



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft:

Mehr Sichtbarkeit für die versteckten
Leuchttürme der Alltagspraxis

Beate Gebhardt & Laura Hellstern

Hohenheimer Agrarökonomischer Arbeitsbericht Nr. 40

Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre

Universität Hohenheim, Stuttgart

September 2024

Veröffentlichung des Institutes für
Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre der Universität Hohenheim

ISSN 1615-0473

Herausgeber: Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre
Universität Hohenheim (420)
70593 Stuttgart
<https://i420.uni-hohenheim.de/>

Gesamtherstellung: Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre
Universität Hohenheim (420)
70593 Stuttgart

Zugriff unter: <https://i420.uni-hohenheim.de/arbeitsberichte>



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Abschlussbericht



Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft: Mehr Sichtbarkeit für die versteckten Leuchttürme der Alltagspraxis

(Akronym: NEAL)

Laufzeit: 01.01.2022 – 30.09.2024

Dr.in Beate Gebhardt
Laura Hellstern

Fachgebiet Agrarmärkte (420B), AK BEST
Universität Hohenheim
Schwerzstraße 46
70599 Stuttgart

Stuttgart, im September 2024

Förderer



rentenbank

Die Autor*innen



Dr.in Beate Gebhardt

Leiterin Arbeitskreis BEST, Uni Hohenheim, Stuttgart

Dr. Beate Gebhardt ist Leiterin der BEST-Initiative (Business Excellence and Sustainability Transformation) an der Universität Hohenheim, Dozentin für Konsumentenverhalten, Agrarmarketing sowie CSR-Management an mehreren Hochschulen, Autorin, Journalistin und freiberufliche Beraterin. Nach ihrer Banklehre studierte sie Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hohenheim. In ihrer Promotion am Lehrstuhl für Umweltmanagement der Universität Hohenheim beschäftigte sie sich mit den ökologischen und sozialen Auswirkungen von Öko-Warenhäusern. Ihre Dissertation schloss sie mit Auszeichnung (summa cum laude) ab. In über zehn Jahren erwarb sie herausragende Expertise in der Analyse von Awards und Business Exzellenz mit vielen Veröffentlichungen und Vorträgen; zudem forscht sie zu Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen, nachhaltigem Konsum und Transformation. Sie leitet das Projekt „NEAL“.

beate.gebhardt@uni-hohenheim.de

[linkedin.com/in/dr-beate-gebhardt](https://www.linkedin.com/in/dr-beate-gebhardt)



Laura Hellstern

Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Uni Hohenheim, Stuttgart

Laura Hellstern ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Fachgebiet Agrarmärkte der Universität Hohenheim.

laura.hellstern@uni-hohenheim.de

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen	4
Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis	6
Kurzfassung	7
1 Einleitung	10
1.1 Allgemeine Angaben	10
1.2 Problemstellung und Hintergrund	15
1.3 Aufbau des Berichts	24
2 Ziele und Erwartungen	25
3 Projektaufbau, Arbeitspakete und Methoden	27
3.1 Überblick über den Projektaufbau	27
3.2 Crowd-Screening „Mikro-Nachhaltigkeit“ (AP1)	28
3.2.1 Entwicklung der Beurteilungskriterien von „Mikro-Nachhaltigkeit“	28
3.2.2 Identifizierung der Zielgruppen	31
3.2.3 Identifizierung von Nachhaltigkeitsawards an die Landwirtschaft	31
3.2.4 Online-Befragungen Landwirt*innen und Verbände	32
3.2.5 Beschreibung der Stichproben der Online-Befragungen	33
3.3 Analyse und Clusterbildung (AP2)	36
3.3.1 Deskriptive Auswertung und Mittelwertvergleiche	36
3.3.2 Semantische Netzwerkanalyse	37
3.4 Award-Matching (AP3) und Award-Finder (AP4)	40
3.4.1 Sammlung von CSR-Awards	40
3.4.2 Zielgruppenbasierte Entwicklung von Filterkategorien	41
3.4.3 Entwicklung der Web-Applikation	43
3.4.4 Anpassung und Aktualisierung der Web-Applikation	44
3.5 Expert*innen-Workshop (AP5)	46
4 Ergebnisse zum CSR-Award Finder	48
4.1 Aufbau und Struktur des CSR-Award Finders	48
4.2 Die Award-Welt im CSR-Award Finder	52
4.2.1 Die CSR-Award Welt für Unternehmen aller Branchen	52
4.2.2 Die CSR-Awards für Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft	55
4.3 Bekanntheit und Interesse an der CSR-Award Welt	57

5	Ergebnisse zur Mikro-Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft aus Sicht von Landwirt*innen und ihren Verbänden	62
5.1	Nachhaltigkeit in landwirtschaftlichen Betrieben	62
5.2	Exzellente Mikro-Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft.....	68
5.2.1	Überblick.....	68
5.2.2	Beispiele exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit.....	70
5.2.3	Gründe exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit.....	71
5.2.4	Nachhaltigkeitsthemen exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit	74
5.2.5	Weiterer Einordnungen exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit.....	77
5.2.6	Wirkung exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit.....	78
5.3	Semantische Netzwerkanalyse zur Mikro-Nachhaltigkeit	82
5.3.1	Überblick.....	82
5.3.2	Netzwerk Mikro-Nachhaltigkeit bei konventionellen Betrieben.....	83
5.3.3	Netzwerk Mikro-Nachhaltigkeit bei ökologisch wirtschaftenden Betrieben	84
5.3.4	Vergleich der konventionellen und ökologisch wirtschaftenden Betriebe.....	85
5.4	Treiber und Hemmer einer Nachhaltigkeitstransformation.....	85
5.4.1	Überblick.....	85
5.4.2	Vergleich der Landwirt*innen und Verbände	86
5.4.3	Vergleich der konventionellen und ökologisch wirtschaftenden Betriebe.....	86
5.5	Präferierte Instrumente zur Unterstützung nachhaltiger Tätigkeiten.....	88
5.5.1	Überblick.....	88
5.5.2	Rolle politischer Instrumente	88
5.5.3	Einfluss konkreter Instrumente und Ideen	90
6	Exzellente Mikro-Nachhaltigkeit und die Nachhaltigkeitstransformation der Landwirtschaft: Eine Diskussion aus Expert*innensicht	92
6.1	Thesen zur Nachhaltigkeitsexzellenz	92
6.2	Anschlussfähigkeit in Förderkonzepten der Banken (Sustainable Finance).....	95
6.3	Anschlussfähigkeit in Belohnungssystemen (Wettbewerbe).....	97
7	Fazit	100
8	Projekt-Reflektion	103
8.1	Zielerreichung.....	103
8.2	Resonanz und Veröffentlichungen	103
8.3	Positive und negative Erfahrungen	109
8.4	Langfristige Auswirkungen und Übertragbarkeit	113
9	Literatur	115
10	Anhang	127

Abkürzungsverzeichnis

AP	Arbeitspaket
AFP	Agrarinvestitionsprogramm
CSDDD	Corporate Sustainability Due Diligence Directive
CSR	Corporate Social Responsibility
CSRD	Corporate Social Reporting Directive
DBV	Deutscher Bauernverband
DLG	Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft
DNK	Deutscher Nachhaltigkeitskodex
EC	Europäische Kommission
EP	Europäisches Parlament
EU	Europäische Union
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
FF	Forschungsfrage
FW	Fragewortlaut
GRI	Global Reporting Initiative
KMU	Kleine und mittelständische Unternehmen (nach EU-Definition)
LW	Landwirtschaft
MAXQDA	Max Weber Qualitative Datenanalyse
MW	Mittelwert
NABU	Naturschutzbund Deutschland
NEAL	Projektakronym (Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft: Mehr Sichtbarkeit für die versteckten Leuchttürme der Alltagspraxis)
NHA	Nachhaltigkeitsaward
NPO	Non-Profit-Organisation
RNE	Rat für nachhaltige Entwicklung
RISE	Response-Inducing Sustainability Evaluation
SAFA	Sustainability Assessment of Food and Agriculture Systems
SDG	Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals)
StBA	Statistische Bundesamt
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
STD	Standardabweichung (Standard Deviation)
UN	United Nations
VI	Vergabeinstitution eines Awards

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Arenen der Nachhaltigkeitsexzellenz im Projekt NEAL.....	21
Abbildung 2:	Projektaufbau und Arbeitspakete (AP) in NEAL.....	27
Abbildung 3:	Nachhaltigkeitsbewertungsansätze zur Beurteilung von Mikro-Nachhaltigkeit.....	30
Abbildung 4:	Kontinuum neuer Nachhaltigkeitswettbewerbe in Deutschland.....	40
Abbildung 5:	Wege zum CSR-Award Finder.....	44
Abbildung 6:	Eingabemaske des CSR-Award Finder für Vergabeinstitutionen (Frontend).....	45
Abbildung 7:	Visualisierung der Award-Bewertung nach Update des CSR-Award Finders.....	46
Abbildung 8:	Das Tool CSR-Award Finder mit tabellarischem Aufbau.....	48
Abbildung 9:	Interaktives Award-Matching im Tool CSR-Award Finder für Nutzende.....	50
Abbildung 10:	Beispiel eines Profilblatts im Tool CSR-Award Finder (Sammlung 2022).....	51
Abbildung 11:	Beispiel eines Profilblatts im Tool CSR-Award Finder (Update 2024).....	52
Abbildung 12:	Die CSR-Award Welt in Deutschland.....	53
Abbildung 13:	Die CSR-Award Welt nach adressierten Sektoren und Branchen.....	54
Abbildung 14:	Bekanntheit und Interesse an CSR-Awards – Die Sicht von Landwirt*innen.....	58
Abbildung 15:	Bekanntheit und Interesse an CSR-Awards – Die Sicht von Verbänden.....	59
Abbildung 16:	Interesse an der Teilnahme an CSR-Awards (in %).....	61
Abbildung 17:	Interesse am CSR-Award Finder (in %).....	61
Abbildung 18:	Nachhaltigkeitsperformance in landwirtschaftlichen Betrieben (in %).....	63
Abbildung 19:	Aktueller Entwicklungspunkt der (beschriebenen) Unternehmen (in %).....	65
Abbildung 20:	Gründe für die Exzellenz der Mikro-Nachhaltigkeit.....	72
Abbildung 21:	Nachhaltigkeitsthemen der Mikro-Nachhaltigkeit (Landwirt*innen) (in %).....	75
Abbildung 22:	Nachhaltigkeitsthemen der Mikro-Nachhaltigkeit (Verbände) (in %).....	76
Abbildung 23:	Perzipierte positive Wirkung der Mikro-Nachhaltigkeit (in %).....	79
Abbildung 24:	Wirkung aus Sicht der Landwirt*innen und Verbände.....	81
Abbildung 25:	Wirkung und Exzellenz aus Sicht der Landwirt*innen.....	81
Abbildung 26:	Semantisches Netzwerk zur exzellenten Mikro-Nachhaltigkeit der konventionellen Betriebe (K).....	83
Abbildung 27:	Semantisches Netzwerk zur exzellenten Mikro-Nachhaltigkeit der ökologischen Betriebe (Ö).....	84
Abbildung 28:	Instrumente als Treiber von Nachhaltigkeit (in %).....	89
Abbildung 29:	Einfluss konkreter Instrumente und Ideen.....	90
Abbildung 30:	Vortrag und Preisverleihung auf der GEWISOLA 2023.....	106
Abbildung 31:	Stimmen zum CSR-Award Finder (Beispiele 1).....	110
Abbildung 32:	Stimmen zum CSR-Award Finder (Beispiele 2).....	110
Abbildung 33:	Zugriffe auf den CSR-Award Finder (10/2022 – 10/2023).....	111
Abbildung 34:	Zugriffe auf den CSR-Award Finder (06/2023 – 06/2024).....	111

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Überblick über die analysierten Nachhaltigkeitsbewertungsansätze.....	29
Tabelle 2:	Beispielhafte Leerstellen in den Nachhaltigkeitsparameter der Bewertungsansätze.....	30
Tabelle 3:	Schlagworte für die Sammlung von Nachhaltigkeitsawards in der Landwirtschaft.....	31
Tabelle 4:	Beschreibung der befragten Landwirt*innen.....	34
Tabelle 5:	Beschreibung der befragten Verbände.....	36
Tabelle 6:	Mikro-Nachhaltigkeit in Top-Down und Bottom-Up Ansätzen.....	38
Tabelle 7:	Beschreibung der Struktur der semantischen Netzwerke.....	39
Tabelle 8:	Top 10 gewünschte Informationen zur Auswahl geeigneter Awards.....	42
Tabelle 9:	Auswahl und Codierung der Filterkategorien (Top 4).....	42
Tabelle 10:	Teilnehmende des Expert*innen-Workshops.....	47
Tabelle 11:	Awards im Agrar- und Ernährungssektor (gelistet im CSR-Award Finder).....	55
Tabelle 12:	Situation und Einstellungen zur CSR-Award Welt – Die Sicht von Landwirt*innen.....	60
Tabelle 13:	Nachhaltigkeit-Entwicklungsstufen (Selbsteinordnung der Landwirt*innen).....	64
Tabelle 14:	Umsetzung von landwirtschaftlichen Maßnahmen mit Nachhaltigkeitsbezug (in %).....	66
Tabelle 15:	Korrelation der Gründe von Nachhaltigkeitsexzellenz auf Makro-Ebene.....	72
Tabelle 16:	Weitere Charakteristika der Mikro-Nachhaltigkeit (in %).....	77
Tabelle 17:	Mittelwertvergleiche der Bewertung der Wirkung.....	79
Tabelle 18:	Einflussfaktoren auf die Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten in der Landwirtschaft.....	87
Tabelle 19:	Politische Instrumente zur Unterstützung nachhaltiger Tätigkeiten.....	89
Tabelle 20:	Expert*innen-Statements zu den versteckten Leuchttürmen in der Landwirtschaft.....	94
Tabelle 21:	Anschlussfähigkeit von Nachhaltigkeitsexzellenz in Förderkonzepten (Sustainable Finance).....	97
Tabelle 22:	Anschlussfähigkeit von Nachhaltigkeitsexzellenz in Wettbewerben.....	98

Kurzfassung

Das von der Rentenbank geförderte Forschungsprojekt „NEAL“ macht Nachhaltigkeits-exzellenz in der Agrar- und Ernährungswirtschaft sichtbar und gibt Impulse für die zukünftige Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitswettbewerben und nachhaltigen Förderansätzen. Es stellt die Mikro-Nachhaltigkeit landwirtschaftlicher Betriebe in Deutschland aus Landwirtschaf- und Verbandssicht dar und beschäftigt sich mit der Verbesserung des positiven Zugangs zu Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsexzellenz für kleine Unternehmen, insbesondere landwirtschaftliche Unternehmen. Die Projektbearbeitung übernahm der AK BEST (Business Excellence and Sustainability Transformation), eine Initiative an der Universität Hohenheim, mit Schwerpunkt in der Award-Forschung.

