

HeadlineAffairs

Unsere Editorial Services

Wer wahrgenommen werden will, kämpft um ein knappes Gut: Aufmerksamkeit. Wir helfen Ihnen, den Kampf um die Aufmerksamkeit von Kunden, Journalisten und Öffentlichkeit für sich zu entscheiden. Bei HeadlineAffairs arbeiten ausgebildete Redakteure, die Artikel von höchster journalistischer Qualität schreiben. Wir verwandeln harte Fakten und trockene Informationen in interessante und ansprechende Texte. Denn Inhalte brauchen eine kluge Inszenierung, um wahrgenommen zu werden. Aus Ihrem Produkt oder Projekt machen wir eine Geschichte, die wir durch verständliche, zielgerichtete und zielgruppengerechte Sprache an den anspruchsvollen Leser bringen. Dabei finden wir immer das richtige Format und die richtigen Worte...



Mitarbeiterzeitschrift



„HeadlineAffairs konzipiert und betreut für uns eine internationale Mitarbeiterzeitung, die bei unseren Mitarbeitern sehr gut akzeptiert ist.“

*Stefan Weinberger, Personalleiter
MAX STREICHER GmbH & Co. KG aA*

Die Mitarbeiter sind das A und O für den Erfolg jedes Unternehmens. Für den niederbayerischen Ingenieurdienstleister **MAX STREICHER GmbH & Co. KG aA** geben wir seit mehr als sechs Jahren jedes Quartal die Mitarbeiterzeitschrift „Beim STREICHER“ heraus, auch in den Sprachen Tschechisch und Italienisch.

Nachrichten, Reportagen und Interviews aus dem Unternehmen fördern die Kommunikation in dem stetig wachsenden 3.500-Mann-Betrieb. Projekte, Entwicklungen und Change-Prozesse werden so transparent – für Mitarbeiter und Partner.

Wachsende Auflagenzahlen bestätigen den Erfolg der STREICHER-Mitarbeiterzeitschrift, die sich zu einem festen Instrument interner, länderübergreifender Kommunikation etabliert hat.

Kommunikationsleitfaden



„Mit der Entwicklung des Communication Manuals schuf HeadlineAffairs eine profunde theoretische Grundlage zur Professionalisierung unserer internationalen Kommunikationsstandards.“

*Melanie Barbei, Manager International Communication
MAN Nutzfahrzeuge AG*

Öffentliche Kommunikation will gelernt sein, denn es gibt jede Menge sprachliche und inhaltliche Hürden.

Um diese erfolgreich zu überwinden und rhetorischen Stolpersteinen auszuweichen, nutzt **MAN Nutzfahrzeuge** einen von HeadlineAffairs entwickelten Kommunikationsleitfaden.

Das knapp 100 Seiten umfassende Communication Manual bietet einen Standard für die **MAN** Unternehmenskommunikation und verbessert diese nachhaltig – von unternehmensinternen Kommunikationsprozessen über internationale Verständigung, Online-Kommunikation und Pressekonferenzen bis hin zu Fernsehinterviews und Medienkontakten.

Für die **Amazon.de GmbH** erarbeiten wir in Zusammenarbeit mit der Pressestelle ebenfalls einen Kommunikationsleitfaden, der den Mitarbeitern an den deutschen Standorten Orientierung und Hilfestellung geben soll.

Corporate Books



„Die gesamte Palette der Presse- und PR-Arbeit bis hin zur Redaktion und Gestaltung eines über 100-seitigen Jubiläumsbandes – HeadlineAffairs bietet einem dynamischen Maschinenbau-Unternehmen professionelle Lösungen aus einer Hand.“

*Dr.-Ing. Peter Schiefer, geschäftsführender Gesellschafter
Wolffkran Holding AG*

„Die Kultur der Menschheit besitzt nichts Ehrwürdigeres als das Buch“, wusste schon der Dichter Gerhard Hauptmann. Bücher machen Marken und Produkte zu anschaulichen Geschichten.

