



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM



Leuchttürme in Krisenzeiten

Bedeutungswandel von Awards?

Dr. Beate Gebhardt

Vortrag auf dem Expert*innenworkshop „Awards – ein Instrument zur Steuerung der Nachhaltigkeitstransformation?“,
23. Juni 2023, online



P+ Kreativ-Awards in der Krise?

11.09.2020 von [Nina Kirst](#) | Lesezeit: ca. 12 Minuten

Die Welt der Kreativ-Awards stand 2020 weitgehend still. Wir nutzen die Chance, zu fragen: Wozu brauchen wir sie überhaupt? Und wie könnte man sie besser machen?

EDITION F AWARD 2021

Diese Menschen zeigen Wege aus der Krise

Handelsblatt und „Edition F“ haben Menschen ausgezeichnet, die mit ihrem Mut, ihren Ideen und ihrem Engagement an einer gleichberechtigten Welt arbeiten.

Krise!?

neu

Nachhaltigkeit

Krisen-
kommunikation

„Krise ist das neue Normal“: Erfolgreicher Start
für neue Themenkategorien beim Best of
Content Marketing Award

6. Mai 2022 / von Regina Karnapp



© iStock/fermate

Ausdauer, Anpassungsfähigkeit und Kreativität während der Corona-Pandemie – dafür hat der BDVT drei Anbieter aus der Weiterbildungsbranche ausgezeichnet. Die



Gesundheitskrise

Wirtschaftskrise

Krise!?