Untersucht wurden im Projekt NEAL die Bedeutung von exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit und die Rolle von Nachhaltigkeitsawards sowie weiterer unterstützender Instrumente einer nachhaltigen Transformation in der Landwirtschaft. Die Erkenntnisse des Projektes sollen landwirtschaftlichen Unternehmen, Verbänden sowie weiteren relevanten Akteuren der landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten eine Orientierung geben in den Fragen:

- Welche Nachhaltigkeitsthemen benötigen in Zukunft ein größeres Augenmerk?
- Wie können Landwirt*innen in ihrer Nachhaltigkeitstransformation gefördert werden?
- Welche Rolle spielen Nachhaltigkeitsawards in der Nachhaltigkeitstransformation?

Für das Forschungsprojekt NEAL wurden dazu (a) 310 Landwirt*innen und 59 landwirtschaftsnahe Verbände in einem bundesweiten Nachhaltigkeits-Crowd-Screening im Frühjahr 2022 online befragt und hierbei insgesamt 236 herausragende, awardwürdige Nachhaltigkeitsaktivitäten identifiziert, die in der Landwirtschaft bereits umgesetzt oder geplant werden. Mittels Awards-Matching und Clustering wurde (b) der webbasierte, interaktive CSR-Award Finder mit über 150 Wettbewerben erstellt und Ende 2022 online gestellt. Der CSR-Award Finder macht die Welt der Awards für Unternehmen übersichtlicher und einfacher zugänglich, insbesondere erleichtert dies den Zugang kleiner Unternehmen und landwirtschaftlicher Betriebe. Die Versteigerung des Tools wurde im Projekt NEAL vorbereitet.

Zentrale Aussagen der Studie lauten:

1. *Nachhaltigkeit ist für Landwirt*innen ein relevantes Thema* und viele „versteckte“ nachhaltige Tätigkeiten werden auf den befragten Betrieben bereits umgesetzt.
2. *Bio-Betriebe zeigen sich als Vorreiter von Nachhaltigkeitsexzellenz* in der Landwirtschaft. Ein zertifizierter Governance-Ansatz der ökologischen Wirtschaftsweise und die

hohe Kommunikationsbereitschaft ihre Tätigkeiten positiv darzustellen bzw. darstellen zu lassen, sind prägend für die Bio-Branche. Leuchttürme und Ideengeber sind ebenfalls exzellente, jedoch oft eher verborgene Ansätze in konventionellen Betrieben. Weiterentwicklungen in der Landwirtschaft sind angesichts einer permanenten Reise der Nachhaltigkeitstransformation und in Exzellenzansätzen unerlässlich, auch bei Bio-Betrieben.

3. *Bodennutzung, Biodiversität, regionale Wertschöpfung und Tierwohl sind wichtige Bereiche*, in denen viele nachhaltigkeitsbezogene Maßnahmen von Landwirt*innen umgesetzt und als besonders hervorgehoben werden. Die neuen herausragenden Themen einer awardwürdigen Nachhaltigkeitsexzellenz könnten aus Sicht von Landwirt*innen und ihren Verbänden Kooperationen, Gesundheit, Risiko- & Krisenabsicherung sowie besondere Eigentümerstrukturen sein.
4. *„Blinde Flecken“ in Nachhaltigkeitsansätzen korrespondieren mit Bewertungen der Landwirtschaft*. Sowohl in der Sicht von Landwirt*innen und Verbänden als auch in Nachhaltigkeitsbewertungsansätzen dominiert der Blick auf die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit. Die soziale sowie wirtschaftliche (inklusive Governance) Dimensionen werden in der Landwirtschaft – und entsprechenden Bewertungsansätzen – selten herausgestellt. Dies sind „blinde Flecken“ in doppelter Hinsicht.
5. *Leuchttürme der Mikro-Ebene kommen auf der Makro-Ebene kaum an*. Obwohl die Zusammenhänge von Nachhaltigkeitsexzellenz auf allen Ebenen und über die Ebenen hinweg sehr eng verknüpft sind, haben Landwirt*innen und ihre Verbände kaum die Makro-Ebene, Gesellschaft und Umwelt, bei ihren Anstrengungen im Blick. Die Landwirt*innen beschreiben Nachhaltigkeitsexzellenz vor allem mit Blick auf den eigenen Betrieb, die Mikro-Ebene, Verbände legen den Blick zusätzlich auf die Meso-Ebene, die Branche.
6. *Eine heterogene und multifunktionale Landwirtschaft benötigt vielfältige, multiple Instrumente* zur Förderung von Nachhaltigkeit auf Betriebsebene. Darunter sind informatorische Instrumente, wie der CSR-Award Finder, und Anreizinstrumente, wie Awards für Leuchtturmprojekte aus Sicht der Befragten ebenso förderlich wie regulatorische oder finanzielle Instrumente. Finanzielle Anreize bzw. staatliche Förderungen gelten als die stärksten Treiber von Nachhaltigkeit. Eine Nachhaltigkeitsstrategie oder systematische Managementansätze auf Betriebsebene fehlen oft.
7. *Nachhaltigkeitstransformation in der Landwirtschaft benötigt mehr gemeinsame Anstrengungen*. Die Sichtweisen von Landwirt*innen und ihren Verbänden differieren

teilweise in der Beurteilung von Einflussfaktoren einer Nachhaltigkeitstransformation in der Landwirtschaft oder der Wirkung von Nachhaltigkeitsexzellenz.

8. *Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft benötigt mehr Mut und Sichtbarkeit.* Innovationen und Nachhaltigkeitsengagement landwirtschaftlicher Unternehmen sind in der Öffentlichkeit, auch für Vergabeinstitutionen von Awards, wenig sichtbar. Das Interesse und die Teilnahme an Awards von landwirtschaftlichen Unternehmen sind im Vergleich zu anderen Branchen gering. Interesse an dem etablierten Award-Finder besteht.

Der Mut der Landwirt*innen zur Kommunikation über ihre positiven nachhaltigen Aktivitäten könnte gestärkt werden. Dabei sind die Bereitstellung von Beratungsangeboten und Informationen über Nachhaltigkeit sowie die Unterstützung durch ihre Verbände wichtige treibende Faktoren. Gleichzeitig ist das Nachhaltigkeitsverständnis in der Landwirtschaft über die ökologische Betrachtung hinaus zu erweitern – sowohl in Ansätzen der Nachhaltigkeitsbewertung landwirtschaftlicher Betriebe als auch in deren Perzeption.

Im Folgenden werden die Ergebnisse detailliert beschrieben, Ziel und Methodik der Forschungsstudie benannt und Möglichkeiten der Erhöhung der Sichtbarkeit von Nachhaltigkeitsexzellenz landwirtschaftlicher Betriebe aufgezeigt.

1 Einleitung

1.1 Allgemeine Angaben

Bezeichnung des Forschungsprojekts

Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft (NEAL): Mehr Sichtbarkeit für die versteckten Leuchttürme der Alltagspraxis

Dauer

Beginn (NEAL 1 - 3): 01.01.2022

Ende (NEAL 1 -3): 30.09.2024

Das Forschungsprojekt NEAL wurde in den drei Teilen NEAL 1, NEAL 2, NEAL 3 beantragt und bewilligt. Der vorliegende Bericht umfasst alle Teile des Forschungsprojekts NEAL 1 – 3.

Antragsteller und Bearbeitende	
Universität Hohenheim	70593 Stuttgart Vertreten durch Prof. Dr. Stephan Dabbert Ausführende Stelle: Fachgebiet Agrarmärkte (420B), Leitung Prof. Dr. Sebastian Hess https://marktlehre.uni-hohenheim.de/
Projektleitung / Ansprechperson	
Dr. Beate Gebhardt	Leiterin AK BEST und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachgebiet Agrarmärkte, AK BEST (420B), Universität Hohenheim beate.gebhardt@uni-hohenheim.de
Weitere Mitarbeiter*innen	
Laura Hellstern	Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Fachgebiet Agrarmärkte, AK BEST (420B), Universität Hohenheim
Franziska Keßler	Studentische Hilfskraft, Fachgebiet Agrarmärkte, AK BEST (420B), Universität Hohenheim
Fiona Hasenbach	Studentische Hilfskraft, Fachgebiet Agrarmärkte, AK BEST (420B), Universität Hohenheim
Isabell Kuhn	Studentische Hilfskraft, Fachgebiet Agrarmärkte, AK BEST (420B), Universität Hohenheim

Teilnehmende

Die Teilnehmenden am Forschungsprojekt NEAL kommen aus unterschiedlichen Bereichen: A) aus dem Projektbeirat, B) den Nutzenden der Internetplattform „CSR-Award Finder“, die in einer ersten Version Ende September 2022 online ging, C) den Teilnehmenden einer Online-Umfrage zur Mikro-Nachhaltigkeit unter landwirtschaftlichen Betrieben und landwirtschaftsnahen Verbänden sowie D) den Expert*innen eines Workshops im Mai 2024.

In der folgenden Tabelle ist die Anzahl der Teilnehmenden, deren Zusammensetzung sowie ihre Rekrutierung beschrieben. Außerdem verweist ein Kürzel auf die zugehörigen Arbeitspakete (AP), wie sie im Projektantrag beschrieben sind.

Teilnehmende im Projekt NEAL (Überblick)					
Teilnehmende		Anzahl	Zusammensetzung	Rekrutierung	AP
A	Projektbeirat	3	DBV: Udo Hemmerling (ab 05/2024 Robert Kero) DLG: Erik Guttulröd, in Vertretung Ulrich Grimm NABU: Pierre Johannes	Persönliche Anfrage, teils mit Unterstützung des Rats für Nachhaltige Entwicklung (RNE)	AP5
B	CSR-Award Finder: Nutzende	Zeitraum 1 22.09.22 - 30.09.22 962 Hits 744 Visitors (unique) Zeitraum 2 20.10.22 - 20.10.23 12.573 Hits 9.038 Visitors (unique) Zeitraum 3 20.06.23- 20.06.24 13.912 Hits 10.551 Visitors (unique) 76 Referrers	Unbekannt, Nutzerprofil unterliegt dem Datenschutz Erfassung für max. 1 Jahr	Pressemitteilung der Uni Hohenheim vom 21.09.2022 Laufende Postings in LinkedIn, E-Mail Signaturen des Forschungsteams Landwirtschaftsnahe Verbände (Website, Newsletter, social media (sm), u.a.) Vergabeinstitutionen der CSR-Awards (Website, Newsletter, sm, u.a.) Laufend Verweise, u.a. Beiträge in Zeitschriften / Tagungen / social media / linkedIn	AP4
C1	Umfrage- teilnehmende: Landwirtschafts- nahe Verbände	59 Verbände (Bereinigtes Sample) 159 Zugriffe Beendigungs- quote 34 %	Nach Schwerpunkt (Auswahl): 57,6% Verbände ohne Schwerpunkt 10,2% Verbände für Dauerkulturen 8,5% Verbände für Ackerbaubetriebe 8,5% Verbände für Gartenbaubetriebe 5,1% Öko-Verbände Nach Zuständigkeit: 13,6% Zentralverband 32,2% Landesverbände 50,8% Orts/Regionalverbände	Online-Befragung von 12.05.2022 – 04.07.2022; Auswahl über Deutsches Verbände Forum (verbaende.com)	AP1
C2	Umfrage- teilnehmende: Landwirtschaft	310 Personen (Bereinigtes Sample)	Verschiedenes (Auswahl) 66,9% Haupterwerb 87,9% unter 10 Beschäftigte 32,1% Ackerbaubetriebe	Online-Befragung von 12.05.2022 – 04.07.2022; Verteilung über landwirtschaftsnahe	AP1

		993 Zugriffe Beendigungsquote 26 %	24,3% Rinderhaltung 14,3% Gemischtbetrieb 46,1% Öko-Betriebe 16,2% Jahresumsatz 100.000 - 250.000 Euro Nach Bundesland: 44,2% Bayern 14,7% Baden-Württemberg 13,0% Niedersachsen	Verbände inklusive Gartenbau und Forstwirtschaft (Voranfrage; C1)	
D	Expert*innen-Workshop	12 Personen	Projektteam (4) Projektbeirat (3) Weitere Expert*innen (5), darunter aus Vergabeinstitutionen von Awards (1), Banken (2), der Nachhaltigkeitsbewertung (2)	5. Mai 2024, online Persönliche Anfrage	AP5

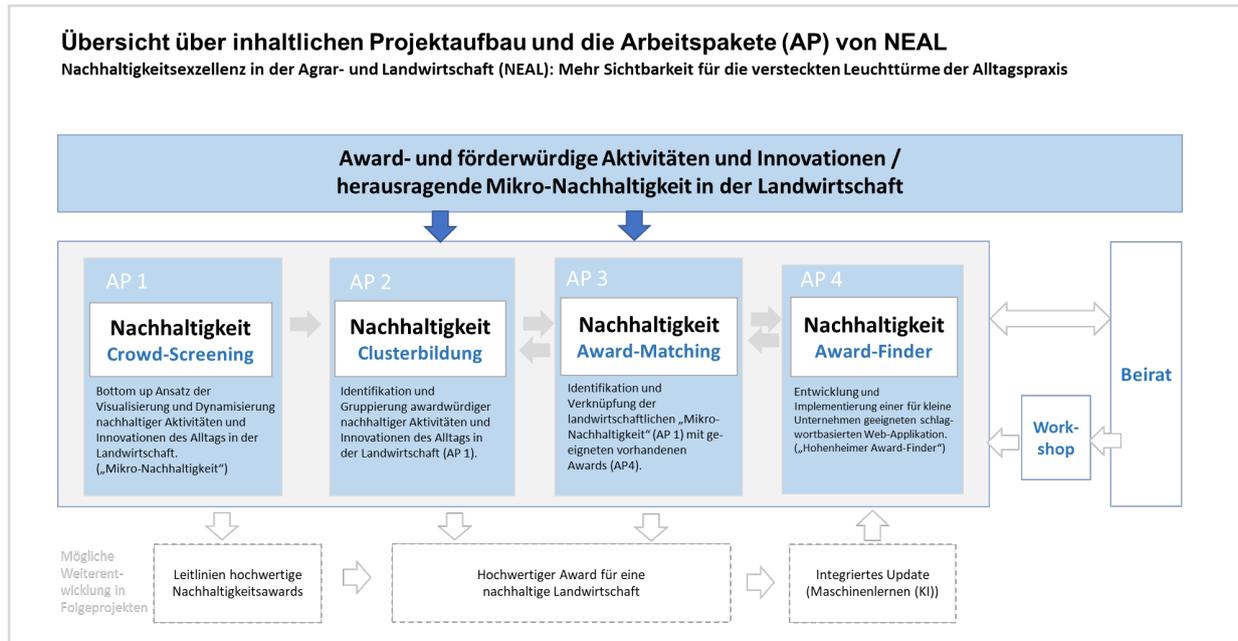
Inhalte des Projekts, Methoden, Zeitplan im Projekt NEAL

Mit dem vorliegenden Projekt NEAL soll der Zugang zu Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsexzellenz für kleine, insbesondere landwirtschaftliche Unternehmen (LW) verbessert werden.