Für den Kranspezialisten **WOLFFKRAN AG** produzierte HeadlineAffairs zum 150. Firmenjubiläum den Band „Zwischen Himmel und Erde“. Auf knapp 130 Seiten wird anschaulich und kurzweilig die Geschichte des Krans und des Kranbaus erzählt. Bilder, Infokästen und eine Zeitleiste machen die Geschichte greifbar und lebendig. WOLFFKRAN präsentiert sich dabei als Marktführer und internationaler Spezialist des modernen Hochleistungskranbaus.

Newsletter



„HeadlineAffairs betreut für uns redaktionell und gestalterisch einen Newsletter, um unser technisches Know-how und unsere innovativen Verfahren in der digitalen Öffentlichkeit nachhaltig zu positionieren.“

*Marion Melzer, verantwortlich für Marketing
Mennicke Rohrbaubau GmbH*

Neuigkeiten aus dem Unternehmen müssen regelmäßig und übersichtlich an Kunden und Geschäftspartner vermittelt werden. Hier ist der Newsletter das passende Format.

Für **MENNICKE Rohrbaubau** entwirft HeadlineAffairs seit 2009 mehrmals im Jahr einen Newsletter, der sowohl digital als auch gedruckt veröffentlicht wird.

Neben allgemeinen Neuigkeiten aus dem Unternehmen enthält der mehrseitige Newsletter Interviews mit Geschäftsführern, Kunden, Mitarbeitern und Experten aus der Branche. Ein Rückblick liefert Baustellenberichte und best practice Beispiele erfolgreich abgeschlossener Projekte der vergangenen Monate.

Für **Mennicke** bedeutet der Newsletter, der in kurzer Zeit zu einem viel genutzten Medium der internen und externen Kommunikation des Unternehmens wurde, regelmäßigen, persönlichen und vertiefenden Kontakt mit Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern.

Broschüren



„HeadlineAffairs konzipierte für STREICHER eine Reihe von Broschüren, die das stark diversifizierte Angebot der Firma anschaulich und einheitlich darstellen. Der Vorteil: Bei HeadlineAffairs kommen Text und Grafik aus einer Hand.“

*Maximilian Hofmann, Geschäftsführer
MAX STREICHER GmbH & Co. KG aA*

Aushängeschild für jede erfolgreiche Organisation ist die Imagebroschüre. Für das Münchner Unternehmen **TomTec**, das Marktführer im Bereich medizinischer Bildgebungsverfahren und Healthcare-IT-Lösungen ist, entwerfen wir eine Broschüre anlässlich des 25-jährigen Firmenjubiläums. Zusammen mit dem IT-Spezialisten erarbeiten wir in Workshops die künftige Positionierung, die wesentlich für die neue Imagebroschüre ist.

Als Projektbüro des PUNKT – Preis für Technikjournalismus und Technikfotografie der **Deutschen Akademie der Technikwissenschaften acatech** erstellt HeadlineAffairs jedes Jahr eine aktuelle Informationsbroschüre. Diese wird u.a. in Hochschulen und bei Branchenveranstaltungen ausgelegt, um die Bekanntheit des Preises und die Teilnehmerzahl zu erhöhen.

Auch um Hintergründe zu beleuchten und Themen einer bestimmten Zielgruppe näher zu bringen, eignet sich das Format der Broschüre. Für die **Stadtwerke Schweinfurt Netze** entwarf HeadlineAffairs im Rahmen einer mehrmonatigen Anzeigenkampagne eine begleitende Broschüre, die die Einrichtung eines Gas-Netzanschlusses für Privatpersonen und Firmen erklärt.

Für den Rohrleitungsbauer **BROCHIER** und die einzelnen Kompetenzbereiche der **STREICHER Gruppe** konzipierte HeadlineAffairs Broschüren, die das Profil und das Leistungsportfolio der Unternehmen präsentieren.

