind. Entscheidend ist, ob die Quellen der Erlöse nachvollziehbar dargelegt und die Finanzplanung zur Projekt- und Marktlogik passt.

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen: Einnahmequellen konkret und nachvollziehbar benannt und quantifiziert sind; eine klare und realistische Finanzplanung vorliegt, idealerweise mit Planungskennzahlen; verschiedene Einnahmeströme strategisch kombiniert werden (z.B. Mix aus B2C, B2B, (Fördermitteln)); Annahmen zur wirtschaftlichen Entwicklung mit belastbaren

Argumenten oder Markterkenntnissen unterlegt sind; mögliche Risiken oder Unsicherheiten in der Finanzierung reflektiert und proaktiv adressiert werden.

#### 2.3.2. Nachhaltigkeit und Skalierbarkeit

Bewertet wird, ob das zugrunde liegende Geschäftsmodell eine nachhaltige wirtschaftliche Tragfähigkeit sowie das Potenzial zur Skalierung oder Weiterentwicklung aufweist. Im Mittelpunkt stehen strategische Überlegungen zur langfristigen Tragfähigkeit, Wachstumsperspektiven und zur strukturellen Stabilität.

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen: ein klares, logisch aufgebautes und marktgerechtes Geschäftsmodell erkennbar ist; konkrete Skalierungsszenarien dargestellt werden (z. B. wachstumsfähige Plattformmodelle, Lizenzen, Multiplikation); langfristige Entwicklungsschritte und potenzielle Herausforderungen reflektiert wurden; das Modell über rein projektbasierte Finanzierung hinausgeht (z. B. durch wiederkehrende Einnahmen, Systempartnerschaften); ökologische, soziale oder unternehmerische Nachhaltigkeitsprinzipien sinnvoll eingebunden sind.

### 2.4. Relevanz & Impact

#### 2.4.1. Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact

Bewertet wird, ob das Vorhaben positive Wirkungen auf Medienpluralismus, gesellschaftliche Teilhabe oder die Lösung sozialer Herausforderungen entfaltet. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die einen klaren gesellschaftlichen Mehrwert schaffen (z. B. Demokratisierung, Aufklärung, Beteiligung); mit journalistischen Mitteln soziale Probleme oder Missstände sichtbar und bearbeitbar machen; eine faire, inklusive und verantwortungsvolle Unternehmensphilosophie verfolgen; Transparenz und ethische Standards glaubwürdig umsetzen; Wirkung nicht nur behaupten, sondern mit Zielen, Kennzahlen oder Wirkungspfaden unterlegen.

#### 2.4.2. Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen

Bewertet wird, wie gut das Vorhaben auf zentrale strukturelle oder inhaltliche Probleme in der Medienbranche reagiert. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die ein klar benanntes Problemfeld der Medienbranche adressieren und dafür eine innovative Lösung anbieten; mediale Herausforderungen wie Desinformation, Algorithmierung oder Reichweitenungleichgewichte aufgreifen; neue Finanzierungsmodelle, Beteiligungsformate oder Verbreitungswege erproben; bereits in der Umsetzung konkrete Resultate oder Wirkungserwartungen belegen; neue Rollenbilder für Medienmacher:innen oder partizipative Prozesse mit Nutzer:innen ermöglichen.

### 2.5. Gründer:innen(team)

#### 2.5.1. Erfahrung und Expertise

Bewertet wird, ob das Startup über fundierte und für das Vorhaben relevante Erfahrungen im Medien-, Technologie- oder Innovationsbereich verfügt. Dabei stehen sowohl fachliche Qualifikationen als auch unternehmerische oder projektspezifische Erfahrungen im Mittelpunkt.

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen: das Startup über eine nachweislich relevante Berufserfahrung in den Anwendungsfeldern des Projekts verfügt; sowohl technische als auch inhaltliche Kompetenzen vorhanden sind; Gründungserfahrung oder frühere Projekte als Referenz dienen; Kompetenzlücken realistisch eingeschätzt und gezielt adressiert werden sollen (z. B. durch externe Partner:innen, Weiterbildung oder Teamerweiterung).

#### 2.5.2. Dynamik & Komplementarität

Bewertet wird, wie gut das Startup in seiner Zusammenarbeit funktioniert, wie die individuellen Kompetenzen verteilt sind und wie diese sich gegenseitig ergänzen. Im Fokus stehen sowohl die interne (Team-)Struktur als auch das Potenzial, das Team im Laufe der Projektentwicklung strategisch zu erweitern oder anzupassen.

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen die aktive Weiterentwicklung der Kompetenzen angestrebt wird (z B. Aufbau von Kompetenzen, gezielte Erweiterung, Austauschformate); unterschiedliche Perspektiven bewusst einbezogen werden.

#### 2.5.3. Mentoring

Bewertet wird die Fähigkeit und Bereitschaft des Startups, externe Beratung und Feedback aufzunehmen, konstruktiv zu verarbeiten und daraus Entwicklungsschritte abzuleiten. Dieses Kriterium ist besonders relevant, da das Fellowship Coaching- und Mentoringelemente enthält, die eine hohe Offenheit und Kooperationsfähigkeit erfordern.

Besonders gut bewertet wird dabei, wenn das Startup aktiv nach Feedback sucht, Vorschläge reflektiert und hohe Bereitschaft zur Veränderung zeigt sowie sich selbst aktiv an Gesprächen beteiligt.

### 2.6. Diversität

Diversitätsbewertung in Bezug auf Team oder Themenauswahl oder Umgang mit dem Markt (Produktabhängig, Teamabhängig zB hinsichtlich Alter, Geschlecht, Herkunft, Kultur, Behinderung, Zugänglichkeit, Chancengleichheit etc.)

### 2.7. Eruierung des tatsächlichen Projektstatus (Echtheitsprüfung des Fortschritts)

Bewertet wird, ob die im Antrag beschriebenen Aussagen zum Projektstand, zur Umsetzungsreife und zu bisherigen Arbeitsschritten mit dem tatsächlichen Projektstatus übereinstimmen. Der Trial Day bietet Gelegenheit, diese Angaben durch Gespräche, Rückfragen und direkte Einblicke zu überprüfen. Besonders positiv wird bewertet, wenn das Startup realistisch und offen über den aktuellen Status spricht, transparent mit Herausforderungen umgeht und nachvollziehbare Fortschritte zeigen kann.

### 2.8. Präsentation des Pitches

Bewertet werden Klarheit, Struktur und Storytelling; und das formale Erfüllen der Aufgabenstellung (Einhalten der Vorgabe, Visuelle Umsetzung und Zeitmanagement).

