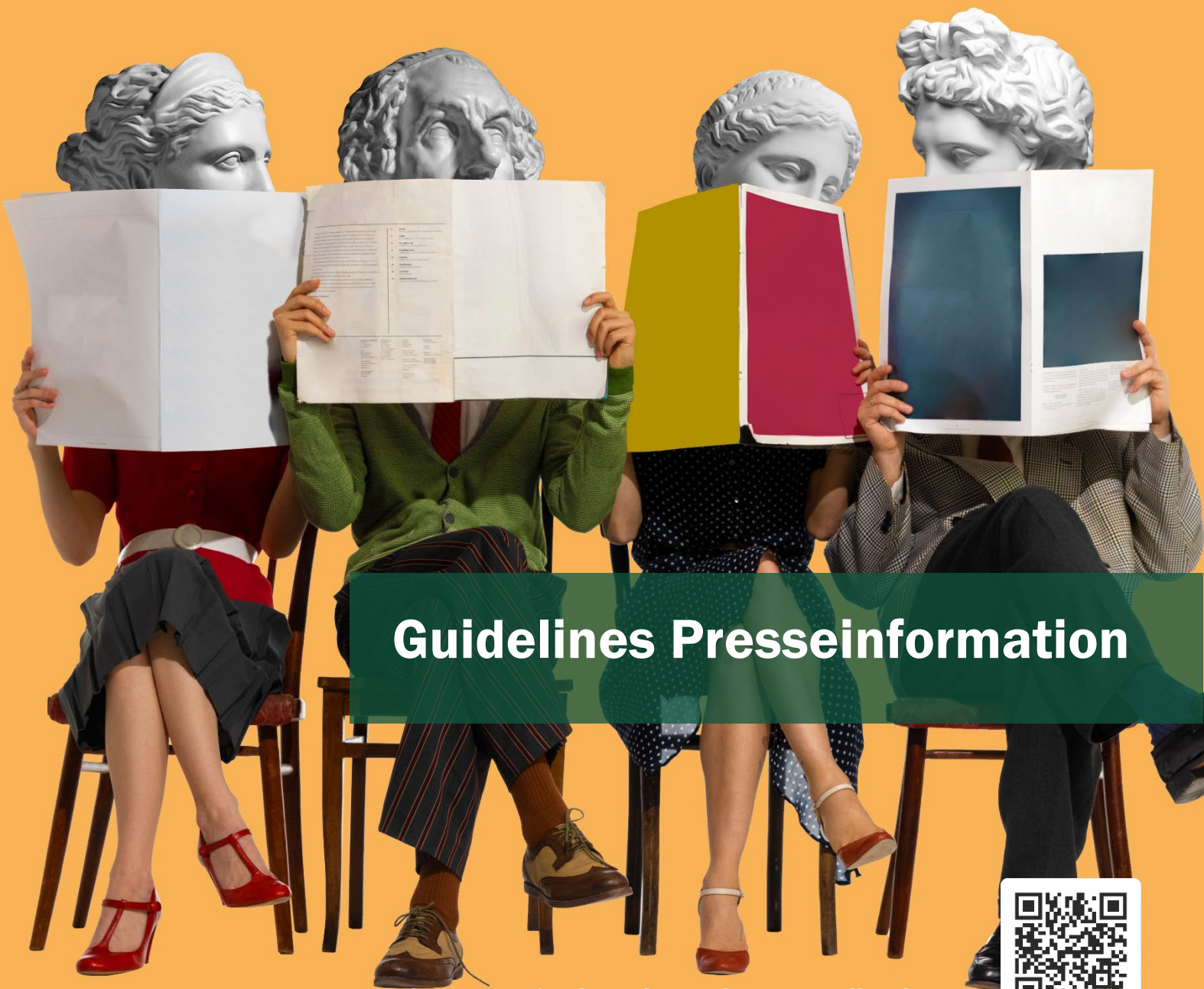




**PARIS
LODRON
UNIVERSITÄT
SALZBURG**



Guidelines Presseinformation

www.plus.ac.at/universitaetskommunikation



Guidelines Presseinformation

Presseinformationen bieten die Möglichkeit, wissenschaftliche Forschung verständlich und zielgerichtet an Medien und Öffentlichkeit zu kommunizieren. Die Aufbereitung und kommunikative Umsetzung erfolgen auf Basis der fachlichen und inhaltlichen Vorarbeit der Forschenden. Diese Guidelines sollen Sie dabei unterstützen Presseinformationen mediengerecht aufzubereiten. Die Abteilung Universitätskommunikation unterstützt Sie gerne bei der Presse- und Medienarbeit.