Themen-Special-Magazin



„Mit HeadlineAffairs gelingt es uns, durch eine abgestimmte Themensetzung in der öffentlichen Diskussion die Wahrnehmung für unsere Mitgliedsunternehmen und deren technische Expertise zu schärfen.“

*Dipl.-Ing. Jochen Bärreis, ehem. Vorstandsmitglied
Rohrleitungssanierungsverband RSV e.V.*

Immer wieder gibt es Themen und Anlässe, die mehr Aufmerksamkeit verdienen, als die alltägliche Kommunikation erzeugt.

Der **RSV Rohrleitungssanierungsverband e.V.** nahm das 50. Jubiläum der Rohrleitungssanierung zum Anlass, um in einem Themen-Special Magazin umfassend auf das Verfahren der Zementmörtelauskleidung aufmerksam zu machen. Bilder, Hintergründe und verständliche Detailinformationen über das aufwändige Sanierungsverfahren bringen auf 30 Seiten das Thema einer breiten Öffentlichkeit nahe.

Für die **MAX STREICHER GmbH & Co. KG aA** brachte HeadlineAffairs zum 100-jährigen Firmenbestehen ein Jubiläumsmagazin heraus, das anhand vieler Bilder und Zeitzeugnisse die STREICHER-Geschichte erlebbar macht.

Flyer



„HeadlineAffairs hat für uns einen originellen Flyer erstellt, der von unseren Messebesuchern sehr gut angenommen wurde.“

*Dipl.-Ing. (FH) Dieter Beck, ehem. Vorsitzender
rbv-Landesgruppe Bayern*

Das Wichtigste auf einen Blick, zum Einstecken und Mitnehmen – das bietet der Flyer. Für die übersichtliche, schnelle Information an Messeständen, in der Kantine oder am schwarzen Brett ist dieses Format genau das Richtige.

Spielerisch nüchterne Fakten aufbereiten und Aufmerksamkeit für das Thema wecken, das war die Herausforderung des **Rohrleitungsbauverbands (rbv)**. Für den Verband fertigte HeadlineAffairs einen Flyer, der dem Leser durch eine Ja-Nein-Fragenmatrix seinen individuellen Modernisierungsbedarf verdeutlicht. Durch diese Initiative wurde der **rbv** stärker als Kompetenzpartner auf dem Gebiet der Rohrsanierung wahrgenommen.

Moderne technische Verfahren verständlich darstellen, das hat HeadlineAffairs für die Mennicke Rohrbau GmbH mit einem Flyer zur Rohrleitungssanierung umgesetzt. Darin wird dem interessierten Leser das sogenannte Close-Fit Verfahren mittels Text und Grafik nähergebracht.

Anzeigenkampagne



„HeadlineAffairs hat uns perfekt mit Beidem unterstützt – strategische Beratung und maßgeschneiderte Inhalte für unsere werbliche und pressebezogene Kommunikation, um die neuen Aufgaben unserer Firma zu präsentieren.“

*Manfred Hagen, Managing Director Infrastructure
Stadtwerke Schweinfurt (Geschäftsführer Netzbetrieb)*

Durch aktive Kommunikation Aufklärungsarbeit leisten – das war unsere Motivation beim Projekt für die **Stadtwerke Schweinfurt GmbH**. HeadlineAffairs entwickelte und implementierte eine sechsmonatige Anzeigenkampagne für den Netzbetrieb. Neben der Textredaktion war HeadlineAffairs auch für die grafische Gestaltung verantwortlich.

Unter dem Slogan „LEISTUNGEN für SCHWEINFURT“ wurden die Verbraucher über die Trennung von Energievertrieb und Netzbetrieb aufgeklärt.

Q&As



„Die von HeadlineAffairs vorbereiteten Q&As sind umfassend und gut recherchiert. Sie helfen uns dabei, im Journalistengespräch eine einheitliche Sprache zu sprechen.“

*Simone Engleitner, International Marketing
WOLFFKRAN AG*

Immer die richtige Antwort parat zu haben, das ermöglichen wir unseren Kunden mit maßgeschneiderten Questions & Answers.

2013 hat HeadlineAffairs die **WOLFFKRAN AG** bereits zum dritten Mal beim Messeauftritt auf der bauma in München, der größten Baumaschinenmesse der Welt, unterstützt.