## 2.9. Juryfragen

Die Fragen der Jury wurden vollumfänglich und nachvollziehbar beantwortet.

- fachlich präzise
- strukturiert / logisch
- kritisch konstruktiv / selbstreflektiert



### 3. PHASE 1: SCHRIFTLICHE BEWERBUNG

#### 3.1. Bewerbungsformular

Bitte beachtet folgende Punkte beim Ausfüllen des Bewerbungsformulars:

- Nachweise zu persönlichen Voraussetzungen werden zum Teil schriftlich und zum Teil mittels Checkboxes abgefragt.
- Sachliche Voraussetzungen betreffen Beschreibungen und Angaben rund um das Projekt (maximale Zeichenanzahl angegeben).
- Hängt an entsprechender Stelle am Ende der Bewerbung die erforderlichen Dokumente an. **Fügt dabei den Namen eures Startups/Projekts in jeder Dokumentenbezeichnung zu Beginn ein.**
  - Pitch Deck
  - CV(s) von allen Beteiligten
  - [De-minimis-Erklärung](#) (Vorlage zum Download online)
  - 2-Minuten Video, in dem ihr eure Idee vorstellt

#### 3.2. Persönliche Voraussetzungen

##### 3.2.1. Angaben zum Startup

- Name eures Startups / eures Projekts
- Angabe von Webseite, LinkedIn Profil, weitere Business / Social Media Kanäle (so vorhanden)

##### 3.2.2. Kategorie

Wo ordnet ihr euer Business eher ein? (Single Choice; bitte wählt die Kategorie, der euer Startup am meisten entspricht, auch wenn ihr Komponenten der anderen ebenso erfüllt.)

- Content Startup
- Media Tech Startup

##### 3.2.3. Worum handelt es sich bei eurem Startup? (Single Choice)

- Medienunternehmen (= bereits gegründet)
  - natürliche Personen / Projektteam (= derzeit noch kein Medienunternehmen)
- oder
- Technologieunternehmen (= bereits gegründet)
  - natürliche Personen / Projektteam (= derzeit noch kein Technologieunternehmen)

> Folgefrage falls bereits gegründet:

- Welche Unternehmensform hat euer Startup?
- Sollte es derzeit eine Non-Profit-Organisation sein, habt ihr vor künftig gewinnorientierte Einnahmen zu generieren? (falls nein – Ausschlusskriterium)

##### 3.2.4. Bestätigung zu folgenden Themen (siehe dazu Punkt 4. der *Förder-Richtlinie*)

- Medienunternehmen gem. § 1 Abs 1 Z 6 Mediengesetz in der jeweils geltenden Fassung / sinngemäß geltend für Technologieunternehmen & natürliche Personen
- Medienstandort Österreich
- Angaben zum Strafregisterauszug
- Erfüllung Fördervoraussetzung / Ausschlussgründe liegen nicht vor

### 3.2.5. Angaben zum Team

- Aus wie vielen (Co-) Founder:innen / Mitgliedern setzt sich euer Team zusammen?
- Ausfüllen der entsprechenden Kontaktdaten: Name | Telefon | E-Mail (Teammitglied 1 = unsere Hauptansprechperson)
- Angabe LinkedIn Profil(e) (so vorhanden)

### 3.3. Sachliche Voraussetzungen

*(in Klammer ist die entsprechende Maximal-Zeichenanzahl inkl. Leerzeichen angegeben)*

#### 3.3.1. Projektbeschreibung

- Beschreibung in einem Satz (200)
- Beschreibung als Text (1500)

Diese Angaben können im Falle einer Förderung zur Veröffentlichung genutzt werden.

#### 3.3.2. Innovationsgrad

Beschreibt, wie neuartig und kreativ die journalistischen Inhalte oder Formate sind, die euer Startup anbietet (Inhaltlicher Innovationsgrad) *ODER* Beschreibt, wie innovativ und einzigartig die Technologie ist, die euer Startup entwickelt oder nutzt (Technologischer Innovationsgrad)

Dabei sind gesamthaft folgende Fragen zu beantworten:

- Welches Problem löst euer Startup? (1500)  
Beschreibt euer Produkt bzw. eure Startup-Idee. Legt dabei den Fokus auf den Innovationsgrad und die Einzigartigkeit.
- Gibt es euch bereits auf dem Markt? > Ja/Nein  
(Ihr seid noch nicht so weit? Keine Sorge – das ist kein Ausschlusskriterium.)
- Falls ja: Habt ihr mit eurem Produkt / Startup schon Umsätze generiert > Ja/Nein  
(Ihr seid noch nicht so weit? Keine Sorge – das ist kein Ausschlusskriterium.)

#### 3.3.3. Marktpotenzial

Der Themenblock Marktpotenzial gliedert sich in 2 Teilsegmente:

##### (a) Zielmarkt

1. Beschreibt die Größe des potenziellen Marktes und die Möglichkeit, eine signifikante Marktpresenz zu erreichen.

Dabei sind folgende Fragen zu beantworten (*gesamt 1500*):

- Wer sind eure Hauptkunden (Zielgruppendarstellung)?
- Wie groß ist der gesamte Markt? (Schätzt oder recherchiert, wie viele potenzielle Kund:innen bzw. Zielgruppen es für euer Produkt gibt.)
- Erklärt, wie ihr auf diese Einschätzung gekommen seid.

2. Welche wichtigen Trends werden / könnten das Marktwachstum beeinflussen? (z.B. technologische Entwicklungen, gesetzliche Veränderungen) (1500)

##### (b) Wettbewerbsanalyse

Beschreibt euer Verständnis für den Wettbewerb und eure Strategie, sich im Markt zu differenzieren.

Dabei ist folgende Frage zu beantworten:

- Beschreibt eure Konkurrenz auf dem Markt und wie ihr euch mit eurer Idee von dieser abheben möchtet. (1500)

#### 3.3.4. Geschäftsmodell

Der Themenblock Geschäftsmodell gliedert sich in 2 Teilsegmente:

##### (a) Einnahmequellen und Finanzplanung

Beschreibt die Klarheit und Realisierbarkeit der geplanten Einnahmequellen und die finanzielle Planung.

Dabei sind folgende Fragen zu beantworten: (*gesamt 1500*)

- Aus welchen Quellen wirst du deine Einnahmen generieren?
- Wie sieht deine Finanzplanung aus?
- Welche Wissenslücken habt ihr in Bezug auf das Thema Finanzen?

