

---

## Hinweise zum Verfassen einer Medieninformation

### 1. Wie gelangen Ihre Informationen an die Öffentlichkeit?

Um die Öffentlichkeit über Ereignisse und Forschungsergebnisse aufmerksam zu machen, berichten wir den Journalisten mittels Medieninformationen über aktuelle Themen aus der Universität Rostock. Wenn Sie eine solche für die Öffentlichkeit interessante Nachricht haben, wenden Sie sich bitte – idealerweise mit einem vorbereiteten Textvorschlag als Grundlage – an die Presse- und Kommunikationsstelle.

Auf der Grundlage Ihres Textvorschlages bereiten wir einen Text mediengerecht auf, der im Anschluss von Ihnen freigegeben und von uns versendet wird.

Einladungen zu Pressegesprächen, Veranstaltungen oder Terminankündigungen sollten im Idealfall mindestens zwei Wochen vor dem Termin verschickt werden. Das wiederum setzt voraus, dass wir Ihren Textentwurf entsprechend rechtzeitig erhalten, am besten **mindestens drei Wochen vor dem Termin**. Wir beraten Sie gern, wie Ihre kommunikativen Ziele am besten zu erreichen sind. Um die Chance zur Aufnahmen bei den Medien insgesamt zu erhöhen, entscheidet die Presse- und Kommunikationsstelle der Universität Rostock über die Platzierung der Medieninformationen.

### 2. Welche Themen eignen sich für eine Medieninformation?

Bitte prüfen Sie vorab den Nachrichtenwert Ihres Themas:

1. Hat das Thema einen unmittelbaren Bezug zur Universität Rostock? Ist die Universität Rostock bei einem Forschungsprojekt federführend?
2. Ist die Nachricht über ein Ereignis tagesaktuell und wurde sie zuvor noch nicht veröffentlicht?
3. Ist das Thema über Ihre Scientific Community hinaus bedeutend und interessant für die allgemeine Öffentlichkeit? Neue Forschungsergebnisse, Forschungsaufträge und Vorhaben sind relevant, wenn sie Themen von allgemeinem Interesse tangieren, wenn möglichst viele Menschen davon profitieren können, mit hohen Geldsummen verbunden sind oder Veränderungen mit sich bringen.
4. Bauvorhaben ziehen oft Veränderungen im Stadtbild nach sich und können somit besonders für die regionale Öffentlichkeit und damit für die regionalen Medien von Interesse sein.
5. Personalien, Preise, Auszeichnungen schaffen nicht immer den Weg in die Medien. Nutzen Sie hierfür die inneruniversitären Kommunikationswege. Gleiches gilt auch für organisatorische Neuigkeiten und Veränderungen. Bitte wenden Sie sich für internen Informationen an die Redaktion des [Intranets](#).

### 3. Wie gestalten Sie Ihre Medieninformation?

Journalisten erhalten täglich eine Vielzahl an Informationen, sodass sich eine Medieninformation durch **Kürze, Klarheit und allgemeine Verständlichkeit** auszeichnen sollte, um Aufmerksamkeit zu erwecken. Da Journalisten Texte bei Bedarf von unten kürzen, schreiben Sie bitte **das Wichtigste zuerst**.

Schreiben Sie Ihre Medieninformation **aktiv und nicht passiv**. Ergänzen Sie den beschreibenden Text um **aussagekräftige Zitate**. **Schreiben Sie Abkürzungen aus, verzichten Sie auf Fachtermini**.

Eine Medieninformation besteht aus den folgenden Elementen:

1. **Überschrift**/ggf. Unter-Überschrift
2. **Teaser** (Richtwert: 350 Zeichen) mit den wichtigsten Fakten, der die Antworten auf die „W-Fragen“ enthält  
Wer?, Was?, Wann?, Warum? Wem hilft es? und Wo?
3. **Fließtext** mit weiterführenden Informationen (maximal 3.500 Zeichen)  
Eine Medieninformation ist zunächst nur eine Nachricht und kein Bericht.
4. Sofern ein **Bild** (Mindestgröße: 1.000 x 1.000 Pixel) angehängt wird, entwerfen Sie eine präzise Bildunterschrift mit Angabe des Bildnachweises/Fotografen.
5. **Kontakt** der Ansprechpartnerin/des Ansprechpartners (Titel, Name, ggf. Funktion, Universität Rostock, Einrichtung/Fakultät/Institut, Telefonnummer, E-Mail-Adresse)

Am Tag der Veröffentlichung der Medieninformation sollte die als Kontakt angegebene Person für Rückfragen zur Verfügung stehen. Planen Sie das bitte ein oder geben Sie einen alternativen Kontakt an.

Beispiele für Medieninformationen finden Sie auf der Startseite der Homepage der Universität Rostock.

*Auch wenn alle diese Hinweise berücksichtigt werden, können wir Ihnen keine Abdruck- oder Sendegarantie geben, denn Journalisten entscheiden tagesaktuell in Abhängigkeit der sonstigen Nachrichtenlage, welche Themen sie bearbeiten.*