



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

271 Seiten

broschiert

CHF 29,80 / EUR 29,80

[\[Buch bestellen\]](#)

Zum Buch

«Der Weg zur Hölle ist gepflastert mit guten Vorsätzen.» Selten trifft das so zu wie bei Corporate Purpose – einem Thema, das nach der Finanzkrise 2008 die Welt im Sturm eroberte. Seither verschrieben sich immer mehr Unternehmen einer sozialen Agenda, die wirtschaftlichen Erfolg mit Gemeinwohl verbinden sollte. Die Mission: «Erfolg durch gute Taten.» Das Ergebnis? Humorfremde Werbung im Übermaß. Und gesellschaftliche Spaltung. Denn nie zuvor haben sich Unternehmen so aggressiv in politische Diskussionen eingemischt: laut, moralisch aufgeladen und oft weit jenseits ihrer Kernkompetenzen.

Anhand von Beispielen wie Unilever, BlackRock und Patagonia zerlegt Nick Asbury den Purpose-Hype: Was ist Purpose überhaupt? Wo kommt er her? Warum macht er das Marketing schlechter – und die Welt gleich mit? Asbury zeigt, wie das Purpose-Fieber aus Kommunikation eine Monokultur der Absicherung macht. Als Gegenmittel fordert er Mut zur Kreativität. Und wirbt für eine Haltung, die 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*.