

- ✓ Der Arbeitskreis BEST ist eine neue Initiative.
- ✓ Interessierte aus Wissenschaft und Praxis sind eingeladen, an Dialog und Forschung teilzunehmen.
- ✓ Willkommen sind Freunde und Förderer, die den Aufbau und die Etablierung des Arbeitskreises finanziell und ideell unterstützen und fördern möchten.

Publikationen (Auswahl)

Zukunft mit und von Nachhaltigkeitswettbewerben.

Von Beate Gebhardt, BUVG Verlag und CSR Magazin (Hrsg.): Die SDGs im Fokus. 37. CSR Magazin (2021).

Quo vadis? Ansätze der Qualitätssicherung von Nachhaltigkeitswettbewerben für Unternehmen,

von Dr. Beate Gebhardt, Hohenheimer Agrarökonomischer Arbeitsbericht Nr. 31 (2021)

Ansätze und Herausforderungen der Implementierung von ESG-Kriterien in Wettbewerben und der unternehmerischen Nachhaltigkeitsbewertung.

Von Dr. Beate Gebhardt & Ines Kefer, in: Green Finance: Case Studies. Vierteljahresheft zur Wirtschaftsforschung, 2019, 88(3), 81-96.

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

Ihre Unterstützung!

Sollten Sie Interesse haben, den AK BEST zu unterstützen und teilzunehmen oder Fragen hierzu haben, wenden Sie sich bitte an Frau Dr. Beate Gebhardt (Leiterin AK BEST).



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

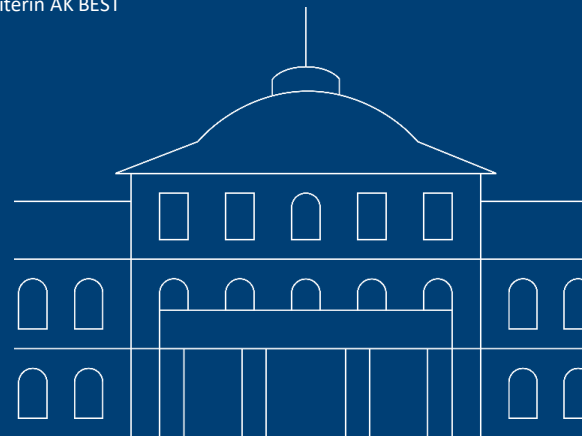


Dr. Beate Gebhardt
Leiterin AK BEST

Kontakt

Arbeitskreis Business Excellence and Sustainability Transformation (AK BEST)

Universität Hohenheim | Fachgebiet Agrarmärkte
Schwurzstraße 46 | 70599 Stuttgart | Deutschland
T +49 711 459 2612 | F +49 711 459 22601
E beate.gebhardt@uni-hohenheim.de



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

Kurz vorgestellt AK BEST

Arbeitskreis Business Excellence and Sustainability Transformation



Arbeitskreis BEST Business Excellence and Sustainability Transformation

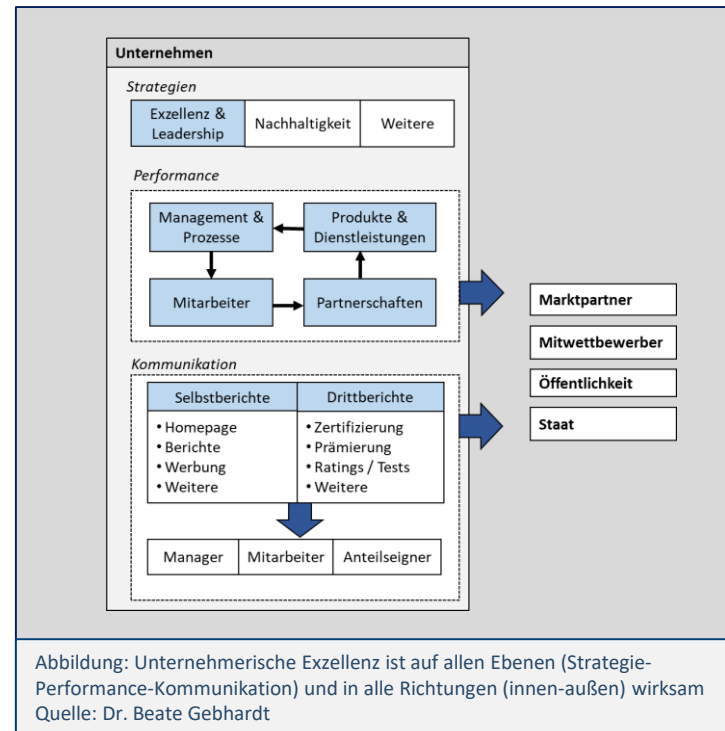
Der Arbeitskreis Business Excellence and Sustainability Transformation (BEST) am Fachgebiet Agrarmärkte der Universität Hohenheim, Stuttgart, befasst sich praxisorientiert mit der Exzellenz von Unternehmen und den dafür geeigneten Bewertungs- und Kommunikations-instrumenten, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen können.