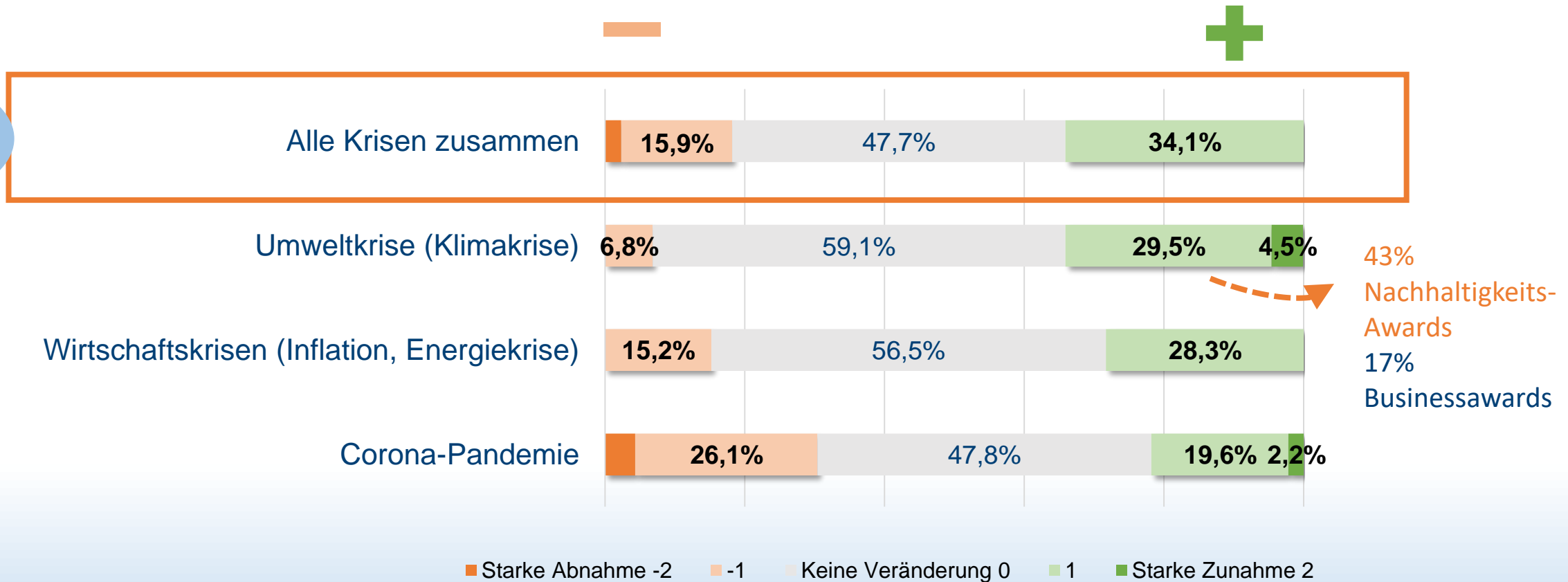
Umweltkrise

**SCHOCK
WELLEN**

Krisenbedingte Veränderung der Award-Teilnahme von Unternehmen in den letzten 3 Jahren

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten (SIEGER)

Awards



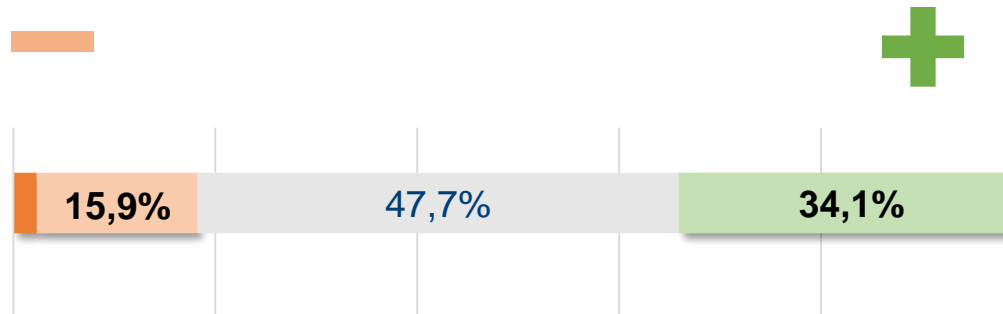
Fragewortlaut: Wie stark haben die folgenden Krisen das Interesse von Unternehmen mit Ihrem/n Nachhaltigkeitsaward/s ausgezeichnet zu werden in den vergangenen 3 Jahren verändert? Bitte nutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von -2 = „starke Abnahme“ bis 2 = „starke Zunahme“, n=44-46.