##### (b) Nachhaltigkeit und Skalierbarkeit

Beschreibt, wie gut das Geschäftsmodell langfristig tragfähig und skalierbar ist. (*1500*)

#### 3.3.5. Relevanz & Impact

Der Themenblock Relevanz & Impact gliedert sich in 2 Teilsegmente:

##### (a) Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact

Beschreibt, wie stark ihr die Medienlandschaft oder die Gesellschaft positiv beeinflussen könnt.

Dabei ist folgende Frage zu beantworten:

- Wie beeinflusst euer Startup / euer Projekt die Medienlandschaft und / oder die Gesellschaft positiv? (*1500*)

##### (b) Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen

Beschreibt, wie gut ihr aktuelle Herausforderungen in der Medienbranche adressiert.

Dabei ist folgende Frage zu beantworten:

- Welche Herausforderungen der Medienbranche können durch euer Vorhaben überwunden werden? (*1500*)

#### 3.3.6. Gründer:innen(team)

Der Themenblock Gründer:innen(team) gliedert sich in 2 Teilsegmente:

##### (a) Erfahrung und Expertise

Beschreibt die relevanten Erfahrungen und Fähigkeiten der Gründer:innen im Medien- und/oder Technologiebereich.

Dabei ist folgende Frage zu beantworten:

- Welche Erfahrungen und Fähigkeiten im Medien- und / oder Technologiebereich bildet das Startup(team) ab? (*1500*)

##### (b) Dynamik und Komplementarität

Beschreibt die Zusammenarbeit und die unterschiedlichen Fähigkeiten innerhalb des Startups.

Dabei sind folgende Fragen zu beantworten: (*je 1000*)

- Wie verteilen sich die Rollen / Aufgabenbereiche / Verantwortlichkeiten?
- Welche Kompetenzen fehlen noch? Wie können diese im Laufe des Programms im bestehenden Team ergänzt werden? Sind weitere Teammitglieder zu diesem Zweck geplant?

### 3.3.7. Diversität

Beschreibt je nach Projekthalt die Diversität in Bezug auf

- Team oder/und
- Themenauswahl oder/und
- Umgang mit dem Markt

(Produktabhängig, Teamabhängig zB hinsichtlich Alter, Geschlecht, Herkunft, Kultur, Behinderung, Zugänglichkeit, Chancengleichheit etc.) (1000)

### 3.3.8. Projektstand

Beschreibt den aktuellen Projektstand.

Dabei sind folgende Fragen zu beantworten (*gesamt 1000*):

- Sind bereits Inhalte online? Wenn ja, welche?
- Gibt es Überlegungen zur Zielgruppe oder wird diese bereits erreicht?

### 3.3.9. Sonstiges

Der Themenblock Sonstiges gibt uns wichtige Einblicke über eure Erwartungen an das Programm. Diese Informationen fließen nicht in die Bewertung mit ein:

- Welche Erwartungen habt ihr an das Programm? Welche Herausforderungen möchtet ihr im Laufe des Programms angehen? (1000)
- Wie plant ihr, die monetäre Förderung für euer Vorhaben einzusetzen? (Unsere Förderung ist an keine Mindestausgaben gekoppelt, auch Eigenleistung kann verrechnet werden. Die genaue *Förder-Richtlinie* dazu findet ihr online.) (1000)
- Wie seid ihr auf uns / unsere Programme aufmerksam geworden?
- Optional: Gibt es noch etwas, das ihr uns mitteilen möchtet?

### 3.3.10. Upload erforderlicher Unterlagen

Ladet am Ende des Bewerbungsformulars bitte alle erforderlichen Dokumente (siehe Kapitel 3.1) hoch. **Fügt dabei den Namen eures Startups/Projekts in jeder Dokumentenbezeichnung zu Beginn ein.**

### 3.3.11. Final Disclaimer - Bestätigungen

- Kenntnisnahme der Workshoptermine
- konzeptionell schlüssiges Vorhaben / förderbares Projekt gemäß *Förder-Richtlinie* Punkt 5.2 bzw. 5.3

### 3.4. Prüfung der Bewerbungsunterlagen auf Vollständigkeit

Sollten geforderte Angaben oder Unterlagen nach Ende der Bewerbungsfrist nicht vollständig vorliegen, wird eine schriftliche Nachforderung per Mail mittels Angabe einer Frist an die im Bewerbungsformular angegebene Kontaktperson gestellt. Sollten die angeforderten Unterlagen nicht bis zu dieser Deadline geliefert werden, ist keine weitere inhaltliche Überprüfung in Phase 1 möglich und es kommt zum Ausschluss des Startups.

### 3.5. Bewertungskriterien

In der Bewertungsphase 1 werden Leitfragen mit Ja/Nein bzw. Erfüllt/Nicht erfüllt beantwortet. Die KO-Kriterien sind der angehängten Tabelle (Kapitel 8) zu entnehmen. Startups, die alle Kriterien erfüllen werden zu den Trial Days eingeladen. Diese erste Bewertung wird vom Media Innovation Lab Team vorgenommen.

## 4. PHASE 2: TRIAL DAYS

### 4.1. Ablauf

Die Trial Days finden persönlich vor Ort in den Räumlichkeiten der Wiener Zeitung statt. Die Bewerber:innen müssen sich die kommunizierten Tage dafür freihalten. Eine Zusage / Einladung inklusive Zuteilung erfolgt bis zu der angegebenen Deadline (siehe Kapitel 1.3). Diese Termine werden ebenso im schriftlichen Bewerbungsformular angegeben. Die Trial Days werden in Gruppen abgehalten. Idealerweise erscheinen die Startups im gesamten Team.

### 4.2. Upload erforderlicher Dokumente

Für den Trial Day ist das Hochladen folgender Unterlagen bis zur angegebenen Deadline im Zusageschreiben notwendig; **Fügt dabei den Namen eures Startups/Projekts in jeder Dokumentenbezeichnung zu Beginn ein:**

- One-Pager zu eurem Finanzmodell
- Bilder gemäß Workshop-Aufgabenstellung (wird im Einladungsschreiben erläutert)

### 4.3. Jury

Die Fachjury setzt sich aus verschiedenen Wiener Zeitung GmbH-internen Expert:innen zusammen. Wer diese Personen sind, erfahren die Bewerber:innen entweder im Trial Day-Zusageschreiben oder/und in der jeweiligen Termineinladung.

### 4.4. Bewertungskriterien

In der Bewertungsphase 2 werden die definierten Leitfragen mittels Schulnotensystem bewertet. Jedes Jurymitglied nimmt eine individuelle Benotung vor (1 bis 5). Im Anschluss wird der Durchschnitt aller Schulnoten-Bewertungen ermittelt und anhand eines Punkteschlüssels umgerechnet. Die so erreichten Punkte je Bewertungskategorie werden zum Gesamtpunktestand aufsummiert, wobei gilt: je mehr Punkte, desto besser. Nach einer abschließenden Jury-Plenumsdiskussion werden die 10-15 bestgereihten Startups für den finalen Pitch Day nominiert (die Anzahl kann je nach Durchgang variieren).