Für die bauma-Vorpressekonzferenz statteten wir den Kranhersteller mit zielgerichteten Q&As aus. Somit waren die Mitarbeiter für alle Journalistenfragen gerüstet.

Fachbeiträge



„Die Fachbeiträge von HeadlineAffairs sind technisch versiert und sehr gut recherchiert. Regelmäßig erreicht uns dazu auch positives Feedback unserer Leser.“

*Stefan Fuhl, Chefredakteur
bbr Fachmagazin*

Fachbeiträge bringen spezifische Themen in die Öffentlichkeit und beziehen nüchtern und sachlich auf der Ebene der Expertise Position.

So konnte der **RSV Rohrleitungssanierungsverband e.V.** mit einem zweiseitigen Fachartikel, von HeadlineAffairs die Bevölkerung für das Thema „private Grundstücksentwässerung“ sensibilisieren. Wie breit gefächert die Themengebiete von HeadlineAffairs sind, beweist unser Fachbeitrag „Technikjournalismus im Aufbruch“, der 2012 im **pressesprecher** erschienen ist. Die Erkenntnisse aus der jahrelangen Zusammenarbeit mit **acatech** – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften wurden in einem praxisorientierten Artikel zusammengefasst.

Die Fachbeiträge von HeadlineAffairs erscheinen in nationalen und internationalen Fachpublikationen. Unsere Journalistendatenbank umfasst über 2.500 internationale Fachjournalistenkontakte und wird monatlich aktualisiert und erweitert.

Studien/Umfragen

Stadion Energie im Kanal

4. Zukunftstechnologie ohne Zusatz?

Die Technologien, um die Energie im Abwasser zu nutzen, sind vielfach. Dennoch herrscht bei weitem nicht in einer einheitlichen Form der Energiegewinnung große Zustimmung. Die folgenden Fragen sollen klären, was die Hindernisse für diese Zukunftstechnologie sind.

1. Was hindert Sie an entsprechenden Investitionen zur Nutzbarmachung von Abwasser? Bitte kreuzen Sie Zutreffendes an.

	sehr wenig	wenig	etwas	sehr viel
Unzureichende politische Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzureichende finanzielle Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzureichende rechtliche Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzureichende technische Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzureichende personelle Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzureichende finanzielle Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzureichende rechtliche Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzureichende technische Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unzureichende personelle Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Ist die Unterstützung der Politik für die Energiegewinnung aus Abwasser ausreichend?

ja
 nein

3. Welche konkrete Unterstützung würden Sie sich bei der Vorbereitung / Umsetzung von Projekten zu Energie aus Abwasser wünschen?

„HeadlineAffairs hat unsere Bedürfnisse genau verstanden und die Befragung darauf zugeschnitten. Die Ergebnisse liefern einen wertvollen Überblick über die aktuelle Situation.“

*Dipl.-Ing. Jochen Bärreis
Diringer & Scheidel Rohrsanierung*

Um die passende Lösung für ein Problem zu finden, bedarf es manchmal der richtigen Fragen. Umfragen geben Einblick in Strukturen und Stimmungsbilder, die oft zu den richtigen Lösungsansätzen führen.

Im Auftrag der Firma **Diringer & Scheidel Rohrsanierung** und des **Umweltcluster Bayern** implementierte HeadlineAffairs mit Unterstützung des Bayerischen Gemeindetags eine qualitative Studie zum Thema „Energierückgewinnung aus Abwasser“.

HeadlineAffairs befragte kommunale Verantwortliche in Bayern und gewann so eine repräsentative Momentaufnahme über Rahmenbedingungen, Probleme und Entwicklungsmöglichkeiten der energetischen Abwassernutzung. Die Ergebnisse geben wertvolle Erkenntnisse für zukünftige Maßnahmen.