Krisenbedingte Veränderung der Award-Teilnahme von Unternehmen in den letzten 3 Jahren

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten

Awards

Alle Krisen zusammen

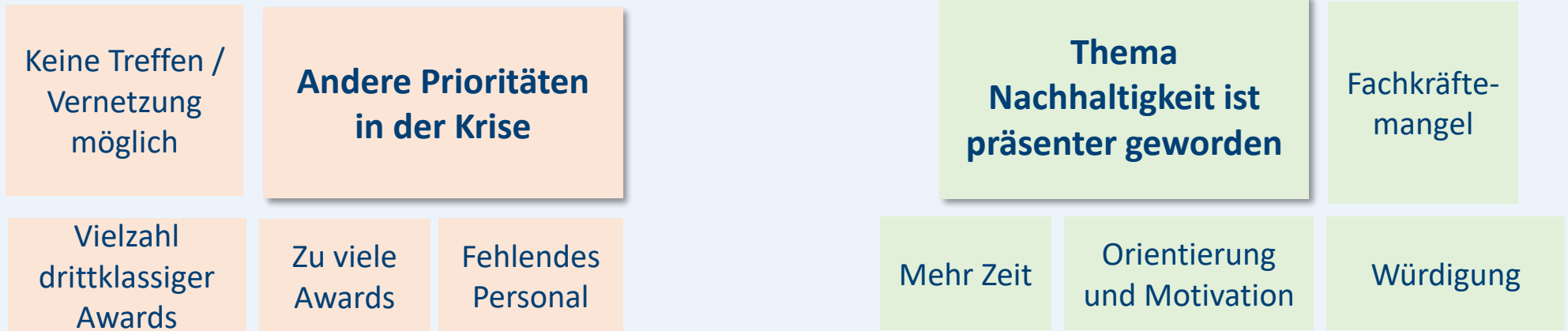


Unternehmen

Gründe

Negativ

Positiv



Fragewortlaut: Wie stark haben die folgenden Krisen das Interesse von Unternehmen mit Ihrem/n Nachhaltigkeitsaward/s ausgezeichnet zu werden in den vergangenen 3 Jahren verändert? Bitte nutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von -2 = „starke Abnahme“ bis 2 = „starke Zunahme“, n=44-46.