- Die herausragenden und damit awardwürdigen Nachhaltigkeitsaktivitäten und nachhaltige Innovationen aus dem Alltag landwirtschaftlicher Unternehmen („Mikro-Nachhaltigkeit“) wurden empirisch erfasst und in einer semantischen Netzwerkanalyse untersucht. Zudem wurden die Treiber und Hemmer einer nachhaltigen Wirtschaftsweise der Landwirtschaft aus Sicht von Landwirt*innen und ihren Verbänden betrachtet und für sie unterstützende politische Instrumente, darunter Awards oder ein webbasierter Award Finder, erfasst. Grundlage ist ein im Sommer 2022 durchgeführtes bundesweites Nachhaltigkeits-Crowd-Screening, eine Online-Befragung, unter landwirtschaftlichen Unternehmen und ihren Verbänden.
- Gleichzeitig wurde ein webbasierter interaktiver Nachhaltigkeitsaward-Finder („CSR-Award Finder“) entwickelt. Das Tool ging im September 2022 über die Website der Universität Hohenheim online. Zugang erfolgt mit dem Link: <https://csr-award-finder.uni-hohenheim.de>. Eine Darstellung der CSR-Award-Welt in Deutschland („Mapping“) wurde hieraus erstellt. Der CSR-Award Finder wurde 2024 mit neuen Funktionen erweitert. Vergabeinstitutionen wird es damit möglich, eigene Awards zur Datenbank hinzuzufügen, bestehende Awards zu ändern sowie diese zu löschen. Zur Aktualisierung wurde im Sommer 2024 aufgerufen. Nutzenden steht damit eine aktuelle Datenbank und Darstellung der CSR-Awardwelt zur Verfügung. Die Verstetigung des Tools wurde im Projekt NEAL vorbereitet.

Das Projekt- und Qualitätsmanagement stellen den erfolgreichen Ablauf von NEAL sicher. Ein dreiköpfiger Projektbeirat begleitete die Arbeitsschritte. Im Mai 2024 wurde ein Expert*innen-Workshop erfolgreich durchgeführt, bei dem die Projektergebnisse vom Forschungsteam vorgestellt und mit den Expert*innen und dem Projektbeirat diskutiert wurden.

Der Projektaufbau von NEAL ist in der folgenden Abbildung dargestellt.



Quelle: Eigene Darstellung

Mehrere Veröffentlichungen und Präsentationen auf nationalen und internationalen Veranstaltungen resultieren aus dem Projekt NEAL. Auf der GEWISOLA 2023 wurde die Veröffentlichung von Hellstern, Gebhardt & Hess: „Sustainability Excellence in Light of German Farmers’ Self-Assessment: Results from a Mixed Methods Study“ in der Kategorie „Bester Vortrag“ prämiert. Die Pressestelle der Universität Hohenheim erstellte Pressemitteilungen zum CSR-Award Finder, die von den Medien aufgegriffen wurden. Studienberichte für die bereits abgeschlossenen Projektteile NEAL 1 und NEAL 2 wurden der Rentenbank vorgelegt. Der vorliegende Abschlussbericht soll in der Schriftenreihe „Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte“ veröffentlicht werden.

Die Arbeitsschritte im Projekt NEAL sind in der folgenden Tabelle nach Arbeitspaket (AP) und Jahr dargestellt.

Arbeitsschritte nach Zeitplan NEAL												
Arbeitspakete (AP)		2022				2023				2024		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
AP1 Crowd-Screening												
1.1	Entwicklung von Beurteilungskriterien für „Mikro-Nachhaltigkeit“	■										
1.2	Screening „Mikro-Nachhaltigkeit“		■									
AP2 Clusterbildung												
2.1	Qualitätscheck und Kategorienbildung			■								
2.2	Inhalts- und cross-semantische Netzwerkanalyse „Mikro-Nachhaltigkeit“				■	■						
2.3	Zielgruppen- und Clusteranalyse sowie Empfehlungen						■	■	■			
AP3 Award-Matching												
3.1	Vergleich und Auswahl geeigneter stabiler Matching-Ansätze				■							
3.2	Implementierung und Analyse des Award-Matching					■	■	■				
3.3	Herausarbeitung content- und applikationsbezogener Empfehlungen								■			
AP4 Award-Finder												
4.1	Update der Nachhaltigkeitsaward-Datenbank (Fokus Landwirtschaft)	■	■									
4.2	Zielgruppenbasierte Entwicklung von Filtern-Schlagworten			■								
4.3	Entwicklung und Anpassung einer Web-Applikation (IT-Auftrag)				■	■		■	■	■	■	■
AP5 Projekt- und Qualitätsmanagement												
5.1	Kommunikation und Steuerung	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5.2	Monitoring: Beirat und Workshop			■							■	■
5.3	Veröffentlichungen der Ergebnisse					■			■	■	■	■
5.4	Abschluss/-bericht (NEAL)				1				2		1-3	

Quelle: Eigene Darstellung, in Quartalen (1-4)

1.2 Problemstellung und Hintergrund

Das Projekt NEAL. Die Zukunft einer herausragend nachhaltigen Landwirtschaft wird nicht nur durch Technologien und politische Weichenstellungen bestimmt, sondern insbesondere durch Pioniere in den Betrieben und Unternehmen des deutschen Agrarsektors. Mit dem Projekt NEAL soll der Zugang zu Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsexzellenz für kleine Unternehmen, insbesondere landwirtschaftliche Unternehmen, verbessert werden. Dabei wurden folgende Forschungsaktivitäten adressiert: (a) Crowd-Screening von awardwürdigen Nachhaltigkeitsleistungen des Alltags ("Mikro-Nachhaltigkeit") in landwirtschaftlichen Unternehmen in Deutschland, (b) Entwicklung und Implementierung eines webbasierten Nachhaltigkeitsawards-Finders. NEAL¹ steht als Akronym für den Projekttitle „Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft: Mehr Sichtbarkeit für die versteckten Leuchttürme der Alltagspraxis“. Die Rentenbank förderte das Projekt. Die Projektbearbeitung übernahm der AK BEST (Business Excellence and Sustainability Transformation), eine Initiative angegliedert an die Universität Hohenheim, mit Schwerpunkt seit über 10 Jahren in der Award- und Exzellenzforschung.

Problemstellung und Hintergrund. Die zunehmenden ökonomischen und sozial-ökologischen Herausforderungen, vor denen die Agrar- und Ernährungswirtschaft als Ganzes und kleine bzw. landwirtschaftliche Unternehmen im Besonderen stehen, erfordern langfristig eine stärkere Orientierung an den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung und eine deutlichere Sichtbarkeit solcher Aktivitäten und Leistungen (Rockström et al. 2009; FAO 2022; Richardson et al. 2023). Nachhaltige Entwicklung im Sinne der Brundtland-Definition (UN 1987) beschreibt die gleichzeitige und gleichberechtigte Umsetzung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Zielen, den sogenannten Nachhaltigkeits-Trias. Dem schließt sich das Verständnis einer nachhaltigen Landwirtschaft² an (z.B. Allen et al. 1991; Schader 2016; FAO 2024).³

¹ Neal oder Neil ist der irische Ausdruck für „Champion“.

² Allen et al. (1991: 34) definieren eine nachhaltigen Landwirtschaft: „A sustainable agriculture is one that equitably balances concerns of environmental soundness, economic viability, and social justice among all sectors of society“. Die FAO (2024) definiert eine nachhaltige Landwirtschaft entsprechend der Brundtland-Definition (UN 2015): „To be sustainable, agriculture must meet the needs of present and future generations, while ensuring profitability, environmental health, and social and economic equity. Sustainable food and agriculture (SFA) contributes to all four pillars of food security – availability, access, utilization and stability – and the dimensions of sustainability (environmental, social and economic). Schader (2016) schreibt: „Auf einen landwirtschaftlichen Betrieb übertragen heißt dies: Was trägt der Betrieb zur nachhaltigen (sozialen, ökologischen und ökonomischen) Entwicklung der Gesellschaft bei? Dabei können sowohl positive Wirkungen wie Landschaftsschutz, Ausbildung oder Arbeitsplätze als auch negative Wirkungen wie Gewässerunreinigung oder Kinderarbeit anfallen.“

³ Eine Definition von Nachhaltigkeit wurde den Online-Befragungen (siehe Kapitel 3.2.4) vorangestellt: „Nachhaltigkeit bzw. eine nachhaltige Entwicklung setzt sich aus den drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales gleichermaßen zusammen. Die ökologische Dimension bezieht sich auf den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen, umweltschonenden Technologien, umweltschonenden Produkten oder Pflege von Kulturlandschaften. Die ökonomische Dimension & Governance beziehen sich auf faire Geschäftspraktiken, dauerhaften Erhalt von Wohlstand und Erwerb, Anfälligkeit für Korruption sowie entsprechende Managementansätze oder Leitbilder im Unternehmen. Die soziale Dimension bezieht sich auf gute Arbeitsbedingungen, Chancengleichheit, Dialog oder die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung.“

Obwohl das Leitbild Nachhaltigkeit vage bleibt und dies die konkrete Ausrichtung der erforderlichen Maßnahmen erschwert, sind folgende Punkte evident und adressieren ebenfalls landwirtschaftliche Betriebe, ihre Wertschöpfungsketten und Stakeholder*innen (z.B. Gerten et al. 2020; Persson et al. 2022; Tödting & Tripl 2005; Batáry et al. 2011; Schrode et al. 2021):

- *Nachhaltigkeitstransformation*: Angesichts der weltweiten sozial-ökologischen Probleme muss sich dringend etwas ändern;
- *Multi-plurale Ansätze*: Für eine umfassende Transformation sind vielfältige Ansätze notwendig;
- *Multi-plurale Akteur*innen*: Möglichst alle Akteur*innen in allen Lebens- und Wirtschaftsbereichen müssen zur Nachhaltigkeitstransformation beitragen.

Grundsätzlich gelten Unternehmen als die womöglich wichtigste Handlungsgruppe im Hinblick auf eine gesamtgesellschaftliche Transformation in Richtung nachhaltige Entwicklung (UN 2002; 2012). Unternehmen wirken als Ressourcennutzer, Emittenten und Arbeitgeber auf Menschen und Umwelt ein; außerdem beeinflussen sie durch ihre Produkte und als Kapitalanlage auch das soziale und ökologische Handeln und das Wirken anderer Akteur*innen wie z.B. Verbraucher*innen und Investoren. Unternehmen können mit ihren Ressourcen Marktprozesse kraftvoll gestalten, aber müssen hierfür teilweise selbst erhebliche Transformationsanstrengungen meistern (Geisler und Schrader 2001; Schaltegger et al. 2010; Beckmann und Schaltegger 2014; EC 2017), dies wird auch in der Landwirtschaft gefordert (z.B. Schrode et al. 2021). Dabei gilt als unstrittig, dass der Weg zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise nur in Form einer schrittweisen Entwicklung erreicht werden kann und dass ein Weg alleine nicht ausreicht (Pretty 2013; Termeer 2021; Europäisches Parlament 2022). Eine solche Entwicklung ist demnach das Resultat einer Vielzahl von Lern- und Anpassungsprozessen in verschiedenen Organisationen und Institutionen und erfolgt auf Basis von Erprobung und experimentellen Erfahrungen, wobei auch Rückschritte als Bestandteil von Lernprozessen hingenommen werden müssen (Gebhardt 2006; Buddenberg et al. 2014; Feola 2015; Schaltegger et al. 2021). Ebenso sind Fortschritte in einigen Bereichen und Rückschritte in anderen möglich (Gebhardt 2006). Unstrittig ist, dass Nachhaltigkeit ein Gemeinschaftswerk ist, bei dem alle gesellschaftlichen Gruppen einbezogen werden müssen: Mit der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie werden für die Privatwirtschaft sowohl Unternehmen als auch ihre Kammern und Verbände explizit aufgerufen, ihren Teil zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten (Bundesregierung 2021).