Wie schreibe ich eine Presseinformation?

- Schreiben Sie in **klarer und verständlicher Sprache**, vermeiden Sie Schachtelsätze, ausgefallene Formulierungen oder gar Wertungen – diese fügen die Journalist*innen ggf. hinzu.
- Setzen Sie die wichtigsten Informationen immer an den Beginn des Textes, Journalist*innen kürzen Texte von hinten.
- Beantworten Sie gleich im ersten Absatz die wichtigen fünf W-Fragen: **Wer? Was? Wann? Wie? Wo? Warum?**
- Verwenden Sie gut nachvollziehbare Vergleiche und Beispiele – nach Möglichkeit aus dem Alltagsleben.
- Formulieren Sie aktiv, vermeiden Sie Passiv-Formulierungen.
- Erläutern Sie kurz und knapp die nötigen Hintergrundinformationen.
- Verwenden Sie aussagekräftige Zitate.
- Liefern Sie Fakten und Zahlen – erläutern Sie besonders große oder kleine Zahlen mit für Laien nachvollziehbaren Vergleichen (z. B. „der Durchmesser eines Haares“ oder „die Strecke einmal rund um die Erde“). Vermeiden Sie Zahlenkolonnen.
- Schreiben Sie Abkürzungen zu Beginn immer einmal aus und setzen die entsprechende Abkürzung in Klammern. Verzichten Sie, wenn möglich, auf Fachbegriffe oder erläutern Sie diese kurz. Bitte beachten Sie, dass in jeder Presseinformation die **Universität Salzburg** genannt werden soll - das Kürzel „PLUS“ für Paris Lodron Universität Salzburg wird nicht mehr verwendet.
- Grundsätzlich sollten Presseinformationen **nicht länger als eine Seite** sein.

Welche Themen sind für eine Presseinformation geeignet?

Folgende Fragen helfen Ihnen bei der Einschätzung der Relevanz des Themas

- **Aktualitätsbezug:** Gibt es einen konkreten, aktuellen Anlass für Ihre Presseaussendung? – Das sollte der Fall sein!
- Kann das Thema vielleicht eine bisherige Annahme widerlegen?
- Tangiert Ihr Forschungsvorhaben oder -ergebnisse Themen von allgemeinem Interesse, sind sie mit höheren Fördersummen verbunden oder können viele Menschen davon profitieren?
- Wurden unkonventionelle Forschungsmethoden verwendet?
- Handelt es sich um eine Personalie, eine Auszeichnung oder einen Forschungspreis – auch diese Art von Nachrichten können für die Medien interessant sein.

Impressum und Fotonachweise:

Herausgeberin: Universität Salzburg | Universitätskommunikation

Foto (Cover): © iStock.com/master1305

Stand: 1. April 2026

Wie soll eine Presseinformation aufgebaut sein?