Attraktivität?

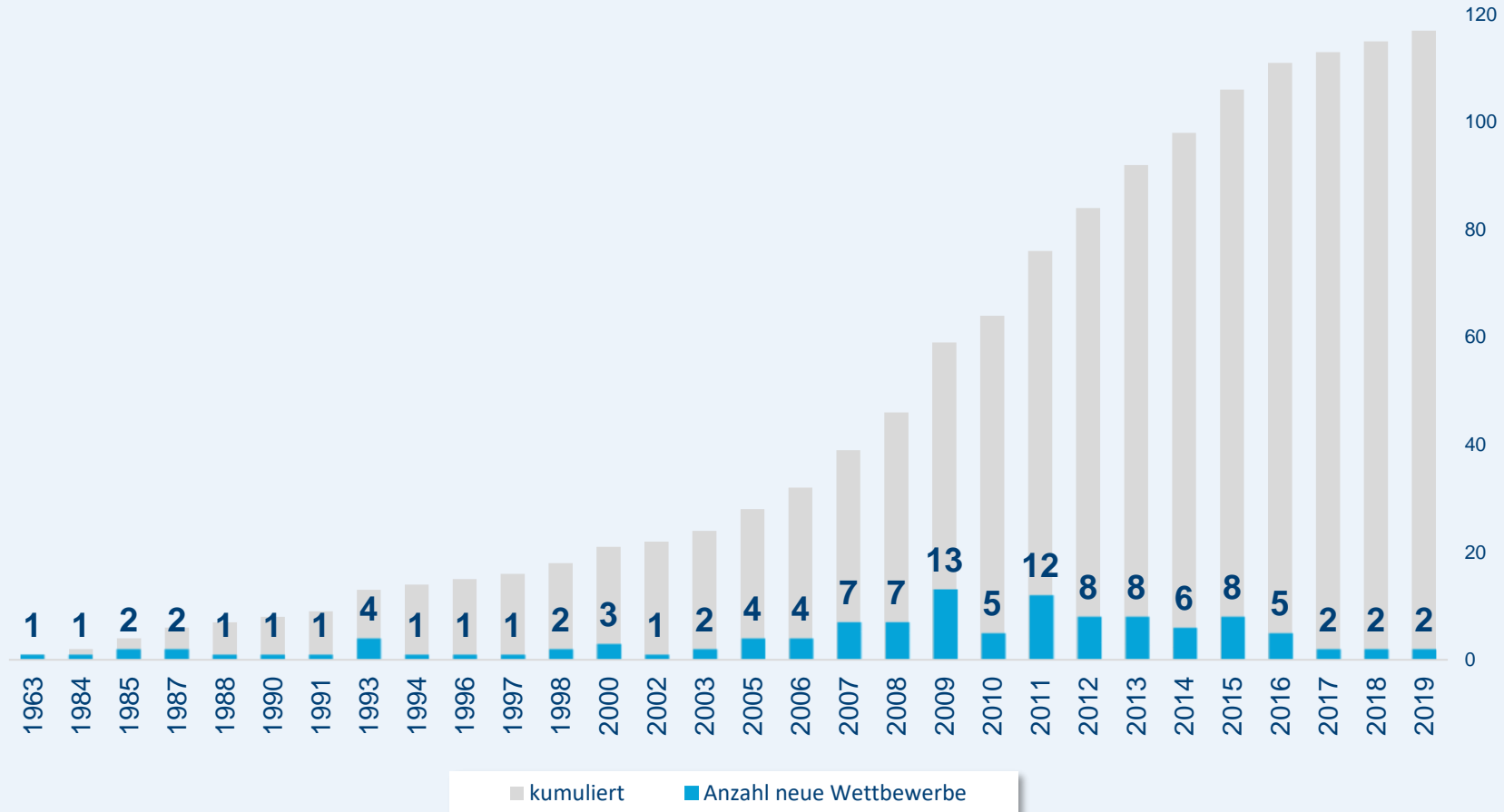
Alleinstellungsmerkmal?