Um Unternehmen zu eigenverantwortlichem Handeln in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung zu motivieren, kann es hilfreich sein, Leuchttürme, Vorreiter und Beispielgeber aus der Wirtschaft sichtbar zu machen und durch Dritte hervorzuheben. Damit rücken Innovationen

und die Bewertung herausragender unternehmerischer Nachhaltigkeitsleistungen, die Nachhaltigkeitsexzellenz, in den Blick. Hilfreich scheint es, Stellschrauben für breitere Veränderungsprozesse exemplarisch zu identifizieren und mögliche Richtungen zukünftiger Transformationspfade frühzeitig erkennbar zu machen (Meyer et al. 2021; Schrode et al. 2021; Schaltegger et al. 2022). Diese Aufgabe können in Wettbewerben vergebene Prämierungen an Unternehmen, sogenannte Nachhaltigkeitsawards, übernehmen (Löffler 2001; Baker 2007; Bovaird & Löffler 2009; Gebhardt & Hellstern 2024a).

Nachhaltigkeitsawards für Unternehmen werden im Projekt NEAL als Anreiz- und Bewertungsinstrument zur Nachhaltigkeitstransformation (Gebhardt 2016; Gebhardt & Hellstern 2023; 2024a) fokussiert betrachtet. Außerdem werden die Sicht landwirtschaftlicher Betriebe sowie landwirtschaftsnaher Verbände hierzu beleuchtet und beide Gruppen gegenübergestellt.

Besonderheiten der Landwirtschaft. Der Landwirtschaft kommt eine multifunktionale Rolle zu. Ökonomische und nicht-ökonomische Faktoren sind dabei eng verknüpft: Neben der Produktion von Agrar- und Nahrungsmitteln, übernimmt Landwirtschaft eine ökologische und gesellschaftliche Funktion und ist bedeutsam für die Qualität von Standorten oder die Erholung der Menschen (Heissenhuber & Lippert 2000; Mann & Wüstemann 2005). In den weitgehend gesättigten Märkten der Industrieländer stößt die Agrar- und Ernährungswirtschaft indes an ihre ökonomischen und öko-sozialen Belastungsgrenzen (Seo 2020; Gebhardt 2021; Leibenath et al. 2024). Einem vielfältigen und vielzähligen Warenangebot steht beispielsweise in der Milch- und Fleischbranche in Deutschland eine nur wenig steigende bzw. stagnierende Nachfrage oder ein gar sinkender Pro-Kopf-Konsum gegenüber (Gebhardt et al. 2019). Konkurrenzdruck und ein aggressiver Preiskampf sind die Folge. Gleichzeitig steigen die Produkthanforderungen von Seiten des Lebensmitteleinzelhandels (Seo 2020) und der Kund*innen: Neben Produktqualität und Warensicherheit gewinnen für Verbraucher*innen sozial, ethische und ökologische Aspekte beim Lebensmittelkonsum immer mehr an Bedeutung (Meyer-Höfer & Spiller 2013; GfK 2024). Tierhaltung und Tierwohl stehen zusammen mit Umwelt- und Klimaschutz, Vermeidung von Verpackungen oder Vermeidung von Lebensmittelabfällen an vorderer Stelle der ökologischen Forderungen; hinsichtlich sozialer Aspekte sind es Menschenrechte, Arbeitssicherheit und faire Arbeitsbedingungen in den globalen Lieferketten oder die individuelle Gesundheit (Duenbostl et al. 2011; von Meyer-Höfer 2016). Die Resilienz der Agrar- und Lebensmittelproduktion wird zunehmend aufgerufen, angesichts krisenhafter Störungen ihrer zunehmend global vernetzten, hoch subventionierten und oft anonymen Märkte (Buckwell 2014; Gebhardt 2021; Gebhardt & Hempel 2023). Die Wachstumsmärkte für Lebensmittel werden außerhalb Europas erwartet (Buckwell 2014). Darüber hinaus wird die Landwirtschaft besonders vom Klimawandel betroffen (BMU 2019), als Branche der Primärproduktion ist sie ohnehin stark von Wetter und

natürlichen Gegebenheiten abhängig. Dies macht sie auch aus Sicht der Finanzwirtschaft zu einer risikoreichen und volatilen Branche mit entsprechend ungünstiger Bonitätsbewertung (Gebhardt 2021; Kefer & Stemmler 2024).

Gleichzeitig trägt die Agrar- und Ernährungswirtschaft selbst zum Klimawandel bei.⁴ Nach UNEP (2016) sind die weltweiten Ernährungssysteme für 70 Prozent des Frischwasserverbrauch, 60 Prozent des Artenverlustes oder 24 Prozent der Treibhausgasemissionen verantwortlich. Bis zu 30 Prozent der Umweltwirkungen in Deutschland entstehen in der Wertschöpfungskette von Lebensmitteln, also bei deren Produktion und dem Konsum (UBA 2015). Nach Schätzung des Umweltbundesamtes emittierte die deutsche Landwirtschaft im Jahr 2017 beispielsweise mit 66,3 Millionen Tonnen Kohlendioxid-Äquivalenten (Millionen t CO₂äq), rund 7,3 Prozent des gesamten Treibhausgas-Ausstoßes in Deutschland (UBA 2019).

Die Wege zu einer nachhaltigen Entwicklung sind in der Landwirtschaft vielfältig und unterscheiden sich in Abhängigkeit von Standorten, Bewirtschaftungssystemen und der individuellen Betriebsstruktur (Buckwell et al. 2014; Wuepper et al. 2020). Dabei steht der ökologische Landbau, der Pionier einer nachhaltigen Landwirtschaft und langjähriger Vorreiter einer ökologisch vorteilhaften Wirtschaftsweise (Haller et al. 2020; BÖLW o.J.), für ein typisches Beispiel des von Buckwell (2014) vorgeschlagenen Ansatzes der „Intensivierung“. Eine entsprechende Intensivierung oder Spezialisierung landwirtschaftlicher Betriebe kann indes unterschiedliche Auswirkungen auf ökologische, soziale oder wirtschaftliche Nachhaltigkeitsaspekte haben (Gutzler et al. 2015; Beillouin et al. 2021). Eine verbesserte Wasser- oder Bodenqualität oder eine höhere Biodiversität sind einige der belegten Vorteile des ökologischen Landbaus (z.B. Hole et al. 2005, Mondelaers et al. 2009; Bai et al. 2018; Haller et al. 2020; Loew & Osterburg 2024). Gleichzeitig sind im ökologischen Landbau divergierende Ausprägungen in der wirtschaftlichen Nachhaltigkeitsdimension evident, z.B. höhere Endverbraucher*innenpreise und Gewinne (z.B. Crowder & Reganold 2015), aber geringere Flächenerträge (z.B. Seufert et al. 2012; Buckwell et al. 2014). Studien zeigen auch, dass kleine Betriebe (Wüpper et al. 2021) oder ökologisch wirtschaftende Betriebe nicht per se nachhaltiger agieren, sondern dass das jeweilige Management, die Persönlichkeit und die Netzwerke der Landwirt*innen oder deren Risikobereitschaft für Innovationen eine wichtige Rolle spielen können (Seufert & Ramankutty 2017; Hannus 2022). Weiterentwicklungen des Ökolandbaus haben Werkzeuge der Nachhaltigkeitsbewertung landwirtschaftlicher Betriebe oder Systeme, beispielsweise SAFA oder RISE, hervorgebracht (Haller et al. 2020). Im Jahr

⁴ Ein Großteil der Emissionen aus der Landwirtschaft entstammen nach (Kefer & Stemmler 2024) nur bedingt steuerbaren biochemischen Prozessen, wie Methan aus Wirtschaftsdünger oder den Verdauungsprozessen der Wiederkäuer.

2023 wurden in Deutschland 1.852.700 ha bzw. 11,2 Prozent der gesamten landwirtschaftlich genutzten Fläche von insgesamt 28.700 Betrieben (11,3 % der Gesamtbetriebe) ökologisch bewirtschaftet (StBA 2024). Die Nachhaltigkeitsstrategie der Deutschen Bundesregierung (DNS) sieht vor, dass 20 Prozent der landwirtschaftlich genutzten Flächen bis 2030 ökologisch bewirtschaftet werden (BMEL 2017; Bundesregierung 2021). Nach Haller et al. (2020) fehlt es in den Öko-Richtlinien gegenwärtig jedoch an verbindlichen Mindestanforderungen an den Klimaschutz, die Biodiversitätsförderung, die Habitatqualität und den Bodenschutz. Dies verzerrt den Wettbewerb, ferner erhält der Ökolandbau „ungenügend öffentliche Gelder“ (Haller et al. 2020), das die Schwächen des Ökolandbaus manifestiere und den Weg aus der Nische erschwere.

Ökonomische und ethische Herausforderungen begegnen der Agrar- und Ernährungswirtschaft damit auf einzelbetrieblicher Ebene im Unternehmen, aus dem Zusammentreffen der Marktakteure auf dem jeweiligen relevanten Markt sowie im Zusammenspiel mit dem hier anzutreffenden Makro-Umfeld (Meffert et al. 2013; Gebhardt 2021). Im Projekt NEAL wird dementsprechend Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft ein Drei-Ebenen-Modell zugrunde gelegt, das die Mikro-, Meso- und Makroebene umfasst. Außerdem werden im vorliegenden Bericht landwirtschaftliche Betriebe unterteilt nach ihrer ökologischen oder nicht-ökologischen Wirtschaftsweise betrachtet.

Eine grüne Wirtschaft wurde bereits im Jahr 2002 auf dem UN-Erdgipfel zur nachhaltigen Entwicklung in Rio de Janeiro als Treiberin der Nachhaltigkeitstransformation erkoren, mit dem Ziel, die Verantwortung für unseren Planeten stärker in die Hände von Unternehmen und in marktwirtschaftliche Prozesse zu legen. Mit dem sogenannten „Green Deal“ der Europäischen Union (EU) sowie damit einhergehenden Verordnungen, wie der EU-Taxonomie, dem „Lieferkettengesetz“ (CSDDD) oder der CSReporting-Direktive (CSRD), werden die rechtlichen Rahmenbedingungen europaweit verbindlich auf Nachhaltigkeit und Transparenz ausgerichtet (EC 2020; EP 2022). Das vorrangige Ziel der EU lautet, bis 2050 klimaneutral zu sein sowie eine Vielzahl weiterer, ebenfalls meist ökologischer Ziele, zu erreichen. Die Regulatorik ist ein starker Hebel, der begleitet von marktgetriebenen Maßnahmen, beispielsweise über das Finanzwesen (z. B. bei der Kreditvergabe) in der Realwirtschaft Wirkung erreichen kann (Hein et al. 2021)⁵ und auch die Sorge von Greenwashing der marktgetriebenen Ansätze und Kommunikation mildern soll (Parguel et al. 2011). Sowohl langsam wandelnde Rahmenbedingungen, wie durch veränderte Anforderungen der relevanten Akteur*innen, als auch tiefgreifende oder schockartige Störungen, wie die Klimakrise oder die Corona-Pandemie, machen Anpassungs- sowie Wandelungsfähigkeit von Unternehmen oder Systemen erforder-

⁵ Bei der Beurteilung der physischen und transitorischen Risiken der Landwirtschaft im Finanzwesen liegt bisher der Fokus auf den Klima- und Umweltrisiken (Kefer & Stemmler 2024).

lich (Gebhardt & Hempel 2023; Gebhardt & Hellstern 2024a). Landwirtschaftliche Betriebe und andere KMU müssen sich vor auch vor diesem Hintergrund verstärkt auf nachhaltigere Produktionsverfahren und Nachhaltigkeitsmanagementsysteme einstellen (Hannus 2022), aber auch das bisher Geleistete, ihr bisheriges Engagement und ihre Innovationsfähigkeit deutlicher kommunizieren (Böhm et al. 2009; ZNU & Engelmann 2013; Rottwilm & Theuvsen 2016; Fecke et al. 2018).

Das Konzept Nachhaltigkeitsexzellenz. Das Konzept Nachhaltigkeitsexzellenz adressiert genau dieses beiden Ebenen, Performance und Kommunikation (Gebhardt et al. 2019). Exzellenz kennzeichnet sich durch eine herausragende Position oder hervorragende Leistungen, die besser – im Sinn von erfolgreicher – als im Mitwettbewerb realisiert werden. Um sich als innovatives und erfolgreiches Unternehmen oder Branche abzuheben, ist die Kommunikation einer solchen Exzellenz unerlässlich (Brunner und Wagner 2011; Mast 2013). Solche herausragenden – exzellenten – Pionierleistungen der Nachhaltigkeit sind nicht nur im Rahmen von bilateralen Geschäfts- und Kundenbeziehungen bedeutsam, sondern bieten auch für Investoren sowie zunehmend für die kritische Öffentlichkeit wichtige Orientierungshilfen (Döpfner & Schneider 2012; Dietsche 2014; EC 2017; SVRV 2018). Gebhardt et al. (2019) beschreiben dies für die österreichische und deutschen Molkereibranche. Das Verständnis von Exzellenz ist dabei untrennbar mit Nachhaltigkeit verbunden. Ebenso wie das Leitbild Nachhaltigkeit, ist Exzellenz für Unternehmen jedoch kein finales Ergebnis, sondern Teil eines kontinuierlichen und demnach nie endenden Verbesserungsprozesses (Dahlgaard-Park & Dahlgaard 2006). Exzellenz kann in mehreren Bereichen im Unternehmen entstehen; Dahlgaard-Park & Dahlgaard (2006) nennen: (a) Management & Prozesse, (b) Mitarbeiter*innen (people), (c) Partnerschaften und (d) Produkte. Das Verständnis von Nachhaltigkeitsexzellenz ist subjektiv in der Bewertung und relativ im sachlichen, zeitlichen oder personalen Bezugspunkt. Grundlegend kann sich Nachhaltigkeitsexzellenz in drei verschiedenen Ebenen, sogenannten Arenen, entwickeln und wirken: Im Unternehmen selbst (Mikro-Ebene), im marktbezogenen Umfeld der exzellenten Unternehmen (Meso-Ebene) und bezogen auf die Branche und Gesellschaft (Makro-Ebene) (siehe Abbildung 1).

