

Inhaltsverzeichnis

- 1 **Treibende Kräfte für einen nachhaltigen Purpose** 1
 - 1.1 Vom Ich zum Wir 1
 - 1.2 Marken als Versprechen 3
 - 1.3 Performative Wokeness & Cancel Culture 4
 - Literatur 6
- 2 **Die Relevanz von Purpose für Unternehmen und Verbraucher:innen** 9
 - 2.1 Wie hat alles begonnen? 9
 - 2.2 Unternehmensperspektive 10
 - 2.3 Verbraucherperspektive 13
 - Literatur 16
- 3 **Best Purpose in der Praxis** 19
 - 3.1 Vorgehensweise und Auswahl der Best-Practice Fallstudien 19
 - 3.2 Überblick ausgewählter Purpose Statements 20
 - 3.3 Forschungsfragen 21
 - 3.3.1 Purpose Statement 21
 - 3.3.2 Aus Purpose geboren vs. Purpose Adoption 23
 - 3.3.3 Wieso „warum“? 26
 - 3.3.4 Vom Purpose Statement zum Handeln 28
 - 3.3.5 Auswirkungen von Purpose 31

3.3.6	Alles nur eine Frage der Inszenierung?	34
3.4	Fazit: Navigation in Richtung eines erfolgreichen Brand	
	Purpose	36
	Literatur	38
4	Das Brand Purpose Model Canvas	43
	Literatur	45
	Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können	47