Effekte?

Kontinuum neuer Nachhaltigkeitsawards

Wettbewerbe

141



Spitzenfeld der Nachhaltigkeitsawards

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten

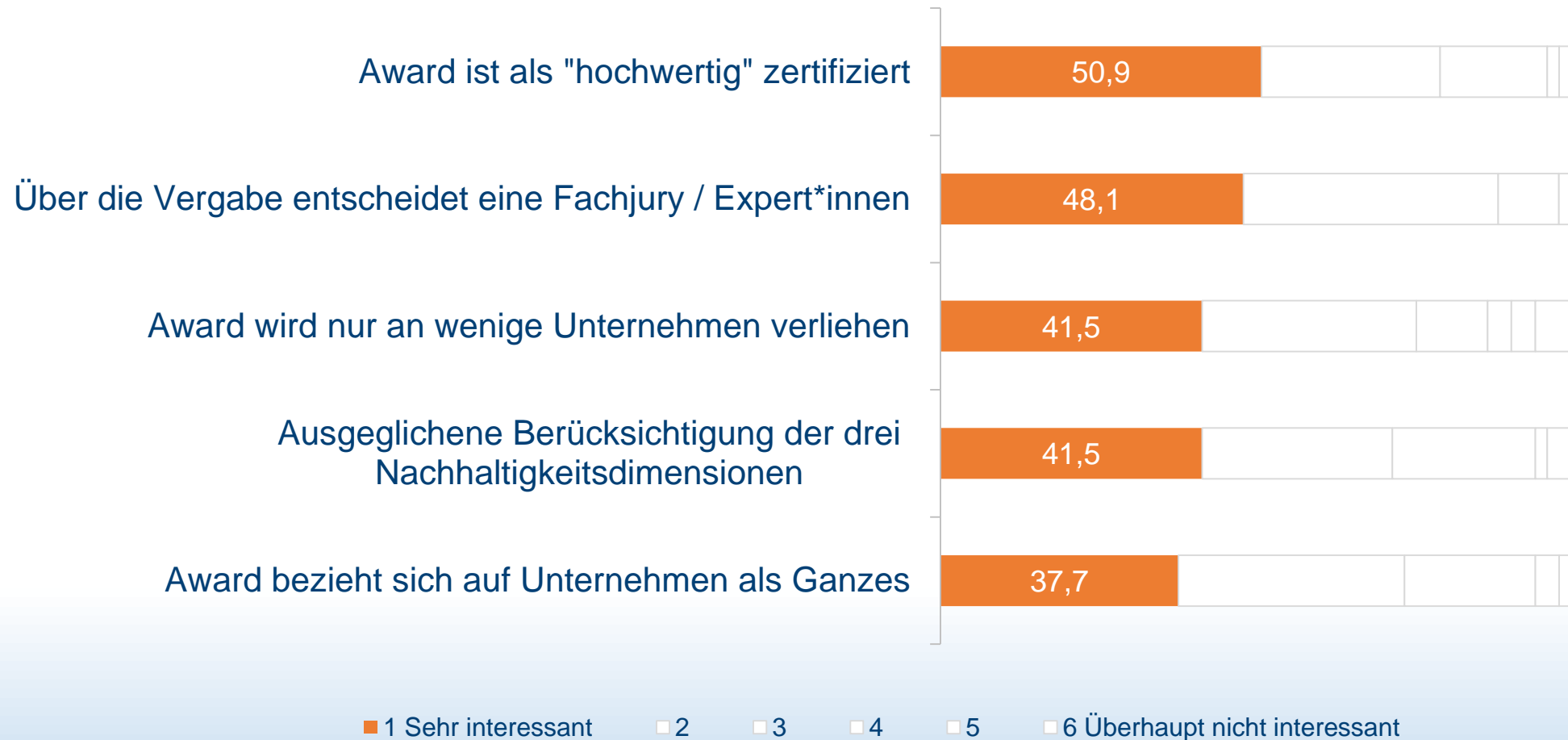
Unter-
nehmen



Charakteristika interessanter Nachhaltigkeitsawards (%)

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten

Unter-
nehmen



Fragewortlaut: „Welche Art von Nachhaltigkeitsawards schätzen Sie als besonders interessant für Ihr Unternehmen ein?“ N=52-52



Attraktivität?

Alleinstellungsmerkmal?

Effekte?