Nachhaltigkeitsexzellenz kann sowohl ein erster Schritt des Unternehmens sein oder auf der Freiwilligkeit des Unternehmens basieren, als auch zum Imagegewinn beitragen oder zur Nachahmung anregen sowie eine umfassende Veränderung der Branche oder umfassende Veränderungen in der Gesellschaft und auf Systemebene bewirken. Entsprechend vielfältig wird Nachhaltigkeitsexzellenz im Projekt NEAL mit dem Drei-Ebenen-Modell verknüpft.

Abbildung 1: Arenen der Nachhaltigkeitsexzellenz im Projekt NEAL



Quelle: Eigene Darstellung.

Prämierungen und Nachhaltigkeitsawards. Nachhaltigkeitswettbewerbe und die durch sie vergebenen Auszeichnungen (Awards) nehmen im Konzept Nachhaltigkeitsexzellenz eine Schlüsselstellung ein: Sie können unternehmerische Nachhaltigkeitsleistungen sichtbar machen und Unternehmen zu weiterem proaktivem Handeln motivieren, sodass Vorreiter motiviert werden, Neues zu erproben und bei Erfolg als Beispielgeber für andere Unternehmen sichtbar werden (Gebhardt & Hellstern 2023). Nachhaltigkeitswettbewerbe, in denen solche besonderen, herausragend nachhaltigen Leistungen („Nachhaltigkeitsexzellenz“) von Unternehmen bewertet und mit der Vergabe eines Awards ausgezeichnet und belohnt werden, gelten als Signal und aufmerksamkeitsstarkes Instrument zur Identifizierung sogenannter Leuchttürme (Gebhardt & Kefer 2018; 2019; 2020; Gebhardt & Fülle 2018; Gebhardt & Wischmann 2017). Nachhaltigkeitsawards sind sowohl als Instrument der Nachhaltigkeitskommunikation als auch der Nachhaltigkeitsbewertung einzuordnen. Dies wird auch unter Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft beobachtet (Gebhardt et al. 2019; 2020).

Nachhaltigkeitswettbewerbe mit hohem Bekanntheitsgrad in Deutschland sind u.a. der Deutsche Nachhaltigkeitspreis und der CSR-Preis der Bundesregierung (Gebhardt & Fülle 2018; Gebhardt & Hellstern 2023). An Landwirt*innen gerichtet ist beispielsweise der CeresAward – Landwirt des Jahres, der in zehn Kategorien an Personen vergeben wird.

Charakterisierung von Awards. Ein Wettbewerb ist nach Gebhardt (2020b) der konzeptionelle und organisatorische Rahmen einer Vergabeinstitution; innerhalb eines Wettbewerbs können eine oder mehrere Preiskategorien ausgelobt werden. Wettbewerbe zeichnen sich ins-

besondere dadurch aus, dass aus einem Feld mit mehreren konkurrierenden Teilnehmenden, die das Bestreben haben, die beste Leistung in einem bestimmten Gebiet zu erzielen, nur Einzelne – oder einige wenige – als Siegende ermittelt und mit einem Preis (*engl.* Award) geehrt werden (Gebhardt 2018a). Dies wird auch als „künstlicher“ oder „außerökonomischer“ Wettbewerb bezeichnet (Binswanger 2010; Tauschek 2013), da er von einem evolutorischen Wettbewerb im Rahmen der freien Marktkräfte zunächst entkoppelt ist. Preiskategorien stellen dabei die unterschiedlichen Sparten eines Wettbewerbs dar. Diese richten sich an unterschiedliche Zielgruppen oder greifen bestimmte Themen auf, für die ein Preis vergeben wird. Der Wettbewerb kann somit gesamt oder in Teilen an Unternehmen gerichtet sein und dabei deren Strategie, Performance oder einzelne Produkte, Projekte oder Personen bewerten. Siegende (Preisträger*innen) sind Teilnehmende eines Wettbewerbs oder dessen Sparten, die als Beste ausgewählt und mit einem Award ausgezeichnet werden. Mehrere Gewinnstufen oder die Mehrfachbelegung einer Gewinnstufe sind dabei möglich. Ein Award ist letztlich das Symbol der Bestplatzierung, dies kann in einer Trophäe, Urkunde oder auch mit einer Dotierung materialisiert werden (Gebhardt 2016). Nachhaltigkeitsawards (NHA) sind durch die thematische Ausrichtung von anderen Awards abgegrenzt. Die zugrunde gelegten Kriterien orientieren sich am Leitbild und den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung (UN 2015; Gebhardt & Hellstern 2024a).

Wesentliches Kennzeichen eines (Nachhaltigkeits-)awards ist dessen Exklusivität, die sich aus dem Wettbewerbscharakter ergibt: Nicht jede oder jeder kann einen Preis erhalten, auch wenn sie oder er es gerne möchte. Mit einem Award wird eine Einzelne/ein Einzelner beziehungsweise werden einige wenige aus einer Vielzahl von Teilnehmenden an einem Wettbewerb hervorgehoben, da diese die zugrunde gelegten Kriterien des Wettbewerbs besser als andere erfüllen. Vor allem durch diesen Wettbewerbscharakter heben sich Nachhaltigkeitsawards von anderen Auszeichnungsformen und Bewertungssystemen, wie Zertifizierungen oder Ratings, ab (Gebhardt 2016; 2024). Die Erst- und Bestplatzierten in Nachhaltigkeitswettbewerben werden durch die Vergabeinstitution der Öffentlichkeit vorgestellt, zudem informieren sie zu meist zusätzlich selbst über einen erhaltenen Preis. Die Kommunikation durch die Vergabeinstitution ist systemimmanent. Oft wird in feierlichem Rahmen die Verleihung eines Preises zelebriert und die Besten damit in einer Form geehrt, die das Exklusive und Werthaltige dieser Auszeichnung symbolisch hervorheben soll (Gebhardt 2016).

Herausforderungen von KMU und Nachhaltigkeit. Kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) wird ein großes Potenzial zugesprochen, die eigene Nachhaltigkeit zu steigern sowie eine wichtige Rolle im Rahmen der Nachhaltigkeitstransformation einzunehmen (Aragón-Correa et al. 2008; Graafland & Smid 2016; Stubbs et al. 2023). KMU prägen außerdem zahlenmäßig die deutsche Unternehmenslandschaft und sie sind typisch für landwirtschaft-

liche Betriebe (Statistisches Bundesamt 2023). Stubbs et al. (2023) stellen bei KMU Zugangs- und Wissenslücken fest, wie Nachhaltigkeitsstrategien umgesetzt werden können, die nach Johnson & Schaltegger (2015) in KMU größer sind als in Großunternehmen. Hannus (2022) beschreibt, dass Managementstandards zur Verbesserung der Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft bisher nur in geringem Maße angeboten und genutzt werden.

Insbesondere kleine Unternehmen des Agrarsektors haben damit einen in mehrfacher Hinsicht erschwerten Zugang zu Nachhaltigkeitsexzellenz und Nachhaltigkeitswettbewerben. Dies zeigt sich auch in folgenden Punkten:

- *Green- bzw. CSR-Hushing*: Innovationen und Nachhaltigkeitsengagement landwirtschaftlicher Unternehmen sind in der Öffentlichkeit, auch für Vergabeinstitutionen, wenig sichtbar (König et al. 2012; Hannus 2022; Scheungraber 2023). KMU befürchten zudem im höheren Maße unter einen Greenwashing-Verdacht gestellt zu werden (Gebhardt 2016; Gebhardt & Fülle 2018). Gegenüber anderen Ländern, beispielsweise Österreich, ist die Teilnahme an Wettbewerben in Deutschland eher zurückhaltend (Gebhardt et al. 2020).
- *Limitierte Ressourcen*: Für Unternehmen ist es generell herausfordernd, Überblick über Nachhaltigkeitswettbewerbe zu finden oder aufgrund zeitlicher und personeller Limitationen Zugang zu Awards zu erlangen, dies berichten insbesondere KMU (Gebhardt & Fülle 2018; Gebhardt & Hellstern 2024a).
- *Limitierte Zugänge*: Es gibt nur wenige Nachhaltigkeitswettbewerbe, deren Kriterien explizit auf die Nachhaltigkeit kleinerer Unternehmen oder auf den Wirtschaftszweig der Agrar- und Landwirtschaft zugeschnitten sind (Gebhardt & Hellstern 2024a).

„**Versteckte Leuchttürme**“. Im Hinblick auf die Transformation der Agrar- und Ernährungswirtschaft zu einer in ökologisch, ökonomisch und sozialer Hinsicht nachhaltigeren Wirtschaftsweise kommt es somit zu Marktversagen: aus der Praxis entstandene landwirtschaftliche Innovationen und Aktivitäten (bottom-up) mit Beispielcharakter bleiben für Gesellschaft und mögliche privatwirtschaftliche Investoren und öffentliche Förderprogramme zu wenig sichtbar, was wiederum zu einer relativen Benachteiligung dieser Innovationen und Aktivitäten führen kann. In diesem Sinne sind „versteckte Leuchttürme“ im Projekt NEAL gemeint. Eine bessere Einbindung nachhaltiger Innovationen aus dem Alltag, der „Mikro-Nachhaltigkeit“, landwirtschaftlicher Betriebe und kleiner Bearbeitungsunternehmen in Deutschland kann somit dieser Form von Marktversagen entgegenwirken und einen wichtigen Beitrag zur Mobilisierung privater und öffentlicher Finanzierungsströme für eine nachhaltige Transformation leisten (Gebhardt & Hellstern 2023).

1.3 Aufbau des Berichts

Der vorliegende Projektbericht ist in zehn Teile gegliedert. Die Ziele und Erwartungen werden in Kapitel 2 beschrieben. Der Projektaufbau von NEAL mit fünf Arbeitspaketen wird in Kapitel 3 erläutert und mit den gewählten Methoden hinterlegt. Die Ergebnisse werden in drei Kapiteln vorgestellt: Kapitel 4 zeigen die Ergebnisse zum CSR-Award Finder und Kapitel 5 die Ergebnisse aus den empirischen Erhebungen zur exzellenten Mikro-Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft. In Kapitel 6 wird die Rolle von Nachhaltigkeitsexzellenz und einer Nachhaltigkeits-transformation in der Landwirtschaft diskursiv anhand der Erkenntnisse aus dem Expert*innen-Workshop zur Anschlussfähigkeit in Förderkonzepten des Sustainable Finance sowie in außerökonomischen Wettbewerben dargelegt. Kapitel 7 schließt mit einem Fazit. Dem fachlichen Bericht folgt eine Projektreflektion in Kapitel 8. Im Anhang sind alle Ergebnisse der Erhebungen und Analysen zusammengestellt.

2 Ziele und Erwartungen

Zielsetzung des Projekts. Ziel des Gesamtprojekts NEAL ist, den Zugang zu Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsexzellenz für kleine Unternehmen, insbesondere landwirtschaftliche Unternehmen (LW) zu verbessern, indem das Bewusstsein für nachhaltige Wirtschaftsweisen (a) in die Breite der landwirtschaftlichen Betriebe und Wertschöpfungsketten getragen und fest im unternehmerischen Alltag verankert wird, (b) eingehendere Kenntnisse über die vielfältigen nachhaltigen Wirtschaftsweisen landwirtschaftlicher Betriebe erworben werden, welche bisher nur unzureichend durch Wettbewerbe der Nachhaltigkeitsexzellenz gewürdigt werden und (c) Anstöße für Geber und Förderereinrichtungen zu liefern, anhand derer die Bewertung und Auszeichnung exzellenter Nachhaltigkeit auf Ebene der landwirtschaftlichen Produktion weiterentwickelt werden kann, damit (d) Investitionen und Finanzströme verstärkt auf diese Aspekte einer nachhaltigen Transformation des Agrar- und Ernährungssektors aufmerksam werden (Sustainable Finance).

Forschungsaktivitäten. Diese Ziele sollen im Rahmen des Projektes durch folgende Forschungsaktivitäten adressiert werden:

- Crowd-Screening von Award-würdigen Nachhaltigkeitsleistungen des Alltags ("Mikro-Nachhaltigkeit") in landwirtschaftlichen Unternehmen in Deutschland: landwirtschaftliche Unternehmer*innen werden im Rahmen des Projektes aufgerufen, Beispiele für nachhaltige Innovationen aus ihrem Betriebsalltag zu benennen und an die Universität Hohenheim zusenden.
- Entwicklung und Implementierung eines webbasierten Nachhaltigkeitsawards-Finders: auf Basis der bereits im Arbeitskreis BEST vorliegenden Daten soll ein leicht zugängliches, interaktives Internetportal entwickelt werden, welches die Selbstselektion in einen bestimmten Wettbewerb erleichtert. Ein erster Schritt erfolgt im vorliegenden Projekt entsprechend der Anforderungen von kleinen bzw. landwirtschaftlichen Unternehmen.
- Award-Matching und Clusterbildung für zukünftige Förderung von Nachhaltigkeitsexzellenz landwirtschaftlicher Unternehmen in Rahmen von Wettbewerben, nachhaltiger Finanzierung oder weiteren Ansätzen: dieser Teil des Forschungsprojektes umfasst die statistische Auswertung und Zusammenführung der erhobenen Daten aus dem Crowd-Screening und den bereits im Arbeitskreis BEST vorliegenden Daten zu bestehenden Nachhaltigkeitswettbewerben im deutschen Agrar- und Ernährungssektor.

Vorarbeiten. Das Projekt NEAL schließt an die umfassenden Vorarbeiten und Studien der Antragstellerin zu Nachhaltigkeitsexzellenz und Nachhaltigkeitswettbewerben in der Agrar- und Ernährungswirtschaft an. Hierbei wurde ein detaillierter Einblick in die Intention und Vergabepraxis der Geber sowie in die Bedeutung und perzipierten Effekte von Awards bei Nehmern und in der Öffentlichkeit gewonnen. Zuletzt verdeutlichten die Ergebnisse des von der Edmund Rehwinkel-Stiftung der Rentenbank geförderten Expert*innenworkshops „Möglichkeiten und Ansätze zur Qualitätssicherung von Nachhaltigkeitsawards für Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft“ im November 2020 die Erfordernisse nach verbessertem Zugang und Sichtbarkeit von hochwertigen Nachhaltigkeitswettbewerben, sowie die vereinfachte Einbeziehung kleiner Unternehmen in die Bewertung und Hervorhebung von herausragenden Nachhaltigkeitsleistungen (Gebhardt 2020b). Ein interaktiver Award-Finder für unternehmerische Nachhaltigkeitsleistungen fehlt bislang in Deutschland und ist aus Sicht der Expert*innen ein wegweisender Ansatz für einen verbesserten Zugang für Unternehmen.

