

## PRESSEINFORMATION

06.04.2010  
Presstext 2/10  
1/2

### **Was tun, wenn man seiner Bank nicht mehr vertraut ...**

pure plädiert für nachhaltige Verantwortung auf dem Kapitalmarkt

In wenigen Tagen am Kiosk - die neue Ausgabe von pure, das Magazin für Design und Nachhaltigkeit. Was Geld und Finanzen mit Nachhaltigkeit gemeinsam haben, zeigt pure in einem eigenen Schwerpunkt auf. Nach der weltweit schlimmsten Finanzkrise fragen sich viele Menschen, wie sie künftig mit ihrer Bank, ihrem Ersparten umgehen sollten. Das Vertrauen zu Banken ist durch die Jagd nach schnellem Geld und hohen Provisionen heftig erschüttert worden. Vermeintlich sichere Geldanlagen haben sich im Nachhinein als Verlustgeschäft entpuppt. Nicht nur für Kleinanleger, sondern auch für vermögende Investoren.

In der druckfrischen Ausgabe von pure erfahren Leser, warum nachhaltiges Investieren nachhaltiges Wirtschaften bedeutet. Im Gespräch mit dem Vorstandsvorsitzenden der Bank Sarasin AG, Frank Niehage, wird beispielsweise erklärt, warum Kunden dieser Bank auch in der aktuellen Krise kein Geld mit unsicheren Wertpapieren verloren haben. Sein Bankhaus versteht unter nachhaltigem Wirtschaften, Güter und Dienstleistungen ressourcenschonend und mit hoher Akzeptanz der Bevölkerung herzustellen. Einer Studie des deutschen Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) zufolge, kann der deutsche Beitrag zum 2-Grad-Klimaziel bis 2020 bereits erreicht werden, wenn nur etwa zehn Prozent des Privatkundenvermögens in Deutschland nachhaltig investiert würden. Nachhaltiges Investieren hat nichts mit „Spenden“ zu tun, sondern wirft dank zukunftssträchtiger Geschäftsmodelle inzwischen auch gute Renditen ab. Die Anlagen sind nachweislich sicherer, das gute Gewissen gibt's gratis dazu.

Ein nachhaltiger Umbau der Wirtschaft und eine Umorientierung der Finanzwelt werden gleichermaßen unumgänglich. Trotz aller Skepsis - auch

## PRESSEINFORMATION

06.04.2010  
Presstext 2/10  
2/2

aus politischen Lagern - muss dieser Weg keineswegs Verzicht oder gar Entsagung bedeuten. Es geht vielmehr um ehrliche Aufklärung, Bewusstsein schärfen und intelligentes Handeln.

Mehr dazu und weitere nachhaltige Themen in der aktuellen Ausgabe von pure, das Magazin für Design und Nachhaltigkeit.

### **Bilddatei:**

Bildunterschrift: Titelseite der aktuellen Ausgabe von pure by PremiumPark  
Quelle: PremiumPark GmbH

### **Kurzprofil**

PURE by PremiumPark – das Magazin für Design und Nachhaltigkeit. Grüne Themen haben Hochkonjunktur. Der Klimawandel und das Wissen um Endlichkeit unserer Ressourcen haben das Umweltbewusstsein geschärft. Ökologie und Nachhaltigkeit sind längst nicht mehr alternativ besetzt, sondern Ausdruck eines notwendigen Wertewandels. Gerade anspruchsvolle Kunden legen zunehmend Wert auf ökologisch korrekte Produkte, die umwelt-schonend hergestellt und vertrieben werden. Produkte, die sich durch eine vorbildliche Energiebilanz, hochwertige Materialien und langlebiges Design auszeichnen. PURE ist kompetenter Guide durch die wichtigsten Produktwelten für Vorbildprodukte in Design und Nachhaltigkeit. Das hochwertige Magazin wird von renommierten Experten begleitet und erscheint viermal im Jahr. Herausgeber ist die PremiumPark GmbH, München. Wahre Werte entdecken. Menschen, Produkte, Unternehmen. PURE by PremiumPark.

**PURE ist Medienpartner des „Deutschen Nachhaltigkeitspreises“.**

### **Informationen:**

PremiumPark GmbH  
Produkte für eine bessere Welt  
Klaus-Peter Bredschneider  
Herausgeber  
Barerstrasse 7  
80333 München  
Deutschland  
Telefon: 089/515559-11  
bredschneider@premiumpark.de  
www.premiumpark.de  
www.deutscher-nachhaltigkeitspreis.de

### **Pressekontakt:**

Benson GmbH  
Agentur für angewandte Kommunikation  
Gisela Benson  
Brucker Straße 4  
82266 Inning am Ammersee  
Deutschland  
Telefon: 08143/444473  
Telefax: 08143/444761  
info@agentur-benson.de  
www.agentur-benson.de

**Bitte Hinweise auf Veröffentlichungen, Links, Abdruckbelege an Agentur.**