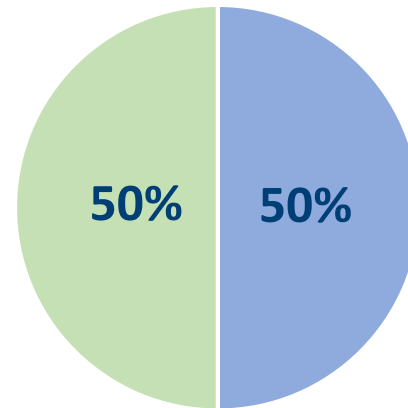
Nachhaltigkeitsawards: (K)eine Frage des Begriffs?

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten



Außensicht

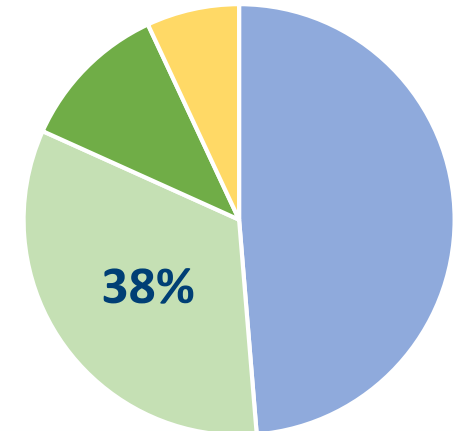
Stichprobe



Nachhaltigkeits-awards Business-awards

Innensicht

Vergabeinstitutionen



Nachhaltigkeits-awards Business-awards

Fragewortlaut: „Unter welchem/n Begriff/en würden Sie den/die von Ihnen vergebene/n Awards insgesamt betrachtet am ehesten einordnen? N=62 (Mehrfachnennungen)“



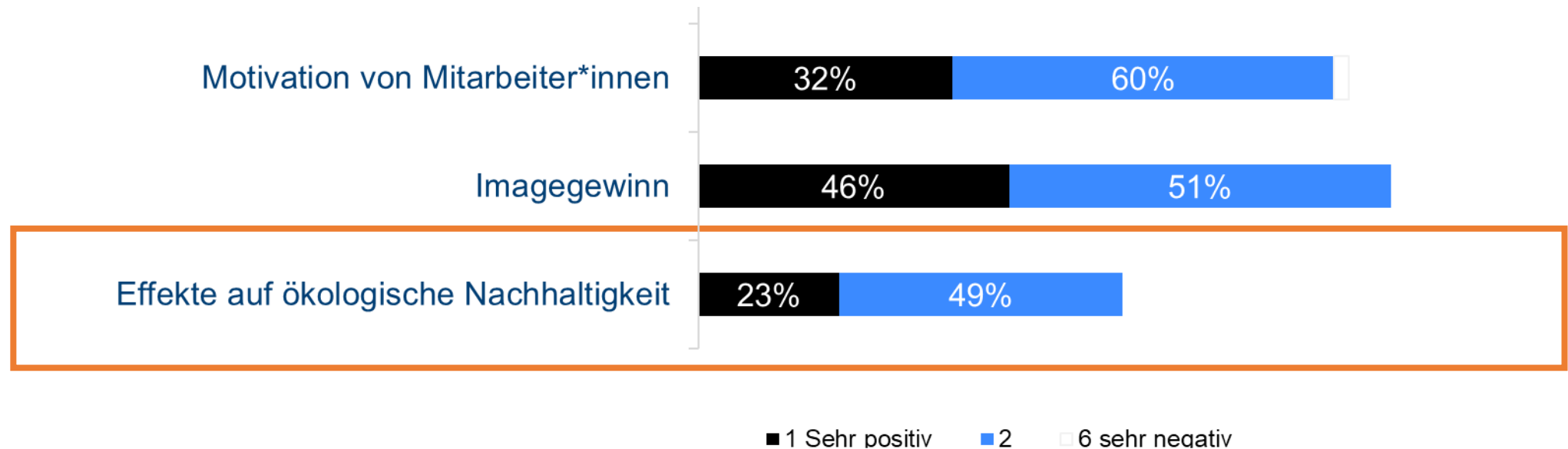
Attraktivität?