Krisenhandbuch/-leitfaden



„Der von HeadlineAffairs ausgearbeitete Leitfaden zur Unterstützung unserer Pressestelle und der Fachabteilungen, wurde von den Kolleginnen und Kollegen als extrem hilfreich und nützlich für die tägliche Medienarbeit und beim Umgang mit sensiblen Themen bewertet.“

*Florian Martius, ehem. Director Corporate Communications,
GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG*

Eine Krise kommt meist schnell und unerwartet. Nicht unerwartet, dafür aber genauso schnell kommen im Krisenfall die Fragen der Journalisten. Vorbereitet sein ist hier essentiell.

Für **GlaxoSmithKline** erstellte HeadlineAffairs einen umfassenden Krisen-Kommunikationsleitfaden. Auf der Grundlage möglicher kritischer Fragen der Medien werden darin Kommunikationsleitlinien anhand konkreter Beispiele festgelegt und das Kommunikationsverhalten im Krisenfall trainiert und vereinheitlicht.

Unter dem Motto „Sprachfähig werden“ gab HeadlineAffairs den Mitarbeitern von **GlaxoSmithKline** somit eine verlässliche Kommunikationsstrategie an die Hand.

Pressemitteilung



„Das professionelle Dienstleistungsspektrum von HeadlineAffairs für die Infront Gruppe reicht von der strategischen Beratung bis hin zum praxisnahen Medientraining, von der kreativen Produkt-PR bis zum sensiblen Issue Management.“

*Jörg Polzer, Manager, Communication & PR
Infront Sports & Media AG*

Ein Standard der Medienkommunikation und gleichzeitig eines der erfolgreichsten Kommunikationsinstrumente ist die Pressemitteilung.

Für das Sportmarketingunternehmen **Infront Sports & Media AG** regte HeadlineAffairs Publikationen unter anderem in renommierten Blättern wie der FAZ, dem Handelsblatt, der Financial Times und der Welt an. Seit 2005 steuert und leitet HeadlineAffairs außerdem die Pressearbeit des Kranherstellers **WOLFFKRAN AG** und ist weiterhin für die gesamte Pressearbeit der **STREICHER Gruppe**, der **Mennicke Rohrbau GmbH**, des **MÜNCHNER KREIS** und der **Vereinigung der Sportsponsoring-Anbieter (VSA)** verantwortlich.

Auf Basis der Pressemitteilungen und der Journalistenkontakte von HeadlineAffairs wurden zahlreiche Artikel in der regionalen, nationalen und internationalen Fach- und Publikumspresse veröffentlicht.

Die Pressemitteilungen werden auf Deutsch und Englisch verfasst. Für weitere Fremdsprachen steht HeadlineAffairs in Kontakt mit renommierten Übersetzungsbüros.

Recruiting Plattform



„HeadlineAffairs konzipierte für uns eine informative Recruiting-Plattform, die es uns ermöglicht, potenzielle Mitarbeiter gezielt anzusprechen.“

*Tanja Schmidt, Leiterin Marketing
MAX STREICHER GmbH & Co. KG aA*

Demographischer Wandel und Fachkräftemangel bestimmen den Arbeitsmarkt heute mehr denn je. Für Unternehmen heißt das: neue Formen der Mitarbeiterrekrutierung finden.

Für die **MAX STREICHER GmbH & Co. KG aA** entwickelte HeadlineAffairs mit der Recruiting-Plattform eine innovative Form der Mitarbeitergewinnung. Eine moderne, übersichtliche Webseitengestaltung, die auf zahlreiche Web 2.0 Elemente, Multimedialität und Interaktivität setzt, spricht junge Menschen an und weckt die Neugierde auf das Unternehmen.

Neben Bewerbungsfeatures und Stellenangeboten erwarten den Nutzer stetig aktualisierte Einblicke in das Unternehmen.

