



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



BDVT Dandelion Award

**Wie ein Löwenzahn durch die Krise**

© iStock/fermate

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



Gesundheitskrise

Wirtschaftskrise

**Krise!?**

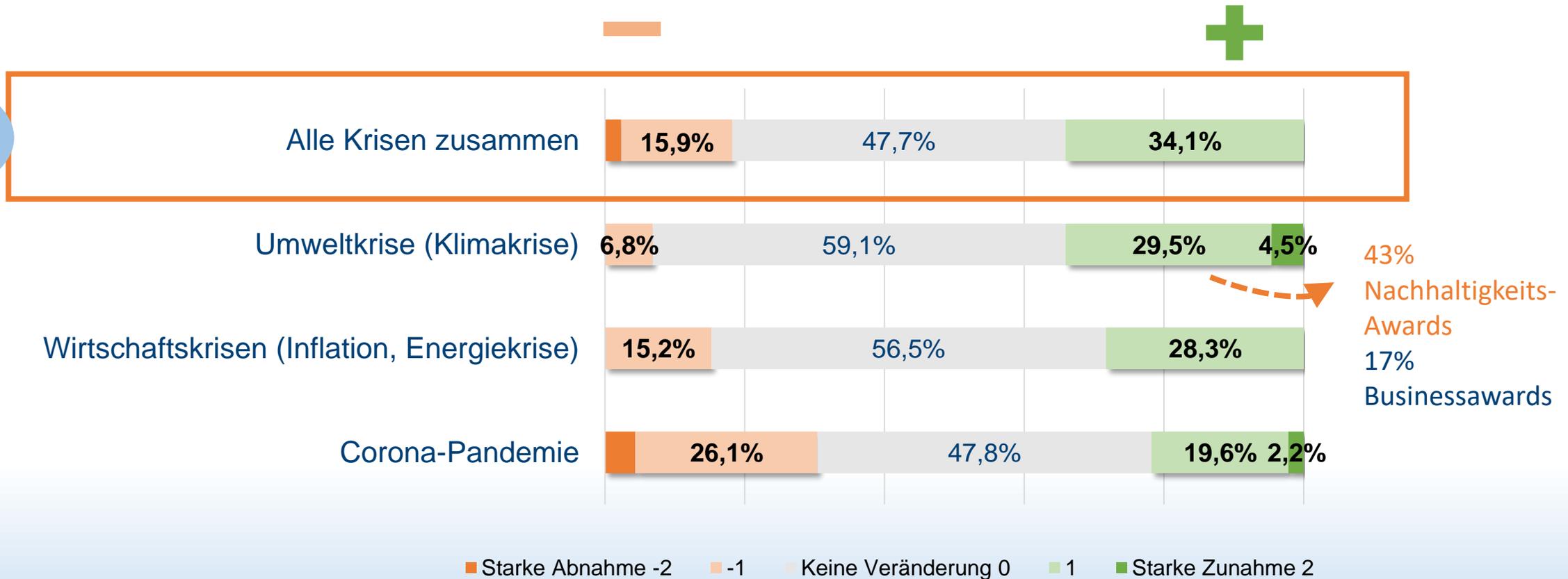
Umweltkrise

**SCHOCK  
WELLEN**

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

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

Awards



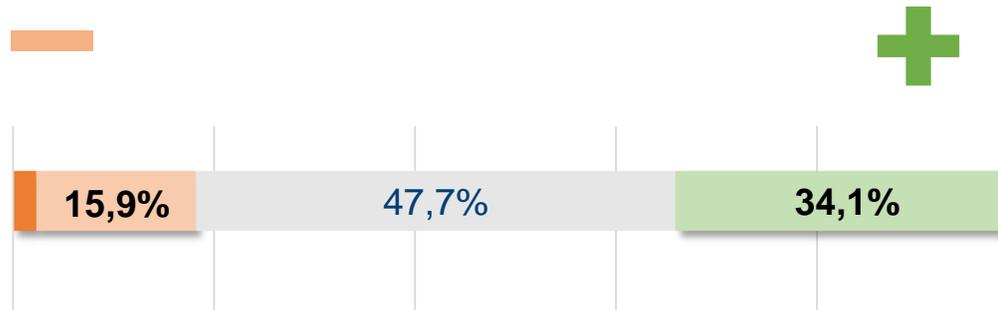