Alleinstellungsmerkmal?

Effekte?

Effekte von Awards liegen vor allem in der Kommunikation?

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten



Unter-
nehmen

Fragewortlaut: „Bitte geben Sie an, wie Sie die Effekte einer erhaltenen Auszeichnung mit einem Nachhaltigkeitsaward in folgenden Bereichen einschätzen? N=62

Tragen Awards zur Nachhaltigkeitstransformation bei?

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten

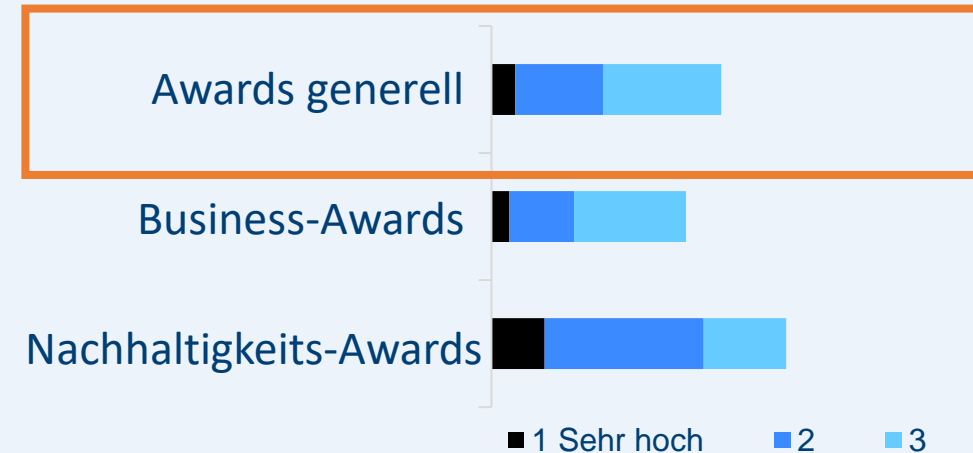
Anstupser

„Ein Award, das ist greifbar, das ist verständlich.“
Unternehmen 1

„Wir bewerben uns, weil es uns voranbringt.“
Unternehmen 2

„Wir können was ausprobieren“
Unternehmen 1

„Wir sollten Menschen mehr Hoffnung geben und Zuversicht stiften.“
Unternehmen 2



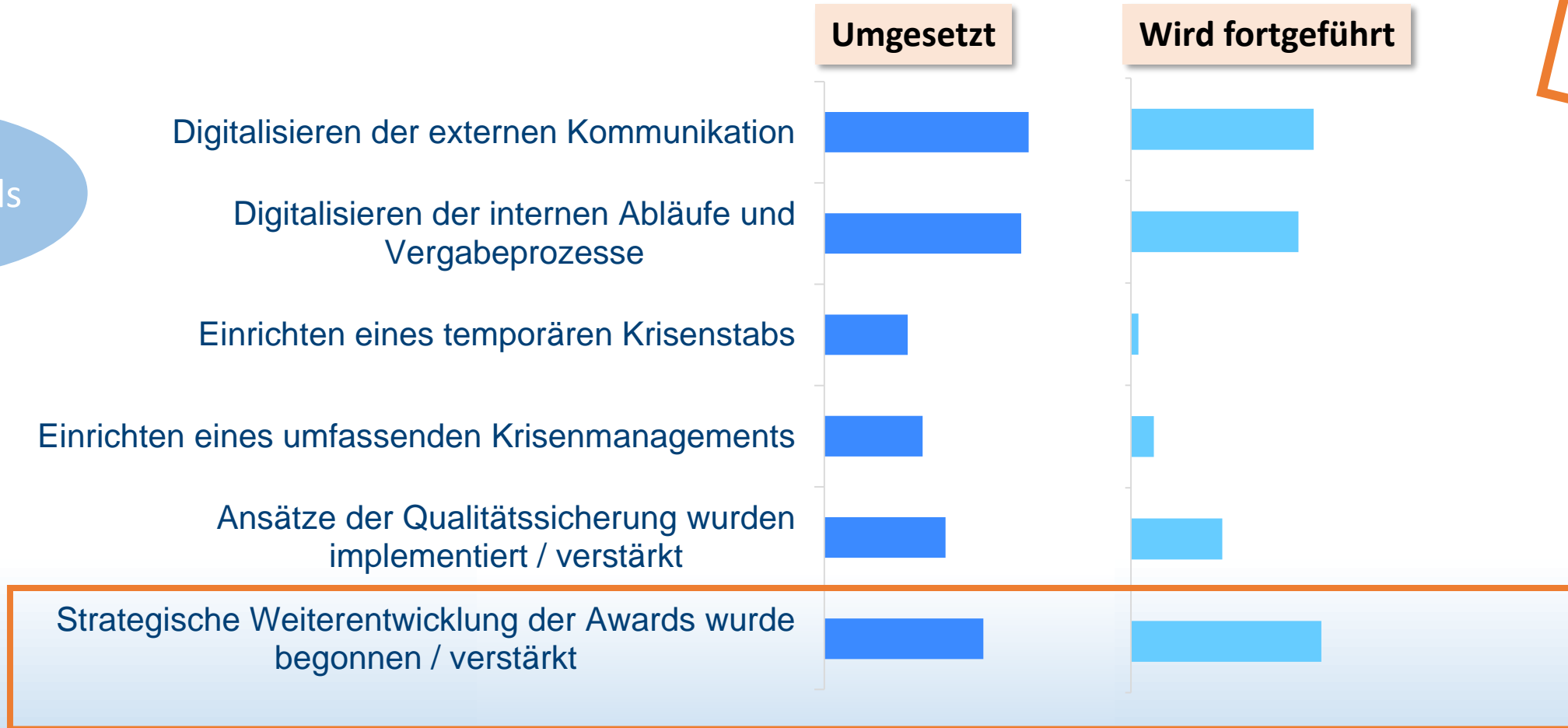
Fragewortlaut: „Wie schätzen Sie die Möglichkeit von Awards zu einer Nachhaltigkeitstransformation beizutragen ein?“ N=55-56

Learnings: Zukünftige Maßnahmen von Vergabeinstitutionen

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten

Krise!?

Awards



Fragewortlaut: „Welche Maßnahmen haben Sie in den letzten 3 Jahren krisenbedingt umgesetzt? Welche führen Sie fort?“ N=40-57

Learnings: Zukünftige Maßnahmen von Vergabeinstitutionen

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten

Krise!?

Wie und wohin kann sich eine
Vergabeinstitution und deren **Awards**
entwickeln, um bestmöglich zur
nachhaltigen Transformation beizutragen?