Website



„In Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Rechenzentrum (BRZ) entwickelte HeadlineAffairs eine moderne und nutzerfreundliche Website für uns, auf der sich unsere Kunden und Mitarbeiter sowie Journalisten ausführlich über Knebel informieren können.“

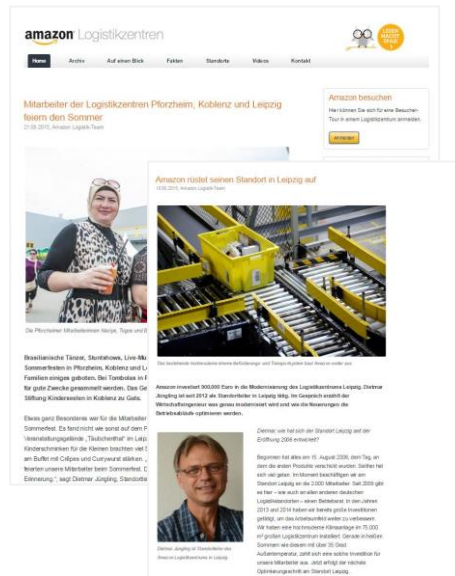
*Timo Knebel, Geschäftsführer
Knebel Baugesellschaft mbH*

Der Onlineauftritt eines Unternehmens ist essentiell für den Erfolg. Neben potentiellen Bewerbern bewerten auch Kunden Firmen immer stärker anhand der Website. Daher sollten Geschäftsführer eine zeitgemäße Internetpräsenz pflegen.

Die **Knebel Baugesellschaft mbH** mit Sitz in Bingen-Kempton hat sich für eine moderne Firmen-Homepage entschieden, die HeadlineAffairs in Zusammenarbeit mit dem **Bayerischen Rechenzentrum (BRZ)** erstellt hat.

Vom Designvorschlag, über die konzeptionelle Beratung bis hin zur Text- und Bildredaktion – alle Details wurden genauestens aufeinander abgestimmt. Ein besonderes Augenmerk legte HeadlineAffairs auf die zielgruppengerechte Ansprache potentieller Bewerber durch die Entwicklung eines eigenen Karriere- und Azubi-Bereichs.

Blog



„HeadlineAffairs unterstützt uns bei der Erarbeitung kreativer Themenideen und dem Schreiben neuer Bloginhalte, um der Öffentlichkeit Einblicke in unsere Logistikzentren zu geben.“

*Annette Nachbar, Pressesprecherin Operations
Amazon Deutschland GmbH*

Sich an seine Mitarbeiter wenden, das kann ein Unternehmen heute über verschiedenste Kanäle – nicht nur über Mailings oder Zeitschriften, sondern auch über Twitter und Facebook. Bewährt hat sich aber insbesondere das Blog-Format.

Amazon setzt mit dem Amazon Logistikblog auf diesen Kommunikationskanal, um über die neusten Ereignisse in den neun deutschen Logistikzentren zu informieren. In Zusammenarbeit mit den Ansprechpartnern in den Logistikzentren und der PR-Abteilung der Amazon.de GmbH betreut HeadlineAffairs den Blog. Wir erstellen Redaktionspläne, führen Interviews mit internen und externen Stakeholdern und verfassen und veröffentlichen wöchentlich mindestens einen Artikel. Nicht nur für Mitarbeiter bietet der Blog einen Mehrwert, auch Journalisten, Bewerber und Kooperationspartner können sich auf diesem Weg über die Logistikzentren informieren.

Social Media



„Auch dank der kreativen Unterstützung von HeadlineAffairs hat sich der PUNKT – Preis für Technikjournalismus und Technikfotografie in den vergangenen Jahren als bekannte und begehrte Auszeichnung unter Journalisten etabliert.“

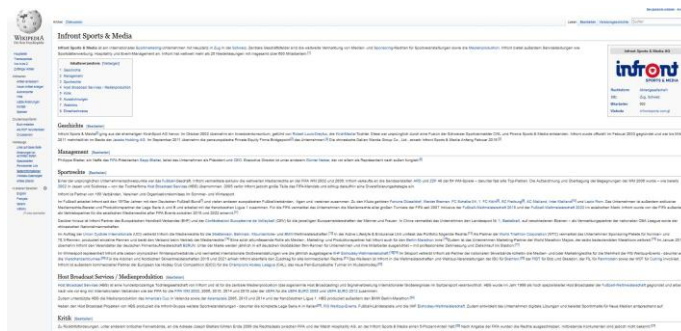
*Dr. Katrin Simhandl, Bereichsleiterin Kommunikation
acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften*

Aktualität und Schnelligkeit sind wichtige Aspekte der Web 2.0-Kommunikation, die zum Kommunikationsportfolio eines modernen Betriebs gehören.