Relevanz der Studie. Die vorliegende Studie ist ein wesentlicher Baustein für die zukünftige Weiterentwicklung hochwertiger Nachhaltigkeitswettbewerbe und deren Sichtbarkeit, der Formulierung von Leitlinien für hochwertige Nachhaltigkeitswettbewerbe sowie der Weiterentwicklung von Bewertungsansätzen und Sichtbarkeit für Nachhaltigkeitsexzellenz in der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Weitere zukünftige Projekte und Studien können dies in den Blick nehmen und auf die vorliegenden Ergebnisse aufbauen. Der webbasierte Nachhaltigkeitsaward-Finder könnte in Zukunft weiter gepflegt und als unabhängige Einrichtung verstetigt werden. Eine entsprechende Verstetigung außerhalb der Universität Hohenheim wurde mit Abstimmung des Projektmittelträgers und der Universitätsverwaltung vorbereitet. Eine integrierte webbasierte Lösung auf Basis maschinellen Lernens (KI) könnte die Anwendungsmöglichkeiten und die Effektivität des Nachhaltigkeitsaward-Finders dabei in Zukunft noch weiter optimieren (siehe Abbildung 2).

3 Projektaufbau, Arbeitspakete und Methoden

3.1 Überblick über den Projektaufbau

Um die Projektziele zu erreichen (siehe Kapitel 2) sind die Forschungsaktivitäten des Projektes NEAL in vier Arbeitspaketen (AP) unterteilt:

- Arbeitspaket 1: Crowd Screening
- Arbeitspaket 2: Clusterbildung
- Arbeitspaket 3: Award-Matching
- Arbeitspaket 4: Award-Finder

Die vier Arbeitspakete beziehen sich auf zwei Schwerpunkte des Projekts, (1) das Crowd-Screening der „Mikro-Nachhaltigkeit“ unter Landwirt*innen und Verbänden sowie (2) die Entwicklung eines webbasierten Award-Finders. Die vier Arbeitspakete gehen dafür thematisch und methodisch in einander über, teilweise bauen sie aufeinander auf. Ein Projektbeirat sowie ein Workshop mit ausgewählten externen Expert*innen begleiteten die Forschungstätigkeiten. Das Arbeitsprogramm, die angewandten Methoden und Teilnehmenden werden nachfolgend entlang der Struktur der Arbeitspakete (AP) für wichtige Elemente beschrieben. Der Projektaufbau ist in Abbildung 2 zusammengefasst.

Abbildung 2: Projektaufbau und Arbeitspakete (AP) in NEAL



Quelle: Eigene Darstellung.

3.2 Crowd-Screening „Mikro-Nachhaltigkeit“ (AP1)

Zur Visualisierung nachhaltiger Aktivitäten und Innovationen in der deutschen Landwirtschaft („Mikro-Nachhaltigkeit“) wurde im Zeitraum 12. Mai 2022 bis 4. Juli 2022 eine Doppelerhebung durchgeführt. Die Online-Befragungen richteten sich zum einen an Landwirt*innen und zum anderen an deren Verbände. Die beiden Gruppen wurden durch zwei separate, semantisch an die Gruppen angepasste und inhaltlich übereinstimmende Fragebögen adressiert. Die Vorbereitungen, das Erhebungsdesign und die Durchführung der Befragungen sowie die Charakterisierung der Stichproben werden in den folgenden Abschnitten beschrieben.

3.2.1 Entwicklung der Beurteilungskriterien von „Mikro-Nachhaltigkeit“

In den letzten Jahren wurden sowohl verschiedene Definitionen zur Beurteilung einer nachhaltigen Landwirtschaft vorgelegt (siehe Kapitel 1), als auch mehrere Methoden, Instrumente und Indikatoren entwickelt, die Landwirt*innen oder ihren Stakeholdern und Partner*innen entlang der Wertschöpfungsketten die Möglichkeit bieten, ihre Betriebe oder Produkte entsprechend zu bewerten und zu vergleichen. An Unternehmen aller Wirtschaftszweige richten sich außerdem allgemeine Nachhaltigkeitsbewertungsansätze bzw. -leitlinien, die grundlegend für landwirtschaftliche Betriebe ebenfalls anwendbar sind. Manche haben auch für einzelne Branchen angepasste Ergänzungen entwickelt: Beispielsweise bietet der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) einen Branchenleitfaden Weinbaubetriebe (Roller & Palmes 2020) und einen Branchenleitfaden Ernährungsindustrie (RNE & BVE 2022) an. Weitere Ansätze oder Leitlinien beschreiben eine Nachhaltigkeitsmetrik auf Systemebene. Im Projekt NEAL wurden mittels Internetrecherche sowie aus vorangegangenen Studien (z.B. Gebhardt & Kefer 2019; Brüggemann et al. 2018) vier landwirtschaftliche und drei allgemeine, nicht-landwirtschaftsbezogene Nachhaltigkeitsbewertungsansätze identifiziert, aus denen in den Dimensionen Ökologie – Soziales – Governance – Wirtschaft geeignete Parameter ausgewählt wurden, um die in den Online-Befragungen von Landwirt*innen und Verbänden beschriebenen nachhaltige Tätigkeiten der landwirtschaftlichen Betriebe umfassend einzuordnen.

In Tabelle 1 sind die im Projekt NEAL ausgewählten sieben Ansätze und ihre Kategoriensysteme angeführt. Eine erste Sichtung verdeutlicht: Die Ansätze weisen eine unterschiedliche Tiefe und Vielfalt an Kriterien und Indikatoren auf. Beispielsweise unterscheidet die FAO in ihrem globalen Ansatz SAFA zwischen 21 Themen, 58 Unterthemen sowie Indikatoren. Bei den globalen Nachhaltigkeitszielen (SDG) der UN werden 17 Nachhaltigkeitsziele und 169 Unterziele benannt sowie verschiedene globale und nationale Indikatoren-Sets gebildet. Im DLG-Standard „Nachhaltige Landwirtschaft“ greifen je nach Stufe zwischen sieben bis 21 Indikatoren.

Tabelle 1: Überblick über die analysierten Nachhaltigkeitsbewertungsansätze

Instrument / NH-Ansatz	Initiator	Kurzbeschreibung	Anzahl der Kategorien
Landwirtschaftsbezogene Nachhaltigkeitsbewertungsansätze			
SAFA	FAO	SAFA (Sustainability Assessment of Food and Agriculture Systems) ist ein globaler, ganzheitlicher Ansatz für eine Nachhaltigkeitsbewertung der landwirtschaftlichen und Lebensmittel-Wertschöpfungsketten. Der erste Entwurf des Nachhaltigkeitsrahmen wurde 2009 erstellt. Die Testversion 1.0 wurde im Jahr 2012 veröffentlicht, der Entwurf der SAFA-Leitlinie (2.0) folgte 2013 und nach einer Überprüfung wurde der SAFA-Leitfaden (Version 3.0) erstellt. Die Zielgruppe sind alle Organisationen, Unternehmen und weitere Interessensgruppen, die an landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten beteiligt sind.	4 Dimensionen der Nachhaltigkeit 21 Themen 58 Unterthemen
RISE	HAFL Bern	Das Modell RISE (Response-Inducing Sustainability Evaluation) dient zur Erfassung von Nachhaltigkeit auf Betriebsebene der landwirtschaftlichen Produktion. Das Modell wurde im Jahr 2000 entwickelt und findet seither international Anwendung.	10 Themen 48 Indikatoren
DLG „Nachhaltige Landwirtschaft“	DLG	Der DLG-Standard „Nachhaltige Landwirtschaft“ bewertet, dokumentiert und fördert eine nachhaltige Landwirtschaft. Es wird zwischen drei Stufen (Bronze, Silber und Gold) unterschieden.	4 Dimensionen Bronze: 7 Indikatoren Silber: 11 Indikatoren Gold: 21 Indikatoren
KSNL	Thüringer Landesanstalt für Landwirtschaft	Das „Kriteriensystem nachhaltige Landwirtschaft“ (KSNL) setzt sich aus den vier Modulen „Kriterien umweltverträglicher Landwirtschaft“ (1994), „Kriterien wirtschaftsverträglicher Landwirtschaft“ (2000), „Kriterien sozialverträglicher Landwirtschaft“ (2000) und „Kriterien tierverträglicher Landwirtschaft“ (2014) zusammen. Das System dient der Bewertung der Nachhaltigkeit landwirtschaftlicher Betriebe.	4 Kriterienmodule 34 Kategorien 82 Prüfkriterien
Allgemeine Nachhaltigkeitsbewertungsansätze / Leitlinien			
SDG	UN	Die „Sustainable Development Goals“ wurden im Jahr 2015 im Rahmen der „2030 Agenda for Sustainable Development“ veröffentlicht. Die Ziele richten sich an Wissenschaft, Privatwirtschaft, die Zivilgesellschaft und Regierungen weltweit.	17 globale Nachhaltigkeitsziele 169 Unterziele Global: 231 Indikatoren EU: 100 Indikatoren D (DNS): 75 Indikatoren
GRI	GRI	Die GRI-Standards (Global Reporting Initiative) dienen der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes. Zielgruppe sind Organisationen aller Branchen, Größen und Standorte.	33 Standardmodule Ca. 120 Indikatoren
DNK	RNE	Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) unterstützt Unternehmen bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Der DNK wurde im Jahr 2010 entwickelt und wird laufend weiterentwickelt.	20 Kriterien 45 Leistungsindikatoren

Legende: NH - Nachhaltigkeit

Quelle: Eigene Darstellung basierend auf BFH & HAFL (2022), Breitschuh et al. (2019a; 2019b), Bundesregierung (2021), StBa (n.d.), Deutscher Nachhaltigkeitskodex (n.d.; 2022), DLG (n.d.), GRI (2015), FAO (2014).

Tabelle 2: Beispielhafte Leerstellen in den Nachhaltigkeitsparameter der Bewertungsansätze

Instrument / NH-Ansatz	Kriterien-Beispiel 1	Kriterien-Beispiel 2
	„Wassernutzung, -qualität & -schutz“	„Aus- und Weiterbildung“
SAFA	„Wasser“	/
RISE	„Wassernutzung“	/
DLG „Nachhaltige Landwirtschaft“	„Wasserschutz“	„Aus- und Weiterbildung“
KSNL	/	„Qualifikation“
SDG	„Leben unter Wasser“ „Sauberes Wasser und Sanitär-einrichtungen“	„Hochwertige Bildung“
GRI	„Wasser“ „Abwasser und Abfall“	/
DNK	/	„Qualifizierung“

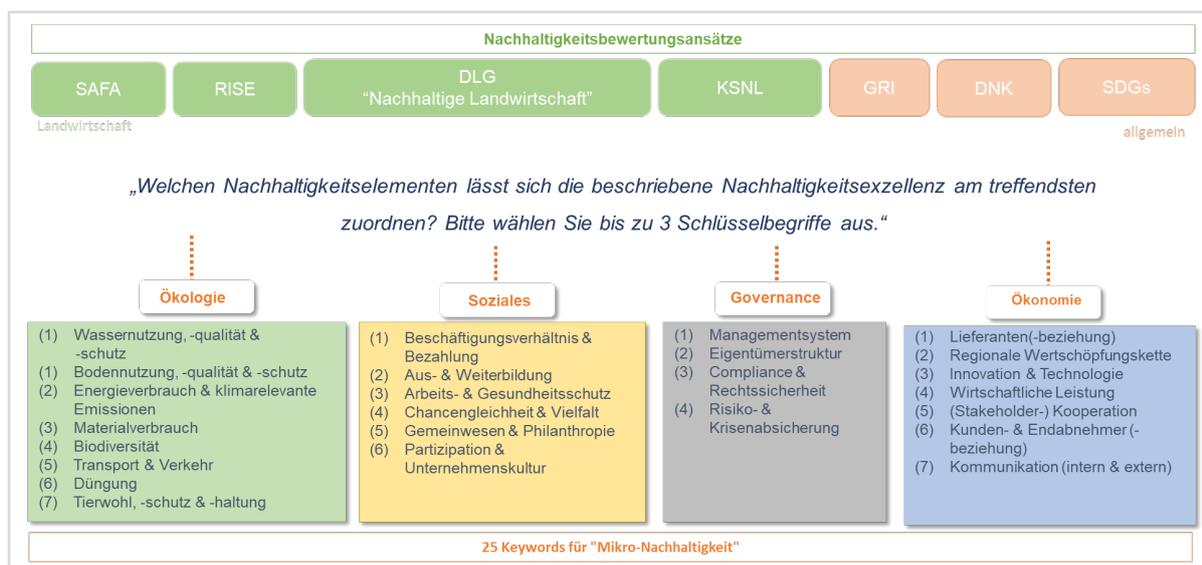
Legende: NH – Nachhaltigkeit; „/“ – Leerstellen

Quelle: Eigene Darstellung basierend auf BFH und HAFL (2022), Breitschuh et al. (2019a; 2019b), Bundesregierung (2021), Deutscher Nachhaltigkeitskodex (n.d.; 2022), DLG (n.d.), GRI (2015), FAO (2014).

Auch in der Vielfalt unterscheiden sich die Ansätze, wie in Tabelle 2 beispielhaft für den ökologischen Nachhaltigkeitsparameter „Wassernutzung, -qualität & -schutz“ sowie den sozialen Nachhaltigkeitsparameter „Aus- und Weiterbildung“ illustriert wird. Es ist ein Bild, wie es sich auf der obersten Ebene der Kategorien der Nachhaltigkeitsbewertungsansätze zeichnet. Es zeigt neben einer Vielfalt der Nachhaltigkeitsparameter und gewählten Begriffe, auch die Leerstellen („/“) bei mehreren Ansätzen.