Fragewortlaut: Wie stark haben die folgenden Krisen das Interesse von Unternehmen mit Ihrem/n Nachhaltigkeitsaward/s ausgezeichnet zu werden in den vergangenen 3 Jahren verändert? Bitte nutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von -2 = „starke Abnahme“ bis 2 = „starke Zunahme“, n=44-46.

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

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten

Awards

Alle Krisen zusammen

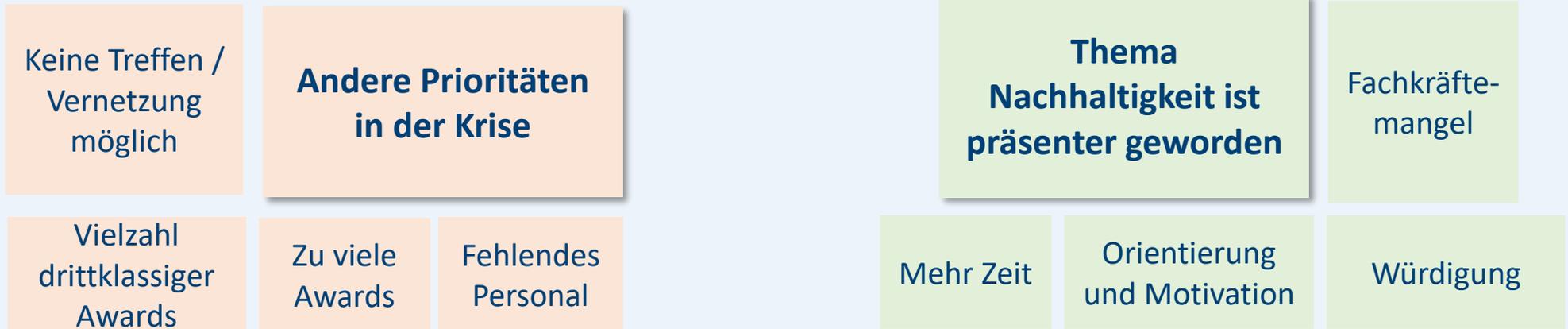


Unternehmen

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?