## 5. PHASE 3: PITCH DAY

### 5.1. Ablauf

Der Pitch Day findet persönlich vor Ort in den Räumlichkeiten der Wiener Zeitung GmbH statt. Die Bewerber:innen müssen sich den kommunizierten Tag dafür freihalten. Eine Zusage / Einladung erfolgt zeitnah nach dem letzten Trial Day Termin und der finalen Jurybewertung. Hierfür werden individuelle Zeitslots je Startup vergeben. Der Pitch Day Termin (siehe Kapitel 1.3) wird ebenso im schriftlichen Bewerbungsformular angegeben.

### 5.2. Upload erforderlicher Dokumente

Für den Pitch Day ist das Hochladen folgender Unterlagen bis zur angegebenen Deadline im Pitch Day-Zusageschreiben notwendig; **Fügt dabei den Namen eures Startups/Projekts in jeder Dokumentenbezeichnung zu Beginn ein:**

- Pitch Präsentation

### 5.3. Jury

Die Fachjury setzt sich aus Wiener Zeitung GmbH-internen sowie externen Expert:innen zusammen. Wer diese Personen sind, erfahren die Bewerber:innen entweder im Pitch Day-Zusageschreiben oder/und in der jeweiligen Termineinladung.

### 5.4. Bewertungskriterien

In der Bewertungsphase 3 werden die definierten Leitfragen mittels Schulnotensystem bewertet. Jedes Jurymitglied nimmt eine individuelle Benotung vor (1 bis 5). Im Anschluss wird der Durchschnitt aller Schulnoten-Bewertungen ermittelt und anhand eines Punkteschlüssels umgerechnet. Die so erreichten Punkte je Bewertungskategorie werden zum Gesamtpunktestand aufsummiert, wobei gilt: je mehr Punkte, desto besser. Nach einer abschließenden Jury-Plenumsdiskussion werden die 6 bestgereihten Startups für den nächsten Fellowship Durchgang nominiert.

## 6. AUFNAHME IN DAS FELLOWSHIP

### 6.1. Zusage / Absage

Die Startups werden bis spätestens zwei Tage nach dem Pitch Day schriftlich darüber informiert, ob sie in das Fellowship aufgenommen werden oder nicht.

Im Falle einer Zusage folgt direkt der erste Kick-Off Workshop. Dieser sowie alle weiteren Workshoptermine (siehe Kapitel 1.3 & 7) werden ebenso im schriftlichen Bewerbungsformular angegeben.

### 6.2. Feedback bei Absage

Im Falle einer Absage (unabhängig von der Bewerbungsphase) wird das Startup zu einem optionalen konstruktiven Feedback-Gespräch eingeladen.

## 7. WORKSHOPTERMINE

Die ersten Monate überschneiden sich mit dem aktuell laufenden Batch und ihr besucht die Workshops gemeinsam.

Die Workshops sind verpflichtend, ihr könnt an maximal 2 Terminen schriftlich entschuldigt fehlen.

Um ein reibungsloses administratives Onboarding beim ersten Kickoff-Workshop sicherzustellen, sollten möglichst alle Teammitglieder anwesend sein. An allen weiteren 8 Workshopterminen muss mindestens ein Teammitglied teilnehmen und das erworbene Wissen an die jeweils zuständigen Teammitglieder weitergeben.

Die Inhalte variieren von Batch zu Batch, da sie an die jeweiligen Needs der aktuellen Startups angepasst werden. Während des Fellowships fordern wir verpflichtendes Feedback ein, um unser Programm laufend zu optimieren und an eure Bedürfnisse anzupassen.

Haltet euch folgende 9 Termine frei:

- Termin: 01. April 2026 > Kickoff-Workshop inkl. Onboarding & Grundlagenerstellung Leistungsnachweis
- 2. Termin: 22. April 2026
- 3. Termin: 06. Mai 2026
- 4. Termin: 17. Juni 2026
- 5. Termin: 15. Juli 2026
- 6. Termin: 26. August 2026
- 7. Termin: 28. Oktober 2026
- 8. Termin: 18. November 2026
- 9. Termin: 09. Dezember 2026

Save the date: re:think media findet am 08. Oktober 2026 statt.