- **Bezeichnung** „Presseinformation“, „Pressemitteilung“, „Presseeinladung“
- Kurzer, aber aussagekräftiger **Titel**; ggf. eine **Unterüberschrift** mit näheren Erläuterungen zum Titel
- Etwa fünf- bis siebenzeiliger **Einleitungstext**, der die wichtigsten Inhalte Ihrer Presseinformation auf den Punkt bringt. Bei Veranstaltungen müssen neben Thema auch Zeit und Ort angegeben werden.
Journalist*innen sollten anhand des Einleitungstextes schnell feststellen können, ob das Thema für sie relevant ist oder nicht. Umständliche Texte, die den Kern der Botschaft nicht sofort erkennen lassen, werden schnell gelöscht.
- **Hauptteil**: In einem größeren Textteil soll nun ausführlicher auf den Inhalt eingegangen werden: Wer erforscht was? Was ist der allgemeine Nutzen? Warum ist das Ergebnis wichtig? Angaben zu Kosten, Kooperationspartnern etc.
- **Absätze**: Um Journalist*innen das Lesen zu erleichtern, ist es sinnvoll Absätze und Zwischenüberschriften einzufügen.
- **Zitate**: Fügen Sie Zitate ein, um den Text aufzulockern. Die direkte Rede soll spontan klingen und nicht zu lang sein. Vergessen Sie ggf. nicht, die Freigabe der Zitategeber*innen einzuholen.
- **Ansprechpartner*in**: Wer ist Ansprechperson für Rückfragen der Journalist*innen? Achten Sie darauf, dass alle Kontaktangaben vollständig sind (Vor- und Familienname inkl. aller relevanter Titel, Fachbereich/Organisationseinheit/Zentrum, Adresse, Telefonnummer, Mailadresse)
- **Fotos/Grafiken**: Gute Bilder oder Info-Grafiken erhöhen die Aufmerksamkeit für Ihre Presseinformation. Vergessen Sie nicht, den/die Fotografen*in anzugeben.
- Denken Sie auch an kurze, aussagekräftige Bildunterschriften.

Worauf sollten Sie bei Bildern und Grafiken achten?

Mit einem guten Foto erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Presseinformation es tatsächlich in die Medien schafft. Die Abteilung Universitätskommunikation unterstützt gegebenenfalls bei der Suche nach geeignetem Bildmaterial.

- Achten Sie auf eine gute Bildqualität (jpg-Format, Auflösung = 300 dpi; Fotos aus dem Internet können für Druckformate wegen zu geringer Auflösung bzw. nicht geklärter Nutzungsrechte oftmals nicht verwendet werden).
- Achten Sie auf aussagekräftige Bildunterschriften, die neben dem Inhalt auch die abgebildeten Personen korrekt benennen (Name, Funktion/Position) und ggf. weitere wichtige Informationen zum Kontext enthalten. Stellen Sie unbedingt sicher, dass Sie unbeschränkte Veröffentlichungsrechte haben, und dass die abgebildeten Personen mit der Veröffentlichung einverstanden sind.
- Vergessen Sie nicht, den/die Fotografen*in anzugeben.

Was passiert mit Ihrer Presseinformation?

- Bitte senden Sie Ihre Presseinformation inklusive Bildmaterial per Mail an presse@plus.ac.at.
- Damit wir Ihre Presseinformationen bestmöglich aufbereiten können, bitten wir Sie, uns diese **ausreichend frühzeitig zu übermitteln**. Wir überprüfen Ihre eingereichten Texte auf Vollständigkeit und Verständlichkeit und melden uns für Rückfragen bei Ihnen.

- Die Abteilung Universitätskommunikation arbeitet nach einem Redaktionsplan und entscheidet, welche Themen aufgrund ihrer Relevanz und Zielgruppe zu einer Pressemitteilung werden. Gleichzeitig legen wir weitere geeigneten Kommunikationskanäle der Universität für die fest, und veranlassen die Veröffentlichung (z. B. Social Media, Slider-/Newsmeldung Homepage, etc.).

Hinweis: Presseinformationen und Pressemitteilungen können immer nur Informationsangebote an die Medien sein. Ob und in welcher Form diese aufgegriffen werden, liegt im Ermessen der jeweiligen Redaktion.

Sie haben weitere Fragen zum Thema Presseinformation/Pressemitteilung?

Bitte melden Sie sich gerne bei uns – wir freuen uns auf Sie!

Ihr Team der Abteilung
Universitätskommunikation

Kontaktpersonen Wissenschaftskommunikation:

Mag.^a Susanna Graggaber
+43 662 8044-2027
susanna.graggaber@plus.ac.at

Tamara Stangl, BA, MA MA
+43 662 8044-2026

Kontaktperson für Universitäts- oder hochschulpolitische Themen:

Dr.ⁱⁿ Sophie Mönnich-Lux
+43 662 8044-2024
sophie.moennich-lux@plus.ac.at



Universität Salzburg

Kapitelgasse 4-6 | 5020 Salzburg | Austria
presse@plus.ac.at | Tel.: +43 662 8044-2027
www.plus.ac.at/universitaetskommunikation