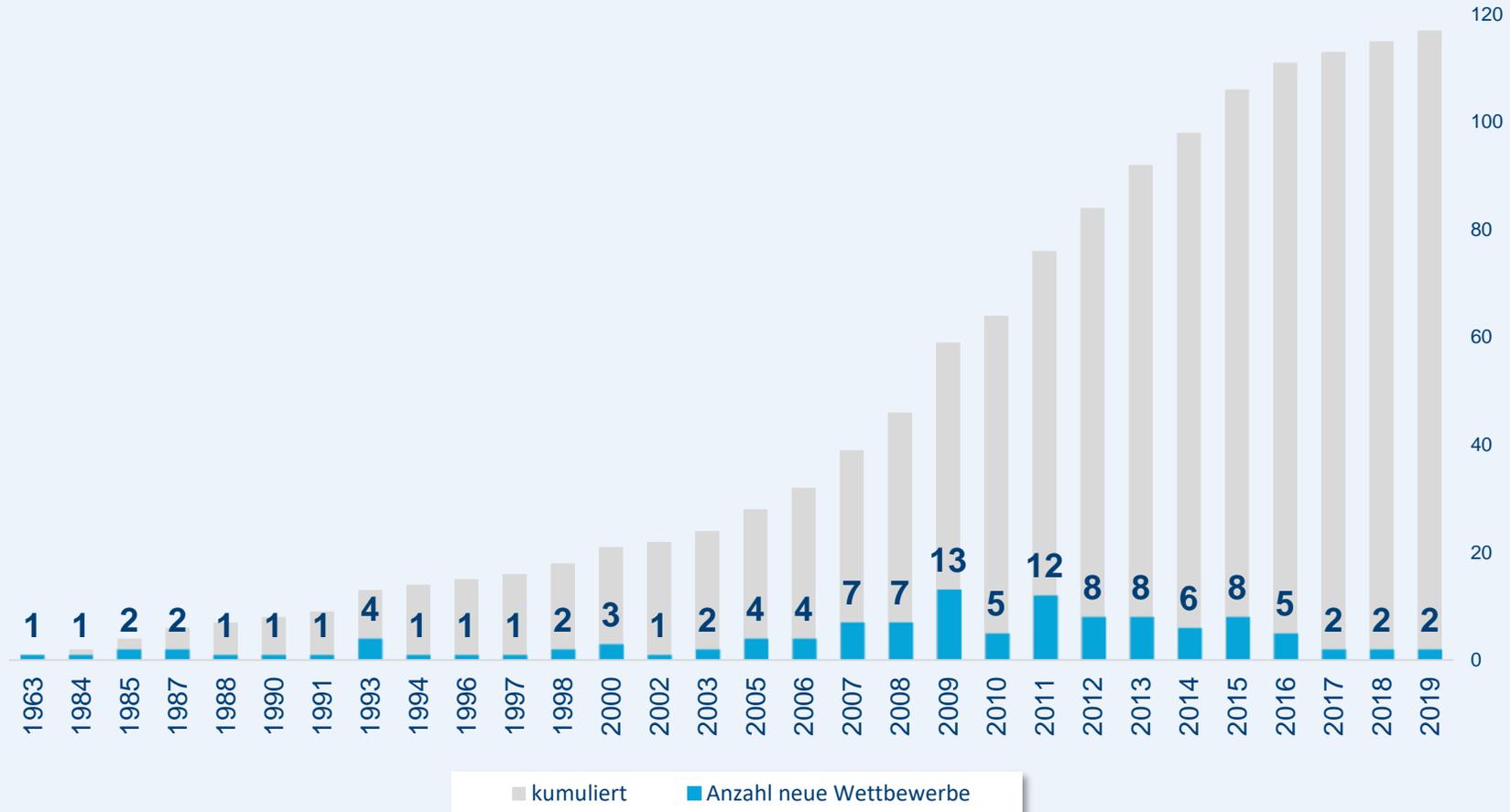
Alleinstellungsmerkmal?

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?

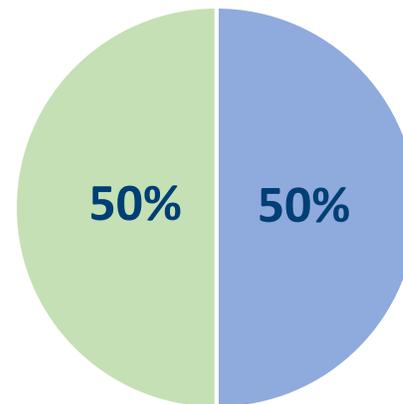
# Nachhaltigkeitsawards: (K)eine Frage des Begriffs?