## 8. APPENDIX – BEWERTUNGSTABELLEN ALLER DREI PHASEN



BEWERTUNG PHASE 1 - SCHRIFTLICHE BEWERBUNG			
Datengrundlage / Thema	Vorgaben/Grundlage	Bewertungskriterium / Leitfragen	KO-Kriterium
De-minimis-Erklärung	Förder-RL; Bewerbungsleitfaden; De-minimis-Erklärung (Vorlage)	Europäische gesetzliche Grundlage dieser Richtlinie ist die Verordnung (EU) 2023/2831 der Kommission vom 13. Dezember 2023 über die Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf de-minimis-Beihilfen in der jeweils geltenden Fassung („De-Minimis-VO“). Die in der De-Minimis-VO genannten Voraussetzungen müssen für die Gewährung der Zuwendung gegeben sein. (Punkt 2.1.2)	JA: Bei Nichterfüllen der Voraussetzungen > Ausschluss Teilnahmeantrag
Nachweis zu persönlichen Voraussetzungen	Förder-RL Bewerbungsleitfaden;  Nachweis zu persönlichen Voraussetzungen schriftliche Bewerbung:  1. Angaben zum Startup  2. Kategorie Worum handelt es sich bei eurem Startup? - Medienunternehmen / Technologieunternehmen (= bereits gegründet) - natürliche Personen / Projektteam (= derzeit noch kein Medienunternehmen / Technologieunternehmen) > Folgefrage falls bereits gegründet: - Welche Unternehmensform hat euer Startup? - Sollte es eine Non-Profit-Organisation sein, habt ihr vor künftig gewinnorientiert Einnahmen zu generieren?  3. Bestätigungen zu Punkt 4. der Förder-Richtlinie)  4. Angaben zum Team	Handelt es sich um ein Medienunternehmen im Sinne der Bestimmung des § 1 Abs 1 Z 6 Mediengesetz in der jeweils geltenden Fassung (Punkt 4.2. lit a); Oder um ein Technologieunternehmen oder Vorhaben natürlicher Personen bzw. Projektteams, das auf die Entwicklung, Erprobung oder Anwendung technischer Lösungen oder Infrastrukturen abzielt, welches für die Herstellung, Verbreitung, Vermittlung oder Nutzung journalistischer oder anderer publizistischer Inhalte bestimmt oder geeignet ist (Punkt 4.4.)? Werden die Tätigkeiten vorwiegend in Österreich erbracht (Punkt 4.2. lit b)? Handelt es sich <b>NICHT</b> um öffentlich-rechtliche Gebietskörperschaften? (Punkt 4.5. lit a) Handelt es sich <b>NICHT</b> um Unternehmen, die überwiegend aus öffentlichen Mitteln finanziert werden? (Punkt 4.5. lit b) Handelt es sich <b>NICHT</b> um Antragsteller:innen, über die bzw. deren Vermögen im Zeitpunkt der Antragstellung ein Insolvenzverfahren anhängig ist oder ein solches mangels kostendeckendem Vermögens rechtskräftig nicht eröffnet oder aufgehoben wurde und der Zeitraum, in dem in die Insolvenzdatei Einsicht in den genannten Insolvenzfall gewährt wird, noch nicht abgelaufen ist? (Punkt 4.5. lit c)	JA: Bei Nichterfüllen der Voraussetzungen > Ausschluss Teilnahmeantrag
		Handelt es sich <b>NICHT</b> um Antragsteller:innen, in deren Medium in dem Jahr, das dem Datum des Förderansuchens vorangeht, wiederholt zum gewaltsamen Kampf gegen die Demokratie oder den Rechtsstaat aufgerufen wurde, oder Gewalt gegen Menschen als Mittel der Politik befürwortet wurde, oder zur allgemeinen Missachtung der Rechtsordnung auf einem bestimmten Rechtsgebiet aufgefordert wurde? (Punkt 4.5. lit d)	
		Handelt es sich <b>NICHT</b> um Antragsteller:innen, die im Zeitpunkt der Antragstellung eine Verurteilung wegen Förderungsmissbrauch gemäß § 153b StGB vorliegt und die Auskunft im Strafregister darüber nicht beschränkt ist (§ 6 Tilgungsgesetz 1972)? (Punkt 4.5. lit e)	
		Handelt es sich <b>NICHT</b> um Antragsteller:innen, bei denen von den zuständigen Behörden oder Gerichten wiederholte oder schwerwiegende Verletzungen von Vorschriften rechtskräftig festgestellt wurden, welche die Einhaltung der Grundsätze der journalistischen Berufsausübung regeln bzw. sicherstellen, die dem Überzeugungsschutz der Journalist:innen dienen oder die die Einhaltung ihrer arbeitsrechtlichen Rechte gewährleisten; oder bei denen solche Feststellungen in Bezug auf medienbezogene Technologievorhaben getroffen wurden, insbesondere bei Verletzungen von Datenschutz-, Arbeits- oder Verbraucherschutzstandards oder einschlägigen ethischen Richtlinien im Zusammenhang mit der Entwicklung oder dem Betrieb medientechnologischer Systeme? (Punkt 4.5. lit f)	
		Handelt es sich <b>NICHT</b> um Antragsteller:innen, deren Vorhaben offensichtlich nicht den Förderzweck erreichen kann; das ist etwa insbesondere dann der Fall, wenn das Vorhaben nicht darauf gerichtet ist, entweder ein medienrelevantes Produkt oder eine medientechnologische Lösung mit einer eigenständigen publizistischen, gesellschaftlichen oder wirtschaftlichen Relevanz zu entwickeln oder zur Anwendung zu bringen; weiters kann dies auch der Fall sein, wenn das Vorhaben erkennbar nicht auf eine tragfähige Umsetzung in publizistischer, technologischer oder wirtschaftlicher Hinsicht abzielt? (Punkt 4.5. lit g)	
		Handelt es sich <b>NICHT</b> um gesetzliche berufliche Interessensvertretungen? (Punkt 4.5. lit h)	
		Handelt es sich <b>NICHT</b> um den österreichischen Rundfunk (ORF) und verbundenen Unternehmen, sowie Antragsteller:innen, die zum Zeitpunkt der Antragstellung oder innerhalb der letzten 6 Monate ab Antragstellung Mitarbeiter:innen oder eine vertragliche bzw. funktionale Beziehung zu österreichische Rundfunk (ORF) und verbundenen Unternehmen oder der WZ GmbH oder verbundenen Unternehmen unterhalten haben, <b>UND</b> an der Konzeption, operativen Durchführung, inhaltlichen Prüfung, Bewertung oder Entscheidungsfindung im Zusammenhang mit dieser Fördermaßnahme beteiligt sind oder waren, <b>ODER</b> durch ihre Tätigkeit einen tatsächlichen oder potenziellen Interessenkonflikt mit der Vergabeentscheidung begründen? (Punkt 4.5. lit h)	