Für die **Deutsche Akademie der Technikwissenschaften acatech** entwarf und implementierte HeadlineAffairs für den PUNKT – Preis für Technikjournalismus eine Facebook-Fanseite. Ob Bewerbungsfristen, die Preisträger des Jahres oder Infos zur Festveranstaltung in Berlin – sämtliche Neuigkeiten zum Journalistenpreis können täglich aktuell kommuniziert werden. acatech erfüllt somit den Anspruch einer modernen, innovativen Akademie und spricht vor allem auch die junge Zielgruppe direkt an.

Für HeadlineAffairs gehört digitale soziale Kommunikation zum Agenturalltag. Was die Spatzen noch nicht von den Dächern pfeifen, **twittern** wir. Unser Netzwerk auf **Xing** und **LinkedIn** wächst stetig. Mit unserem eigenen Profil bei der Online-Foto-Community **Pinterest** folgen wir dem gesellschaftlichen Trend zum Teilen. Denn nur wer in der öffentlichen Wahrnehmung immer präsent ist, bleibt im Gespräch.

Wikipedia



„Bei unseren Wikipedia-Auftritten unterstützt HeadlineAffairs uns nicht nur inhaltlich, sondern kommuniziert Überarbeitungen auch transparent im Dialog mit den Wikipedia-Nutzern.“

*Nike Möhle, Manager Corporate Communications
Infront Sports & Media AG*

Der Brockhaus war gestern, heute ist das freie Onlinelexikon Wikipedia das Top-Nachschlagewerk. Wer im Internet gefunden werden will, sollte mit einer eigenen Seite in der Onlinezyklopädie auftauchen.

Infront Sports & Media ist mit einem deutschen und französischen Beitrag auf Wikipedia vertreten. HeadlineAffairs ist verantwortlich für die Aktualisierung und das Monitoring der beiden Artikel. Transparenz und Geduld sind die Devise, mit der wir auf Wikipedia aktiv sind. Auch aktuell bei der Überarbeitung und Erweiterung des Eintrags über die **STREICHER Gruppe**.

Medientraining



„Intensive Vorbereitung, klar strukturierte Theorie und die realitätsnahen Simulationen der Trainings unterstützen unsere Führungskräfte beim Umgang mit Pressevertretern, so dass in allen Situationen der Microsoft-Standpunkt optimal vertreten wird.“

*Prof. Thomas Mickleit, Leiter Unternehmenskommunikation
Microsoft Deutschland*

Nicht nur Pressesprecher, sondern auch Führungskräfte und Mitarbeiter eines Unternehmens, z.B. an den verschiedenen Standorten, kommunizieren mit Journalisten. Sprachfähigkeit ist dafür unerlässlich; ein Medientraining nicht nur die Kür, sondern Pflicht. **Seit über 15 Jahren führt HeadlineAffairs Medientrainings für viele Branchen** durch und vermittelt Tipps und Tricks im Umgang mit (kritischen) Journalistenfragen. Durch die Trainings werden zudem die unternehmensinternen Kommunikationsrichtlinien getestet und können in der Nachbereitung à jour gebracht werden.

Mit unserem Medientraining 2.0 bieten wir ein innovatives virtuelles Trainingsformat an, mit dem wir das unternehmerische Wissensmanagement verbessern und aus Firmen „lernende Organisationen“ machen.

Neben dem Umgang mit Journalisten sollten aber auch für die Kommunikation mit anderen Stakeholdern, wie beispielsweise lokalen Politikern, NGOs oder Gewerkschaften, einheitliche Guidelines erstellt werden. Insbesondere in der Standortkommunikation sind solche Richtlinien unverzichtbar.