Studie 2023: Awards und Nachhaltigkeit in multiplen Krisenzeiten



**Außensicht**

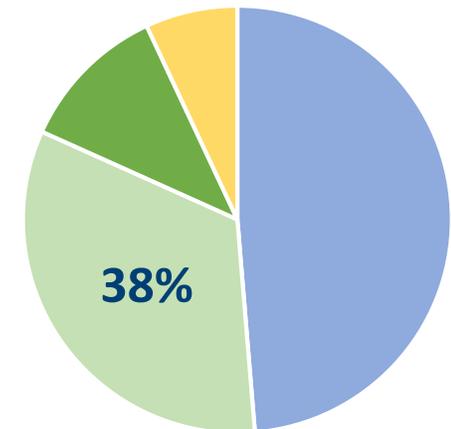
Stichprobe



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)“



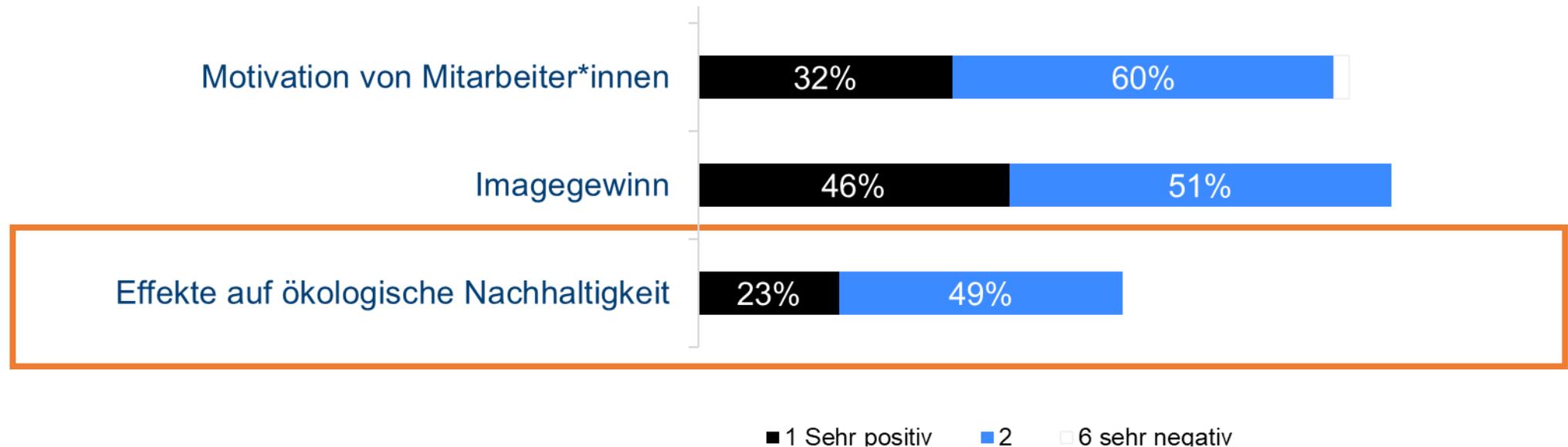
Attraktivität?

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

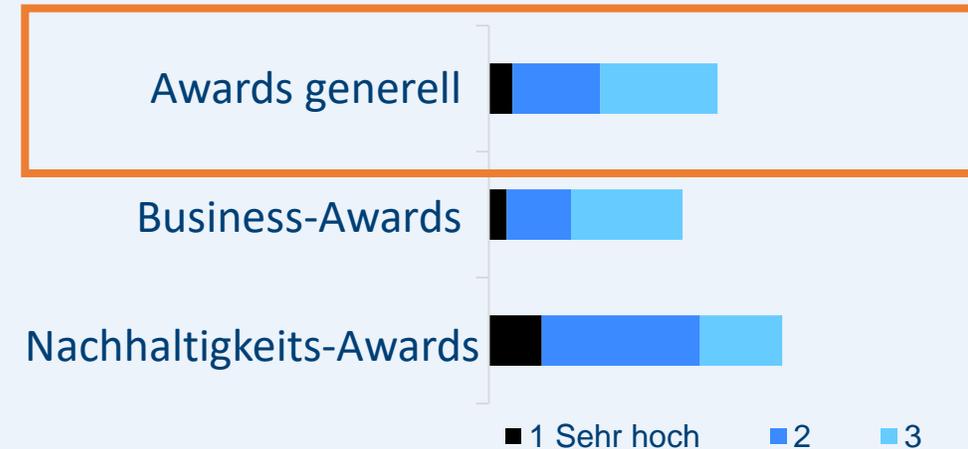
**Anstupser**

„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.