BEWERTUNG PHASE 1 - SCHRIFTLICHE BEWERBUNG			
Datengrundlage / Thema	Vorgaben/Grundlage	Bewertungskriterium / Leitfragen	KO-Kriterium
Nachweis zu sachlichen Voraussetzungen	Förder-RL; schriftliche Bewerbung;	<p><b>Handelt es sich um ein förderbares Projekt nach 5.2.1 (Projekte zur Modernisierung und Erweiterung der digitalen Verbreitung von journalistischen Inhalten (Tech-Startups))?</b></p> <p>(a) Projekte zeigen einen Missstand in der Medienbranche auf, der zu beheben ist, oder machen auf ein Problem in der Medienbranche aufmerksam, das zu lösen ist. Im Rahmen des Projekts werden zur Behebung des Missstands bzw. Lösung des Problems innovative Technologien aufgezeigt und ein konkretes Resultat entwickelt, das die Medienbranche unterstützt.</p> <p>(b) Projekte stellen dabei Technologien, digitale Tools und Ansätze zur Informationsvermittlung in der Medienbranche zur Verfügung, die den Medienstandort unterstützen. Dies können sowohl innovative, digitale Produkte jeglicher Art, die die journalistische Tätigkeit unterstützen sein, als auch technische Lösungen, die den Content anderer unterstützen.</p> <p>(c) Projekte haben sich mit einem der folgenden Themen zu beschäftigen: Produktion und Distribution journalistischer Inhalte, Formate für neue Technologien (Bots, Algorithmen, etc.), KI-basierte Lösungsansätze, Machine Learning, Data- Journalism, Payment, neue Business-Modelle für Medienunternehmen, Personalized &amp; Automized Content, Audio-, Video -Lösungen, Augmented Reality, Virtual Reality, Immersive Content, Mobile Storytelling &amp; Reporting, Media-Ad-Tech, Social Media Journalismus-Automatisierungen, SaaS-Modelle, CMS &amp; Services, Tools für Newsrooms, B2C-Produkte, Apps, Plattformen-Formate (Messaging-Lösungen, Live-Streaming, interaktive Community-Plattformen), innovative Werbeformate.</p> <p>(d) Projekte haben Maßnahmen zur Schaffung und Nutzung von innovativem und digitalem Content darzustellen. Ein Schwerpunkt ist dabei die Gestaltung innovativer Medienprodukte (Audio-, Videoformate und interaktive sowie intermediale Formate) mit auf die österreichischen Nutzer:innen ausgerichteten Medieninnovationen oder/und</p> <p>(e) Projekte haben Maßnahmen zur Schaffung und Erneuerung digitaler Infrastruktur mit dem Ziel, Lösungsansätze zur Digitalisierung und Automatisierung von Arbeitsabläufen aufzuzeigen und den Einsatz von Tools zur Verwaltung, Moderation und Analyse von Community- und Foreninhalten zu entwickeln.</p> <p><b>Handelt es sich um ein förderbares Projekt nach 5.2.2 (Projekte zur Erstellung und Bereitstellung digitaler journalistischer Inhalte (Content-Startups))?</b></p> <p>(a) Projekte zeigen einen Missstand in der Medienbranche auf, der zu beheben ist, oder machen auf ein Problem in der Medienbranche aufmerksam, das zu lösen ist. Im Rahmen des Projekts werden zur Behebung des Missstands bzw. Lösung des Problems innovative journalistische Formate aufgezeigt und ein konkretes Resultat entwickelt, das die Medienbranche unterstützt.</p> <p>(b) Projekte haben sich mit einem der folgenden Themen zu beschäftigen: Special-Interest-Content-Formate, Social Media Journalismus, innovative Medienformate, innovative in sich geschlossene Erweiterungen von bestehenden Medienprojekten, Online Magazine und innovative Audio- &amp; Videoformate.</p>	<p><b>KO Kriterium wenn KEIN Projekt nach 5.2.1./5.2.2</b></p> <p>Wird auf Basis der Projektbeschreibung (schriftliches Konzept) beurteilt. Wichtig ist, dass hier nicht die Qualität der Projektbeschreibung beurteilt wird, sondern nur, ob es sich um ein "förderbares Projekt" nach den Förderrichtlinien handelt.</p>
	schriftliche Bewerbung: Zugehörigkeit Medienbranche (Projekthalt)  <i>Beschreibung des Projekts</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Beschreibung in einem Satz</i></li><li>• <i>Beschreibung als Text</i></li></ul>	<p><b>Handelt es sich NICHT um ein nicht-förderbares Projekt nach Punkt 5.3.1.?</b></p> <p>(a) Projekte, die nicht den Anforderungen dieser Richtlinie entsprechen;</p> <p>(b) Projekte ohne ausreichende Planung und ohne ausreichende Ressourcen;</p> <p>(c) Projekte, die aufgrund einschlägiger rechtlicher Grundlagen nicht förderbar sind;</p> <p>(d) Projekte, die primär der Buchverlagsbranche zuzurechnen sind, insbesondere solche mit dem Schwerpunkt auf der Herstellung oder Verbreitung von E-Books, digitalen Buchformaten oder anderen verlagsähnlichen Publikationen, sofern kein erkennbarer Bezug zur journalistischen, redaktionellen oder medientechnologischen Tätigkeit im Sinne dieser Richtlinie besteht;</p> <p>(e) Projekte, deren primärer Zweck in der Vermittlung von Medienkompetenz, in pädagogischen Angeboten oder bildungsorientierten Maßnahmen liegt (etwa im Rahmen von Workshops, Schulprogrammen, Unterrichtsmaterialien oder ähnlichen didaktischen Formaten), sofern kein unmittelbarer Bezug zur Entwicklung oder Veröffentlichung von journalistischen, redaktionellen oder medientechnologischen Inhalten im Sinne des § 1 Abs. 1 Z 6 Mediengesetz besteht.</p>	<p><b>KO Kriterium wenn Projekt nach 5.3.1.</b></p> <p>Wird auf Basis der Projektbeschreibung (schriftliches Konzept) beurteilt. Wichtig ist, dass hier nicht die Qualität der Projektbeschreibung beurteilt wird, sondern nur, ob es sich um ein "förderbares Projekt" nach den Förderrichtlinien handelt.</p>

BEWERTUNG PHASE 1 - SCHRIFTLICHE BEWERBUNG			
Datengrundlage / Thema	Vorgaben/Grundlage	Bewertungskriterium / Leitfragen	KO-Kriterium
Nachweis zu sachlichen Voraussetzungen	<p>schriftliche Bewerbung: Innovationsgrad (Content / Tech)</p> <p><i>Welches Problem löst euer Startup? Beschreibt euer Produkt bzw. eure Startup-Idee. Legt dabei den Fokus auf den Innovationsgrad und die Einzigartigkeit.</i></p>	<p><b>Innovationsgrad:</b> - CONTENT: Handelt es sich um ein neues, in sich geschlossenes oder weiterentwickeltes journalistisches Format oder Themengebiet? - TECH: Handelt es sich um ein neues, in sich geschlossenes oder weiterentwickeltes Tech-Projekt?</p> <p><i>Beispiel: Wenn ein bestehendes Produkt ohne jede Änderung oder Ergänzung im Rahmen des Fellowships gepitcht wird, müsste dieses Kriterium mit Nein beantwortet werden. Das könnte etwa ein bestehender Newsletter sein, der ohne Adaptierung und/oder journalistischen weiterentwickelten Mehrwert "1:1" übernommen werden soll. Ein bloßer Weiterbetrieb oder die Erstellung von "more of the same" Content ist kein Förderungsgegenstand.</i></p>	JA (inhaltliche Bewertung) Ja/Nein Bewertung
	<p>schriftliche Bewerbung: Marktpotenzial - Zielmarkt</p> <p><i>beschreibt euren Zielmarkt anhand der folgenden Punkte: 1. Wer sind eure Hauptkunden (Zielgruppendarstellung)? 2. Wie groß ist der gesamte Markt? (Schätzt oder recherchiert, wie viele potenzielle Kund:innen es gibt.) 3. Erklärt, wie ihr auf diese Einschätzung gekommen seid.</i></p> <p><i>Welche wichtigen Trends werden / könnten das Marktwachstum beeinflussen? (z.B. technologische Entwicklungen, gesetzliche Veränderungen, etc.)</i></p>	<p><b>Marktpotenzial 1 - Zielmarkt:</b> Passt der Zielmarkt/die Zielgruppe zum Projekt?</p>	JA (formale Prüfung auf Kongruenz der Angaben) (Ja/Nein)
	<p>schriftliche Bewerbung: Marktpotenzial - Wettbewerbsanalyse</p> <p><i>Beschreibt eure Konkurrenz auf dem Markt und wie ihr euch mit eurer Idee von dieser abheben möchtet.</i></p>	<p><b>Marktpotenzial 2 - Wettbewerbsanalyse:</b> Passt die Wettbewerbsanalyse zur zuvor beschriebenen Markteinschätzung?</p>	
	<p>schriftliche Bewerbung: Geschäftsmodell - Einnahmequellen &amp; Finanzplanung</p> <p><i>Aus welchen Quellen wirst du deine Einnahmen generieren? Wie sieht deine Finanzplanung aus? Welche Wissenslücken habt ihr im Bezug auf das Thema Finanzen?</i></p>	<p><b>Geschäftsmodell - Einnahmequellen &amp; Finanzplanung:</b> - Es liegt ein allgemeines Finanzverständnis vor (realistisches Modell, basiert nicht nur auf Förderungen, konkrete Einnahmequellen sind benannt) - Wurden die Lücken im Finanz-Know-How offen kommuniziert/ ist sich das Startup dessen bewusst?</p>	JA (inhaltliche Bewertung) (Ja/Nein)
	<p>schriftliche Bewerbung: Geschäftsmodell (Nachhaltigkeit &amp; Skalierbarkeit)</p> <p><i>Beschreibe dein Geschäftsmodell. Welche externen Faktoren könnten das Wachstum deines Projekts beeinflussen?</i></p>	<p><b>Geschäftsmodell - Nachhaltigkeit &amp; Skalierbarkeit:</b> Gibt es einen realistischen Plan für Wachstum oder Skalierung (z. B. über Zielgruppen, Märkte, Regionen, Formate)?</p>	