Für ein möglichst umfassendes Kriterienset zur Beurteilung von Mikro-Nachhaltigkeit der Landwirtschaft im Projekt NEAL aus Sicht der Probanden wurden daher in mehreren Sichtungen und einem induktiv-deduktiven Vorgehen aus allen in Tabelle 1 angeführten Ansätzen insgesamt 25 Nachhaltigkeitsparameter in vier Dimensionen ausgewählt (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Nachhaltigkeitsbewertungsansätze zur Beurteilung von Mikro-Nachhaltigkeit



Quelle: Eigene Darstellung.

3.2.2 Identifizierung der Zielgruppen

Landwirt*innen. Die Agrarstruktur und Betriebszahlen landwirtschaftlicher Betriebe in Deutschland wurden anhand der Zahlen der Agrarerhebung 2020 (StBA 2020) erfasst und die Ausrichtung der Betriebe sowie weitere Merkmale (z.B. Betriebsgröße, Rechtsform, Verteilung nach Bundesländern oder Ökolandbau) ermittelt. Dies wird in Abschnitt 3.2.5 (siehe Tabelle 4) der Stichprobe Landwirt*innen gegenübergestellt.

Landwirtschaftsnahe Verbände. Außerdem wurden landwirtschaftsnahe Verbände in Deutschland in der Datenbank „verbaende.com“ identifiziert sowie mit einer systematischen Internetrecherche ergänzt. Hierfür wurden Schlagworte und Schlagwortkombinationen aus drei Feldern mit Agrarbezug herangezogen. Kombinationen waren beispielsweise „Verband Landwirt Bio“, „Verband Landwirt Obstbau“ oder „Verband Landwirt Erneuerbare Energien“. Insgesamt wurden 564 landwirtschaftsnahe Verbände identifiziert, charakterisiert und zur Verbreitung der Online-Erhebungen eine Adressliste erstellt. Die Charakterisierung nach regionaler Zuständigkeit, Agrarbezug sowie Bundesland wird in Abschnitt 3.2.5 (siehe Tabelle 5) der Stichprobe Verband gegenübergestellt.

3.2.3 Identifizierung von Nachhaltigkeitsawards an die Landwirtschaft

Nachhaltigkeitsawards, die sich gezielt an landwirtschaftliche Betriebe richten, wurden entsprechend dem Vorgehen in Gebhardt (2020) identifiziert und ausgewählt. Hierfür wurden in einer freien Internetsuche Schlagworte und -kombinationen aus den drei Feldern Nachhaltigkeitsbezug, Auszeichnungsform sowie Agrarbezug herangezogen (siehe Tabelle 3) und in der Internetsuchmaschine Google bis jeweils 250 Treffer erfasst.

Tabelle 3: Schlagworte für die Sammlung von Nachhaltigkeitsawards in der Landwirtschaft

Auszeichnungsform	Nachhaltigkeitsbezug	Agrarbezug
Award	Nachhaltigkeit	Agrar
Preis	CSR	Landwirt
Auszeichnung	Verantwortung	Bauer

Quelle: Eigene Darstellung.

Außerdem wurden die Ergebnisse mit mehreren Listen abgeglichen, darunter

- Listung von Förderpreisen im Agrarbereich auf dem agrar-jobportal (<https://www.agrar-jobportal.de/foerderpreise.html>),
- Wettbewerbe für (Bio-) Landwirt*innen auf oekolandbau.de (<https://www.oekolandbau.de/landwirtschaft/betrieb/wettbewerbe/>),

- Agrar-Förderpreise (Wettbewerbe) im Agrar-Lexikon von Proplanta (<https://www.proplanta.de/Agrar-Lexikon/Agrar-F%F6rderpreise+%28Wettbewerbe%29-II1253637853.html>) sowie
- Liste „Taten für morgen“ des Rats für Nachhaltige Entwicklung (RNE) (<https://www.tatenfuermorgen.de/mitmachen/weitere-wettbewerbe/>).

Nach einer Bereinigung von Mehrfachnennungen und Eliminierung nicht relevanter Awards, die nicht in Deutschland und nicht an landwirtschaftliche Betriebe vergeben werden oder wenn es sich nicht um einen Nachhaltigkeitswettbewerb handelte, gingen 20 landwirtschaftsbezogene Awards in die vorhandene Sammlung von rund 150 Nachhaltigkeitswettbewerbe von Gebhardt (2020) ein. Hieraus wurden im Projekt NEAL eine Auswahl besonders häufig in Google gelisteter Awards gezogen. Diese waren in den Online-Befragungen unter Landwirt*innen und Verbände nach Bekanntheit und Reputation von den Befragten zu bewerten. Außerdem wurden alle Awards in Profilblättern charakterisiert und in der Datenbank des CSR-Award Finders aufgenommen (siehe Kapitel 3.4).

3.2.4 Online-Befragungen Landwirt*innen und Verbände

In einer anschließenden Doppelerhebung wurden im Frühjahr 2022 deutschlandweit

- Landwirt*innen (Umfrage A) sowie
- Verbände (Umfrage B)

zum Thema Mikro-Nachhaltigkeit befragt. Beide Online-Umfragen enthielten dieselben Leitthemen. Die Frageformulierungen wurden thematisch und semantisch an die jeweilige Gruppe angepasst. Der Fragebogen unterteilt sich in fünf Abschnitte, (a) den Unternehmensdaten und der Entwicklungsstufe der nachhaltigen Unternehmenstätigkeit, (b) einer beispielhaften herausragenden Nachhaltigkeitsaktivität (Beschreibung im Freitext und Zuordnung zu Schlüsselwörtern in mehreren Bereichen), (c) der Bedeutung von Nachhaltigkeitsawards, (d) den Treibern und Hemmern der nachhaltigen Unternehmenstätigkeit in der Landwirtschaft und (e) der Bekanntheit und dem Interesse an bestimmten Nachhaltigkeitsawards. Insgesamt waren 33 (Verband: 30) Fragen zu beantworten, darunter offene Fragen und skalierte Fragen bzw. Fragen mit Mehrfach- oder Einfachauswahl.

Der Aufbau und die Fragen in der Umfrage unter den Landwirt*innen (Umfrage A) und den Verbänden (Umfrage B) stimmen inhaltlich weitgehend überein. Sie sind in der Formulierung angepasst an die jeweilige Zielgruppe. Verbände sollten die Auswahl und Beschreibung einer beispielhaften herausragenden Nachhaltigkeitsaktivität bezogen auf einen landwirtschaftlichen Betrieb aus ihrem Mitgliederkreis benennen und diesen beschreiben. Landwirtschaftliche Betriebe bezogen dies auf ihre eigenen Aktivitäten.

Die beiden Online-Befragungen wurden mit der Software Unipark programmiert. Nach einem Pretest im Kolleg*innenkreis des Forschungsteams und unter Studierenden des Studiengangs Agrarwissenschaften der Universität Hohenheim im Mai 2022, wurden die Fragebögen mit dem Projektbeirat besprochen und die Kommunikationsstrategie zur Verteilung der Umfrage an die Landwirt*innen abgestimmt.

Die Verteilung des Umfrage-Link erfolgte im Falle der Online-Befragung der Landwirt*innen (Umfrage A) über deren Verbände, die gleichzeitig neben der Verteilung an ihre Mitglieder, selbst zur Teilnahme an der Verbandsbefragung (Umfrage B) eingeladen wurden. Unterstützt wurde die Anfrage mit vorbereitetem Informationsmaterial, das von den Verbänden frei verwenden werden konnten, um den Aufruf zur Teilnahme über ihre Kanäle (z.B. Newsletter, Mitgliederbriefe, Internetpräsenz, Social Media) zu stützen. Die Befragungen unter Landwirt*innen und Verbänden waren im Zeitraum vom 12.05.2022 bis 04.07.2022 online.

3.2.5 Beschreibung der Stichproben der Online-Befragungen

Online-Befragung der Landwirt*innen (Umfrage A). Das initiale Sample der Landwirt*innen umfasst 575 Fällen. Aus diesem Sample wurden zunächst alle Fälle entfernt, die nicht in der Land-, Forstwirtschaft oder dem Gartenbau tätig sind ($n=27$) und die Fälle, die diese Frage zu ihrem Tätigkeitsfeld nicht beantwortet ($n=0$) oder bei dieser Frage die Befragung beendet haben ($n=36$). Anschließend wurden alle Fälle entfernt, die den Fragebogen in weniger als 5 Minuten beantwortet haben ($n=169$). Jeder Fall mit unklarer Dauer wurde einzeln überprüft und bei Bedarf entfernt ($n=9$ Fälle). Abschließend wurden jene Fälle entfernt, die die Befragung nach wenigen Fragen beendet haben, einzeln überprüft. Dadurch wurden elf weitere Fälle identifiziert. Der bereinigte Datensatz umfasst 310 Fälle. Diese Stichprobe wird im Folgenden beschrieben.

Die befragten Landwirt*innen wirtschaften überwiegend im Haupterwerb (66,9%); 32,0 Prozent der Betriebe sind im Nebenerwerb tätig (siehe Tabelle 4). Die Anzahl der Beschäftigten in den Unternehmen liegt größtenteils zwischen 1 und 9 Mitarbeiter*innen (87,9 %). 7,5 Prozent der Unternehmen beschäftigen zwischen 10 und 49 Mitarbeiter*innen und ein 1,1 Prozent der Unternehmen beschäftigen über 250 Mitarbeiter*innen. Der Anteil der ökologisch wirtschaftenden Unternehmen liegt bei 46,1 Prozent und der Anteil der konventionell wirtschaftenden Unternehmen bei 43,6 Prozent. 5,4 Prozent der Unternehmen befinden sich in der Umstellung auf eine ökologische Wirtschaftsweise und 3,2 Prozent bewirtschaften einen Teil ihres Unternehmens ökologisch. Die am häufigsten vertretenen Bundesländer sind Bayern (44,2% der Befragten), Baden-Württemberg (14,7%) und Niedersachsen (13,0%). Keines der befragten Unternehmen hat seinen Standort in Bremen oder Berlin (siehe Anhang B1).

Tabelle 4: Beschreibung der befragten Landwirt*innen

Landwirt*innen (LW) (Umfrage A)		Gesamt LW (N = 310)		darunter				Deutschland 2020	
				Bio- Betriebe (N=129)		Konvention- elle Betriebe (N=122)			
		N	%	N	%	N	%	N	%
Betriebsform	Haupterwerb	188	66,9	80	62,0	89	73,0	99184	43,5
	Nebenerwerb	90	32,0	49	38,0	33	27,0	129075	56,5
	Keine Angabe / nicht bekannt	3	1,1	0	0,0	0	0,0	-	-
Beschäftigte (Anzahl)	1 - 9	246	87,9	116	89,9	106	86,9	252970	96,0
	10 - 49	21	7,5	7	5,4	14	11,5	10480	4,0
	50 - 249	0	0,0	0	0,0	0	0,0	-	-
	250 und mehr	3	1,1	2	1,6	0	0,0	-	-
	Keine Angabe / nicht bekannt	10	3,6	4	3,1	2	1,6	-	-
Bewirtschaftung*	Konventionell	122	43,6	0	0,0	122	100,0	236643	90,1
	Ökologisch	129	46,1	129	100,0	0	0,0	26133	9,9
	Teilbetrieb ökologisch	9	3,2	0	0,0	0	0,0	-	-
	In Umstellung auf ökologisch	15	5,4	0	0,0	0	0,0	-	-
	Keine Angabe / nicht bekannt	5	1,8	0	0,0	0	0,0	-	-
Bundesland	Baden-Württemberg	34	14,7	10	9,8	16	18,2	39085	14,9
	Bayern	102	44,2	61	59,8	26	29,5	84756	32,3
	Brandenburg	6	2,6	4	3,9	1	1,1	5413	2,1
	Hessen	15	6,5	7	6,9	4	4,5	15128	5,8
	Mecklenburg- Vorpommern	2	0,9	0	0,0	1	1,1	4784	1,8
	Niedersachsen	30	13,0	8	7,8	18	20,5	35348	13,5
	Nordrhein- Westfalen	11	4,8	5	4,9	3	3,4	33611	12,8
	Rheinland-Pfalz	9	3,9	2	2,0	6	6,8	16040	6,1
	Saarland	1	0,4	0	0,0	1	1,1	1094	0,4
	Sachsen	3	1,3	1	1,0	2	2,3	6500	2,5
	Sachsen-Anhalt	5	2,2	2	2,0	1	1,1	4344	1,7
	Schleswig-Holstein	9	3,9	1	1,0	6	6,8	12194	4,6
	Thüringen	2	0,9	1	1,0	1	1,1	3708	1,4
	Stadtstaaten (alle)	2	0,9	0	0,0	2	2,3	771	0,3
Nachhaltigkeits- zertifizierung**	Ja, nachgedacht	51	18,3	23	18,0	24	20,0	-	-
	Ja, ist bereits einmal zertifiziert	15	5,4	12	9,4	2	1,7	-	-
	Ja ist bereits mehrfach zertifiziert	12	4,3	6	4,7	6	5,0	-	-
	Nein, noch nie	181	65,1	78	60,9	79	65,8	-	-
	Keine Angabe / nicht bekannt	19	6,8	9	7,0	9	7,5	-	-

Legende: * Die Agrarstatistik für Deutschland weist Werte für die beiden Gruppen ökologisch und konventionell wirtschaftende Betriebe aus. ** Es liegen keine deutschlandweiten Repräsentativdaten zu Nachhaltigkeitszertifizierungen in der Landwirtschaft vor.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022. Deutschland: StBA (2020).

Über Nachhaltigkeitszertifizierungen (z.B. DLG Zertifikat „Nachhaltige Landwirtschaft“) haben 18,3 Prozent der befragten Landwirt*innen nachgedacht; 5,4 Prozent sind bereits einmal und 4,3 Prozent bereits mehrfach mit einem Nachhaltigkeitsstandard zertifiziert. Die Mehrheit der befragten Landwirt*innen (65,1%) hat sich jedoch noch nie mit Nachhaltigkeitszertifizierungen befasst: Bei den befragten Bio-Betrieben sind dies 60,9 Prozent und bei den befragten konventionell wirtschaftenden Betrieben 65,8 Prozent.

