

**Partnerschaft** Die junge Wiener PR-Agentur Newsbroker arbeitet ab sofort mit der amerikanischen Agentur bamboo Marketing zusammen

# Newsbroker kooperiert mit USA

Durch die Zusammenarbeit soll ein international dichtes und persönliches Kontaktnetz aufgebaut werden.

BEATRIX KNASMÜLLER

**Wien.** Die PR-Agentur Newsbroker hat eine Kooperation mit der Agentur bamboo Marketing in Los Angeles abgeschlossen. Das Ziel sind gemeinsame internationale Kundenprojekte sowie der Austausch von Know-how und Erfahrungen in den jeweiligen Märkten.

Die transatlantische Kooperation zwischen bamboo Marketing und Newsbroker ermöglicht den Kunden beider Agenturen eine Erschließung ihrer Zielgruppen auf dem europäischen und amerikanischen Markt.

So wird die Agentur zukünftig amerikanische Kunden bei ihren Kommunikationsanliegen im deutschsprachigen Raum betreuen und umgekehrt. Auch für die internationale Verbreitung von Presseinformationen kann auf das Know-how der amerikanischen Agentur zurückgegriffen werden.

**Geschäftsleiterin Petra Steinke:** „Mit der Agentur bamboo verbindet uns eine enge Partnerschaft. Auf diese Weise können wir unseren Kunden wertvolle Synergien liefern: Durch die Zusammenarbeit wird unsere Arbeit internationalisiert und wir erhalten Zugriff auf ein international dichtes, persönliches Kontaktnetz.“

Darüber hinaus eröffnet sich für Newsbroker das Kompetenzfeld des boomenden Lohas-Marktes (Lifestyle of Health and Sustainability).

bamboo Marketing ist eine von wenigen US-Marketing- und PR-Agenturen, die sich auf den Lohas-

Markt spezialisiert hat und den Öko-Tourismus, umweltfreundliche Produkte, Non profit-Organisationen, Menschen- und Tierrechtsorganisationen sowie Künstler fachkundig unterstützt.

## „Neuer Konsumententypus“

Steinke betont: „Lohas markiert einen neuen Lebensstil- bzw. Konsumententypus, der einen gesunden und auf Nachhaltigkeit orientierten Lebensstil führt. In den USA entsprechen laut einer Studie des Natural Marketing Institute of Pennsylvania ungefähr 30 Prozent der Verbraucher – das sind 63 Mil-

lionen Menschen – diesem Typ, der auch ‚kulturell-kreativ‘ genannt wird.“

Der Soziologe Paul H. Ray analysierte erstmals diesen Typus eines gebildeten Konsumenten, der Kaufentscheidungen von sozialen und kulturellen Werten abhängig macht.

Heute ist Lohas eines der am stärksten wachsenden Produktsegmente (allein auf dem US-Markt werden umgerechnet 230 Mrd. € mit Waren und Dienstleistungen umgesetzt, die auf Gesundheit, Umwelt, soziale Gerechtigkeit, Selbstverwirklichung und auf eine nachhaltige Lebensweise fokussiert sind.



© M. Haubler  
Petra Steinke, GF von Newsbroker: „Liefere wertvolle Synergien für den Markt.“