BEWERTUNG PHASE 1 - SCHRIFTLICHE BEWERBUNG			
Datengrundlage / Thema	Vorgaben/Grundlage	Bewertungskriterium / Leitfragen	KO-Kriterium
Nachweis zu sachlichen Voraussetzungen	<p>schriftliche Bewerbung: Relevant &amp; Impact (Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact)</p> <p><i>Wie beeinflusst euer Startup / euer Projekt die Medienlandschaft und / oder die Gesellschaft positiv?</i></p> <p>schriftliche Bewerbung: Relevant &amp; Impact (Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen)</p> <p><i>Welche Herausforderungen der Medienbranche können durch euer Vorhaben überwunden werden?</i></p>	<p><b>Relevanz &amp; Impact - Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact:</b> Geht das Projekt über einen privatwirtschaftlichen Nutzen hinaus und verfolgt einen gesellschaftlichen und/oder medienbranchenrelevanten Mehrwert?</p> <p><b>Relevanz &amp; Impact - Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen:</b> Wurden aktuelle Herausforderungen erkannt und beschrieben? Hat das Projekt das Potenzial als Lösungsansatz zu dienen?</p>	JA (formale Prüfung auf Kongruenz der Angaben) (Ja/Nein)
	<p>CV(s) + schriftliche Bewerbung: Gründer:innen(team) - Erfahrung und Expertise</p> <p><i>Welche Erfahrungen und Fähigkeiten im Medien- und / oder Technologiebereich bildet das Startup(team) ab?</i></p>	<p><b>Gründer:innen(team) - Erfahrung und Expertise:</b> Dargestellte Fähigkeiten stimmen mit den Angaben im CV überein.</p>	JA (formale Prüfung auf Kongruenz der Angaben) (Ja/Nein) Abgleich mit CV(s)
	<p>schriftliche Bewerbung: Gründer:innen(team) - Dynamik und Komplementarität</p> <p><i>Wie verteilen sich die Rollen / Aufgabenbereiche / Verantwortlichkeiten?</i></p> <p><i>Welche Kompetenzen fehlen noch? Wie können diese im Laufe des Programms ergänzt werden? Sind weitere Teammitglieder zu diesem Zweck geplant?</i></p>	<p><b>Gründer:innen(team) - Dynamik &amp; Komplementarität:</b> Aufgabenbereiche und Verantwortlichkeiten sind im Startup sichtbar ausgearbeitet; Kompetenzlücken werden dabei klar kommuniziert.</p>	
	<p>schriftliche Bewerbung: Diversität</p>	<p><b>Diversität:</b> Diversitätsbewertung in Bezug auf Team oder Themenauswahl oder Umgang mit dem Markt (Produktabhängig, Teamabhängig zB hinsichtlich Alter, Geschlecht, Herkunft, Kultur, Behinderung, Zugänglichkeit, Chancengleichheit etc.)</p>	NEIN (formale Prüfung, Antwort vorhanden) (Ja/Nein)
	<p>schriftliche Bewerbung - Projektstand</p> <p><i>Beschreibe den aktuellen Projektstand: Sind bereits Inhalte online? Wenn ja, welche? Gibt es Überlegungen zur Zielgruppe oder wird diese bereits erreicht?</i></p>	<p><b>Projektstand - Einstufung Inkubator:</b> Aufgrund aller vorliegenden geprüften Informationen wird das Projekt als "early stage" eingestuft und ggf der Inkubator empfohlen.</p>	NEIN (Ja/Nein)
Pitch Deck	Bewerbungsleitfaden	<b>Erfüllungsgrad:</b> Unterlagen auf Vollständigkeit prüfen + Nachforderung mittels Frist, unterstützend bei der Bewertung heranziehen	NEIN
CV(s) von allen Beteiligten	Bewerbungsleitfaden	<b>Erfüllungsgrad:</b> Unterlagen auf Vollständigkeit prüfen + Nachforderung mittels Frist, unterstützend bei der Bewertung heranziehen	NEIN
2-Minuten Video	Bewerbungsleitfaden	<b>Erfüllungsgrad:</b> Unterlagen auf Vollständigkeit prüfen + Nachforderung mittels Frist, unterstützend bei der Bewertung heranziehen	NEIN