Kontakt



Dr. Beate Gebhardt

beate.gebhardt@uni-hohenheim.de

Laura Hellstern

laura.hellstern@uni-hohenheim.de

AK BEST (Business Excellence and Sustainability Transformation)
am Fachgebiet für Agrarmärkte (420B)
Universität Hohenheim
Schwerzstraße 46

70599 Stuttgart

<https://marktlehre.uni-hohenheim.de/akbest-idee>



Veröffentlichungen (Auswahl)

Gebhardt, B. (2023): CSR-Kommunikation und Nachhaltigkeitswettbewerbe. In: Heinrich, P. (ed.): CSR und Kommunikation. 3. Auflage, Springer. (im Erscheinen)

Hellstern, L., Gebhardt, B., Hess, S. (2023): Sustainability Excellence in light of German Farmers' Self-Assessment: Results from a mixed methods study. 63. Jahrestagung der GEWISOLA „Nachhaltige Ernährungssysteme und Landnutzungswandel“, 20.-22 September 2023, Göttingen (im Erscheinen)

Gebhardt, B. (2022): Awards sind ein Anstupser im Meer der großen Probleme. Oder: Tragen Awards zur Nachhaltigkeitstransformation bei? In: Pharmabarometer, 10, 6-7.

Gebhardt, B. (2021): Quo vadis? Ansätze der Qualitätssicherung von Nachhaltigkeitswettbewerben für Unternehmen. Ergebnisse eines Experten-Workshops. Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte Nr. 31, Universität Hohenheim, Stuttgart.

Gebhardt, B. (2021): Zukunft mit und von Nachhaltigkeitswettbewerben. Wohin geht die Reise? In: Gibson-Kunze, M.; Golbeck, C.; Halfmann, A.; Osburg, T.; Silberhorn, D.; Smith, T. (Hrsg.): Wirtschaften für eine gerechtere Zukunft. Die Social Development Goals, UWG Verlag: Berlin, 105-128. ISBN 978-3-948709-11-2

Gebhardt, B. and Neumann, A. (2021): Sustainability “Heroes” in Times of Crisis - The Food Sector’s Perspective. 31. ÖGA-Jahrestagung „Strategien für den Agrar- und Ernährungssektor und den ländlichen Raum in Zeiten multipler Krisen“, online, September 16-17, 2021.

Gebhardt, B. (2020): Nachhaltigkeitswettbewerbe in Deutschland 2020. Übersicht und Methodik der Bestandsaufnahme. Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte Nr. 28, Universität Hohenheim, Stuttgart.

Gebhardt, B. und Kefer, I. (2019): Ansätze und Herausforderungen der Implementierung von ESG-Kriterien in Wettbewerben und der unternehmerischen Nachhaltigkeitsbewertung. In: Kemfert, C., Schäfer, D., Semmler, W. & Zaklan, A. (Hrsg.): Green Finance: Case Studies. *Vierteljahresheft zur Wirtschaftsforschung*, 88(3), 81-96.

Gebhardt, B. (2018): Die Bedeutung von Nachhaltigkeitsawards in der deutschen Ernährungswirtschaft – Motive der Teilnahme und Kommunikation über einen Preiserhalt. In: *Austrian Journal of Agricultural Economics and Rural Studies*, 27(15), 111-118, DOI 10.15203.

Gebhardt, B. (2018): Nachhaltigkeitsawards – ein politisches Instrument der individuellen Verhaltens-beeinflussung? In: Jana Friedrichsen, Kornelia Hagen und Johanna Mollerstrom (Hg.): Stupsen und Schubsen (Nudging): ein neues verhaltensbasiertes Regulierungskonzept? *Vierteljahresheft zur Wirtschaftsforschung*, 87(1), 133-153.

Gebhardt, B. (2016): *Ausgezeichnet! Nachhaltigkeitspreise für Unternehmen der Ernährungswirtschaft*. Schriften zum Nachhaltigkeitsmanagement, Dr. Kovac: Hamburg.