Mittels Research, Evaluation und Monitoring werden Konzepte, Bewertungsmethoden sowie Kommunikationsinstrumente holistisch in den Blick genommen.

Um Stakeholdern Orientierung oder herausragenden Ansätzen mehr Sichtbarkeit zu geben, werden im Dialog und permanenten Austausch von Wissenschaft und Praxis Möglichkeiten ausgelotet und neue Ansätze entwickelt.

Ausgangspunkt und Fokus sind Nachhaltigkeitswettbewerbe und Awards, die seit vielen Jahren am Fachgebiet Agrarmärkte umfassend aus Sicht von Unternehmen, Vergabeinstitutionen und Verbrauchern in Studien untersucht werden.

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



Flyer Stand: 02/2020 © Dr. Beate Gebhardt IAK BEST

Hintergrund

In den weitgehend gesättigten Märkten der Industrieländer stößt insbesondere die Agrar- und Ernährungswirtschaft an ihre Grenzen. Um sich von Konkurrenten abzuheben und in Zukunft erfolgreich zu bestehen, bedarf es permanent neuer Ideen und Strategien der Unternehmen. Neben einer hohen Produktqualität und Warensicherheit entlang der Wertschöpfungskette, gewinnen soziale und ökologische Aspekte im Sinne des Leitbilds einer nachhaltigen Entwicklung immer mehr an Bedeutung.

- Die Darstellung einer herausragenden Position oder Leistung ist ein Ansatz, der in Zeiten großer Veränderungen von Unternehmen ein notwendiges Ziel ist.
- Nachhaltigkeit und Exzellenz sind wichtige Themen, die zusammen gehören. Exzellenz meint dabei Großartigkeit, Vortrefflichkeit oder gar Spitzenleistung sowie das Bessere als Andere.
- Exzellent zu sein bedeutet, nicht nur am Markt zu überleben und Erfolg zu haben, sondern der nachhaltigen Transformation mit eigenen Veränderungen und Innovationen zu begegnen.

Herausragende Bewertungen in Wettbewerben, Ratings oder Rankings führen die Exzellenz deutlich vor Augen und erzeugen Aufmerksamkeit unter Geschäftspartnern entlang der Wertschöpfungskette und in der Öffentlichkeit. Unternehmen können sich fremdevaluiert als Vorreiter, "Bester" oder "Sieger" präsentieren. Dies zeigen unsere vielfältigen Studien zur Bedeutung von Nachhaltigkeitswettbewerben aus der Multistakeholder-Perspektive.

Frau Dr. Beate Gebhardt forscht und publiziert seit 2012 zum Thema Exzellenz und Nachhaltigkeitswettbewerbe.

Idee

Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsexzellenz und Nachhaltigkeitskommunikation in der Agrifood- und Bioökonomie sowie weiteren Wirtschaftszweigen.

- **Exzellenz-Research.** Erforschung der Rolle von Business Excellence Awards sowie weiteren Prämierungen und Auszeichnungen für die Nachhaltigkeitsbewertung und -kommunikation von Unternehmen.
- **Exzellenz-Dialog.** Beratung und Dialog von Wissenschaft und Praxis.
- **Exzellenz-Monitoring.** Etablierung und Monitoring von Methoden zur Bewertung von Nachhaltigkeitsexzellenz in Unternehmen.