## BEWERTUNG PHASE 2 - TRIAL DAYS

Datengrundlage / Thema	Vorgaben/Grundlage	Bewertungskriterium / Leitfragen	KO-Kriterium
Präsentationsinhalte: Beurteilung der präsentierten Inhalte	Innovationsgrad (Content / Tech)	<b>Innovationsgrad:</b> Wie groß ist der Need, den das Projekt lösen will?	NEIN (Punkteranking)
	Marktpotenzial / Zielgruppe	<b>Marktpotenzial - Zielgruppe:</b> Die Zielgruppe ist klar definiert und realisitisch dargestellt.	NEIN (Punkteranking)
	Geschäftsmodell: Einnahmequellen & Finanzplanung Nachhaltigkeit & Skalierbarkeit	<b>Geschäftsmodell - Einnahmequellen &amp; Finanzplanung:</b> - Eine erste Finanzplanung ist erkennbar (z. B. Cashflow-Vorschau, Investitionsbedarf, Break-even). - Die Machbarkeit der Finanzplanung ist realistisch eingeschätzt.	NEIN (Punkteranking)
		<b>Geschäftsmodell - Nachhaltigkeit &amp; Skalierbarkeit:</b> Wie gut kennt das Startup externe Faktoren, die die Entwicklung des zu erwartenden Ertrags beeinflussen könnten?	
	One-Pager Finanzplanung	<b>Gründer:innen(team) - Erfahrung und Expertise:</b> Die notwendigen Kompetenzen [konkrete fachliche, methodische oder persönliche Fähigkeiten und Erfahrungen] sind im Startup für die Umsetzung des Projekts abgedeckt oder das Startup ist sich der Kompetenzlücken bewusst und möchte diese im Laufe des Programms füllen. (Das Startup zeigt sich reflektiert im Umgang mit eigenen Stärken und Schwächen)	NEIN (Punkteranking)
		<b>Gründer:innen(team) - Dynamik &amp; Komplementarität:</b> Das Startup kann die Perspektiven Redaktion, technische Voraussetzungen oder wirtschaftliche Themen einnehmen.	
	Mentoring	<b>Mentoring:</b> Seitens des Startups besteht eine erkennbare Lernbereitschaft	NEIN (Punkteranking)
	Überprüfung Projektstand	<b>Eruierung des tatsächlichen Projektstatus (Echtheitsprüfung des Fortschritts):</b> - Es werden realistische Aussagen über bisherige Erfolge gemacht. - Es werden realistische Aussagen über Herausforderungen oder Limitierungen gemacht.	NEIN (Punkteranking)
<b>Projektstand - Einstufung Inkubator:</b> Aufgrund aller vorliegenden Informationen wird das Projekt als "early stage" eingestuft und ggf der Inkubator empfohlen.		NEIN (Ja/Nein)	
Präsentation: Wie wird präsentiert?	Workshopeinheit 1	<b>Präsentation - inhaltlich:</b> - Wie ist die Klarheit, die Struktur und das Storytelling des Pitches?	NEIN (Punkteranking)
		<b>Präsentation - formal:</b> - Die Aufgabenstellung wird formal erfüllt (Einhalten der Vorgabe, Visuelle Umsetzung und Zeitmanagement)?	NEIN (Ja/Nein - Zusatzpunkte)
Fragenbeantwortung	Workshopeinheit 2	<b>Juryfragen:</b> Die Fragen der Jury wurden vollumfänglich und nachvollziehbar beantwortet. - fachlich präzise - strukturiert / logisch - kritisch konstruktiv / selbstreflektiert	NEIN (Punkteranking)

### BEWERTUNG PHASE 3 - PITCH DAY

Datengrundlage / Thema	Vorgaben/Grundlage	Bewertungskriterium / Leitfragen	KO-Kriterium
<b>Inhalte Pitch-Präsentation: Beurteilung der präsentierten Inhalte</b>	Innovationsgrad (Content / Tech)	<b>Innovationsgrad:</b> Die Innovation des Projekts ist klar dargestellt. (Auswirkungen auf die Medienbranche sind klar erkennbar.)	NEIN (Punkteranking)
	Marktpotenzial: Zielmarkt Wettbewerbsanalyse Markteintrittsstrategie / Marketing	<b>Marktpotenzial 1 - Zielmarkt:</b> - Die Marktsegmentierung und Positionierung ist nachvollziehbar. - Das Erfolgspotenzial des Projekts hinsichtlich Markt & Zielgruppe ist hoch. (zB Erschließung neuer Dienstleistungen oder Nutzer:innen ist nachvollziehbar dargestellt.) <b>Marktpotenzial 2 - Wettbewerbsanalyse:</b> Das Vorhaben unterscheidet sich zu konkurrierenden Angeboten am Markt. <b>Marktpotenzial 3 - Markteintrittsstrategie /Marketing:</b> Die Markteintrittsstrategie ist schlüssig und realistisch erklärt.	NEIN (Punkteranking)
	Geschäftsmodell: Einnahmequellen & Finanzplanung Nachhaltigkeit & Skalierbarkeit	<b>Geschäftsmodell - Einnahmequellen &amp; Finanzplanung:</b> Es sind konkrete Einnahmequellen geplant und realistisch dargestellt (z. B. Abonnements, Werbung, Lizenzmodelle, Förderungen, Plattformanteile); die Ziele entsprechen der Planung. <b>Geschäftsmodell - Nachhaltigkeit &amp; Skalierbarkeit:</b> - Das Geschäftsmodell ist langfristig wirtschaftlich tragfähig angelegt. (nicht abhängig von kurzfristigen, externen Faktoren) - Es besteht ein strategisches Verständnis von Wertschöpfung und Ressourcenverwendung.	NEIN (Punkteranking)
	Relevanz & Impact: Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen	<b>Relevanz &amp; Impact - Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact:</b> - Unternehmerisches Handeln wird mit sozialer Verantwortung verbunden. - Gesellschaftliche oder mediale Probleme werden klar und verständlich adressiert. <b>Relevanz &amp; Impact - Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen:</b> - Aktuellen Herausforderungen (z. B. Vertrauensverlust, Finanzierung, Fragmentierung) werden klar und verständlich transportiert. - Praktikable Lösungen oder Wege werden aufgezeigt.	NEIN (Punkteranking)
	Überprüfung Projektstand	<b>Projektstand - Einstufung Inkubator:</b> Aufgrund der vorliegenden Informationen wird das Projekt als "early stage" eingestuft und ggf der Inkubator empfohlen	NEIN (Ja/Nein)
<b>Fragenbeantwortung</b>	Juryfragen	<b>Juryfrage allgemein - Auswirkung auf die Medienbranche:</b> - Auswirkungen auf die Medienbranche sind klar erkennbar. - Das Projekt wird dahingehend als relevant eingestuft. <b>Juryfragen individuell:</b> Die Fragen der Jury wurden vollumfänglich und nachvollziehbar beantwortet. - fachlich präzise - strukturiert / logisch - kritisch konstruktiv / selbstreflektiert	NEIN (Punkteranking)