

# Newsbroker: Wider die Belanglosigkeit

Agentur von Petra Steinke startet mit neuem Namen: Nachrichten statt Information

Die jüngst aus der Taufe gehobene Agentur Newsbroker Public Relations konzentriert sich auf die Kreation von Nachrichten sowie klassische Pressearbeit. Die Neugründung wird von Petra Steinke geleitet, die damit ihr Engagement im Public-Relations-Bereich verstärkt und ihre Leistungspalette unter dem als Marke registrierten neuen Agenturnamen präsentiert. Steinke: „Damit ist der Kern unserer Philosophie exakt getroffen: Wir verstehen uns als Macher, Texter und Vermittler von Nachrichten – aus Informationen machen wir Nachrichten. Für mich ist es der nächste Schritt auf einem Erfolgsweg, den ich nun seit vier Jahren konsequent gehe.“ Steinkes Credo: „Funktionierende Kommunikation setzt voraus, dass eine Botschaft vom Empfänger überhaupt aufgenommen wird.



strengere Selektion voraus, die leider von vielen in der Branche – aus wirtschaftlichen Gründen – zunehmend vernachlässigt wird.“ Denn Steinke weiß: „Sich ständig wiederholende Informationen, belanglose Formulierungen oder überflüssige Mitteilungen eignen sich nicht als PR-Meldung, strapazieren nur

**Petra Steinke startet mit ihrer umbenannten Agentur Newsbroker durch.** © MANFRED HAUSLER

die Nerven der Journalisten und verursachen dem Kunden sinnlose Kosten.“ Zu den Kunden von Newsbroker zählen die Lifestylemagazine der ET Multimedia AG (*Wienerin, miss - die junge Wienerin, Diva* etc.) sowie das Wirtschaftsmagazin *Business People*, die PG-The Corporate Publishing Group GmbH, Quelle Lebensversicherung AG, Abbott Diagnostics Division, Guhry Innenraumdesign sowie die Mental Mind brainstickers Company in Los Angeles. **MAX**

## Medientaugliche Nachrichten

Heute werden die Redaktionen der Medien täglich von hunderten Pressemeldungen überschwemmt. Um wahrgenommen zu werden, müssen medientaugliche Nachrichten kommuniziert werden, die Journalisten auch lesen wollen. Genau das ist die Kernkompetenz von Newsbroker.“ Steinke weiter: „Wir konzentrieren uns auf den eigentlichen Grundgedanken der PR-Arbeit: aus den Kundeninformationen Nachrichten zu kreieren, die geeignet sind, das gewünschte Image an die ausgewählten Zielgruppen zu kommunizieren. Das setzt