



Vorläufiges Coverbild

Asbury, Nick

Zur Hölle mit Purpose

Wie moralisches Marketing Unternehmen und Politik in die Irre führt – und warum Kreativität die Rettung ist

ISBN 978-3-03909-361-8

2025

ca. 240 Seiten

broschiert

ca. CHF 30,00 / ca. EUR 30,00

[\[Buch bestellen\]](#)

Zum Buch

«Der Weg zur Hölle ist gepflastert mit guten Vorsätzen.» Selten traf das so zu wie bei Corporate Purpose – einem Thema, das nach der Finanzkrise 2008 die Welt im Sturm eroberte.

Unter dem Mantra «Erfolg durch gute Taten» verschrieben sich Unternehmen einer sozialen Agenda, die Gemeinwohl und wirtschaftlichen Erfolg miteinander verknüpfen sollte. Das Ergebnis? Humorfremde, überhebliche Werbung im Übermaß. Und ein gesellschaftlicher Rückschritt. Denn Unternehmen besetzen nun zunehmend politische Themen: laut, moralisch aufgeladen und oft genug weit jenseits ihrer Kernkompetenzen.

Anhand von Beispielen wie BlackRock, Patagonia und Unilever zerlegt Asbury den Purpose-Hype: Was ist Purpose überhaupt? Woher kommt er? Warum macht er das Marketing schlechter – und die Welt gleich mit? Nick Asbury zeigt, wie das Purpose-Fieber aus Kommunikation eine Monokultur macht und Botschaften zu reiner Absicherung verkommen. Als Gegenmittel fordert er Mut zu echter Kreativität. Und wirbt für eine Haltung, die unterschiedliche Perspektiven zulässt und den Menschen über das Markenimage stellt.

Der Autor

Nick Asbury ist ein preisgekrönter britischer Autor im Bereich Branding und Design. Er schreibt regelmässig über die ethischen und politischen Seiten des Marketings – unter anderem für *Creative Review*, *Marketing Week* und *The Guardian*.