Online-Befragung der Verbände (Umfrage B). Das initiale Sample der Verbände umfasst 109 Fälle. Aus diesem Sample wurden zunächst alle Verbände eliminiert, die sich nicht auf land-, forstwirtschaftliche oder Gartenbau-Unternehmen beziehen, die diese Frage nicht beantwortet oder die Befragung bei der ersten Frage beendet haben (n=15). Im nächsten Schritt wurden alle Fälle entfernt, die für die Beantwortung des Fragebogens weniger als fünf Minuten benötigt haben (n=32). Jeder Fall mit unklarer Dauer wurde einzeln überprüft und bei Bedarf entfernt (n=1). In einem letzten Schritt wurden die Fälle entfernt, die den Fragebogen nach wenigen Fragen beendet haben (n=2). Der bereinigte Datensatz umfasst 59 Fälle (siehe Tabelle 5).

Bei etwa der Hälfte der teilnehmenden Verbänden handelt es sich um einen Orts- oder Regionalverband (50,8%). Die Landesverbände sind mit 32,2 Prozent und die Bundes- oder Zentralverbände mit 13,6 Prozent vertreten. Europäische oder internationale Verbände haben nicht an der Befragung teilgenommen. Die größte Gruppe der befragten Verbände hat keinen spezifischen Schwerpunkt und ist offen für alle land- oder forstwirtschaftlichen Unternehmen (57,6%), gefolgt von den Verbänden für Dauerkulturbetriebe (10,2%), Gartenbau- (8,5%) und Ackerbaubetriebe (8,5%). Die Stichprobe enthält keine Verbände für Schaf- oder Ziegenhalter, Schweinehalter oder Geflügelhalter. Der Anteil der Verbände für ökologische Landwirtschaft beträgt 5,1 Prozent.

Die landwirtschaftsnahe Verbandsstruktur in Deutschland, wie sie auf der Plattform [verbaende.com](https://www.verbaende.com) gelistet ist, zeigt ein nahezu korrespondierendes Bild wie die Teilnehmenden der Verbandsbefragung (siehe Tabelle 5). Die meisten Verbände in Deutschland auf der Plattform [verbaende.com](https://www.verbaende.com) operieren als Ort- bzw. Regionalverband (42,9%) oder Landesverband (36,5%). In der räumlichen Verteilung nach Bundesländern ist ein großer Anteil der Verbände in Bayern (13,5%), Niedersachsen (10,3%), Rheinland-Pfalz (8,5%) und Baden-Württemberg (7,8%) ansässig. Über die Hälfte sind landwirtschaftsnahe Verbände ohne Schwerpunkt (56,7%). Es fallen jedoch Verbände für ökologische Landwirtschaft (5,9%) sowie Verbände für Dauerkulturen (5,9%) mit einem erhöhten Anteil in Deutschland auf gegenüber der Besetzung in der Stichprobe.

Tabelle 5: Beschreibung der befragten Verbände

Verbände (V) (Umfrage B)		Gesamt V (n=59)		Deutschland 2022 ¹		
		N	%	N	%	
Zuständigkeit	Orts- oder Regionalverband	30	50,8	242	42,9	
	Landesverband	19	32,2	206	36,5	
	Bundes- oder Zentralverband	8	13,6	114	20,2	
	Europäischer oder internationaler Verband	0	0,0	2	0,4	
	Keines davon	2	3,4	0	0,0	
Ausrichtung	Verband für ökologische Landwirtschaft	3	5,1	33	5,9	
	Verband für Ackerbaubetriebe	5	8,5	25	4,4	
	Verband für Gartenbaubetriebe	5	8,5	21	3,7	
	Verband für Dauerkulturbetriebe	6	10,2	33	5,9	
	Verband für Rinderhalter	3	5,1	17	3,0	
	Verband für Schaf- / Ziegenhalter	0	0,0	2	0,4	
	Verband für Schweinehalter	0	0,0	2	0,4	
	Verband für Geflügelhalter	0	0,0	2	0,4	
	Verband für erneuerbare Energien	1	1,7	15	2,7	
	Verband für Forstwirtschaft	1	1,7	32	5,7	
	Anderer land-/ forstwirtschaftlicher Schwerpunkt	1	1,7	44	7,8	
	Ohne Schwerpunkt (offen für alle land-/ forstwirtschaftlichen Unternehmen)	34	57,6	320	56,7	
	Keines davon	0	0,0	18	3,2	
	Bundesland*	Baden-Württemberg	-	-	44	7,8
		Bayern	-	-	76	13,5
Berlin		-	-	8	1,4	
Brandenburg		-	-	24	4,3	
Bremen		-	-	4	0,7	
Hamburg		-	-	7	1,2	
Hessen		-	-	37	6,6	
Mecklenburg-Vorpommern		-	-	22	3,9	
Niedersachsen		-	-	58	10,3	
Nordrhein-Westfalen		-	-	25	4,4	
Rheinland-Pfalz		-	-	48	8,5	
Saarland		-	-	7	1,2	
Sachsen		-	-	24	4,3	
Sachsen-Anhalt		-	-	27	4,8	
Schleswig-Holstein		-	-	26	4,6	
Thüringen		-	-	22	3,9	
Keine Angabe/ nicht bekannt		-	-	105	18,6	

Legende: *Die räumliche Zuständigkeit der Verbände nach Bundesland wurde in der Befragung nicht erfasst.

¹ Identifizierte, landwirtschaftsnahe Verbände (n=564).

Quelle: Eigene Darstellung, Verbands-Befragung 2022. Deutschland: verbaende.com (Stand 2022).

3.3 Analyse und Clusterbildung (AP2)

3.3.1 Deskriptive Auswertung und Mittelwertvergleiche

Die Datensätze der Landwirt*innen (Umfrage A) und Verbände (Umfrage B) wurden anhand der absoluten und relativen Häufigkeiten ausgewertet und deskriptiv beschrieben. Die deskriptive Statistik wurde mittels der IBM Statistiksoftware SPSS 27 erzeugt und in Excel tabellarisch und grafisch dargestellt. Im Anhang sind alle Fragen der beiden Befragungen in Ergebnistabellen zusammengestellt (siehe Anhang B1 und B2). Mittelwertvergleiche zwischen

den zwei Gruppen Landwirt*innen und Verbände wurden anhand des Mann-Whitney-U-Tests durchgeführt (siehe Anhang B3).

3.3.2 Semantische Netzwerkanalyse

Es wurde die Methode der semantischen Netzwerkanalyse nach Kuckartz & Rädiker (2022) gewählt, um die von den Landwirt*innen (Umfrage A) beschriebenen besonderen Nachhaltigkeitsaktivitäten zu untersuchen und ihre Zusammenhänge und Vielschichtigkeit zu verstehen. Hierfür wurde das Programm MAXQDA 2022 verwendet. Durch semantische Netzwerke können Konzepte und Beziehungen zwischen Konzepten bzw. Informationen strukturiert erfasst und grafisch abgebildet werden. Mittels Knoten und Kanten kann die Beziehung von Begriffen oder von Akteur*innen aufgezeigt werden (Jünger & Gärtner 2023) oder entsprechende Lücken identifiziert werden (Faster Capital 2024). Ein Segment entspricht der Aussage eines Befragten. Codierte Textpassagen (gemeint sind Wortfolgen) können innerhalb eines Segments verschachtelt oder überlappend sein (Kuckartz & Rädiker 2022). Dementsprechend kann ein Segment (eine Aussage) mehrere codierte Kategorien beinhalten.

Als Grundlage für die semantische Netzwerkanalyse im Projekt NEAL wurden die Antworten der Landwirt*innen auf die offene Frage herangezogen: *„Schreiben Sie uns nun, eine kleine oder große nachhaltige Tätigkeit oder Initiative, die in den letzten fünf Jahren in Ihrem Unternehmen umgesetzt wurde und die Sie möglicherweise von anderen Unternehmen abhebt oder für Sie besonders ist. Bitte beschreiben Sie nur eine Aktivität. Beschreiben Sie diese möglichst detailliert, auch was die Besonderheit sein könnte/ist, in ca. 5 bis 6 Sätzen (max. 1200 Zeichen möglich)“*. Insgesamt 234 Antworten liegen als auswertbares Material vor, zwei Aussagen wurden entfernt. 75,5 Prozent der befragten Landwirt*innen beantworteten die Frage zur Mikro-Nachhaltigkeit, darunter 101 Bio-Betriebe (43,2%) und 87 konventionell wirtschaftende Landwirt*innen (37,2%). Die Antworten der Landwirt*innen reichen von einzelnen Wörtern und Aufzählungspunkten bis hin zu mehreren zusammenhängenden Sätzen.

Die semantische Netzwerkanalyse basiert auf den in Kapitel 3.2.1 ausgewählten Nachhaltigkeitsparametern. Diese wurden mit Blick auf die konkreten semantischen Konzepte aus den Antworten der Landwirt*innen in einem Bottom-Up Ansatz zum Teil adaptiert bzw. verfeinert (siehe Tabelle 6).⁶

⁶ Die Beschreibung vieler Landwirt*innen ihrer herausragenden Nachhaltigkeitsaktivität in der Landwirtschaft war sehr ausführlich und differenzierter als es die Schlüsselbegriffe (Kapitel 3.2.1) zuließen. In vielen Fällen wurden außerdem deutlich mehr als nur eine einzelne Aktivität oder Initiative beschrieben. Diese Tiefe und Ausführlichkeit konnte mit adaptierten, an geeigneten Stellen differenzierten oder erweiterten Kategorien in der semantischen Netzwerkanalyse abgebildet werden. Außerdem zeigten sich Diskrepanzen zwischen den beschriebenen Aktivitäten der Landwirt*innen und den von ihnen zugeordneten Schlüsselwörtern der 25 vorgeschlagenen Nachhaltigkeitsparameter in der Online-Befragung. In einigen Fällen haben Landwirt*innen Schlüsselwörter ausgewählt, die sich ohne weiteren Kontext des Betriebes nicht aus den beschriebenen Aktivitäten ableiten

Tabelle 6: Mikro-Nachhaltigkeit in Top-Down und Bottom-Up Ansätzen

	Top-Down Ansatz: Selbstzuordnung der Landwirt*innen (Umfrage A)			Bottom-Up Ansatz: Semantische Netzwerkanalyse		
	Kategorien	N	%	Kategorien	N	%
Ökologie	Wassernutzung, -qualität, -schutz	40	17,3	Reduktion von chemischen Betriebsmitteln	18	2,7
	Bodennutzung, -qualität, -schutz	121	52,4	Optimierte Bodenbearbeitung und Bodenschutz	61	9,1
	Energieverbrauch & klimarelevante Emissionen	46	19,9	Einsparung von Energie und Emissionen	19	2,8
				Ausbau der erneuerbaren Energien	33	4,9
	Materialverbrauch	12	5,2	Einsparung von Verpackungsmaterial, Plastik und Abfall	11	1,6
	Biodiversität	86	37,2	Artenvielfalt	58	8,7
				Vielfältige Kulturlandschaften	74	11,1
	Transport & Verkehr	6	2,6	Angepasste Mobilität & Technik	20	3,0
	Düngung			Optimiertes Nährstoffmanagement & Düngung	58	8,7
	Tierwohl, -schutz & -haltung	61	26,4	Tierwohl, -schutz & -haltung	50	7,5
Nachhaltige Forstwirtschaft				19	2,8	
Wiederverwendung und längere Nutzungsdauer				10	1,5	
Stärkung des Kreislaufgedankens				28	4,2	
Extensivierung & Landschaftspflege				41	6,1	
Soziales	Beschäftigungsverhältnis & Bezahlung	7	3,0	Faire Arbeitsbedingungen	5	0,7
	Aus- & Weiterbildung	14	6,1	Aus- & Weiterbildung	6	0,9
	Arbeits- & Gesundheitsschutz	2	0,9			
	Chancengleichheit & Vielfalt	4	1,7			
	Gemeinwesen & Philanthropie	6	2,6			
	Partizipation & Unternehmenskultur	6	2,6			
Governance	Managementsystem	7	3,0	Ökologische Landwirtschaft	54	8,1
	Eigentümerstruktur	16	6,9			
	Compliance & Rechtssicherheit	0	0,0			
	Risiko- & Krisenabsicherung	22	9,5			
Wirtschaft	Lieferanten(-beziehung)	8	3,5			
	Regionale Wertschöpfungskette	59	25,5	Regionale Wertschöpfungskette	18	2,7
	Innovation & Technologie	12	5,2			
	Wirtschaftliche Leistung	27	11,7			
	(Stakeholder-) Kooperation	2	0,9	(Stakeholder-) Kooperation	27	4,0
	Kunden & Endabnehmer(-beziehung)	9	3,9			
	Kommunikation (intern & extern)	4	1,7	Teilnahme an Projekten, Wettbewerben, Zertifizierungen	32	4,8
			Anderes*	26	3,9	

Legende: *Die Kategorie „Anderes“ umfasst Aktivitäten, die sich keiner der beschriebenen Kategorien zuordnen lassen.

Quelle: Eigene Darstellung.

lassen. Hierzu ein Beispiel: Die drei Schlüsselbegriffe „Energieverbrauch“, „Biodiversität“ und „Regionale Wertschöpfungskette“ wurden vom Befragten zu folgendem Statement als am zutreffendsten hinterlegt: „1500 Meter Hecke gepflanzt. 5 Hektaren Vertragsnaturschutz mit Segetalartenförderung. Kleinen Teich ausgehoben (100m²) in Mooregebiet zur Schaffung offenen Gewässers. 150 Hochstamm Obstbäume gepflanzt. Biobetrieb“. Im Bottom-up-Ansatz wurden dem genannten Beispiel hingegen die Begriffe „Biodiversität“, „Extensivierung und Landschaftspflege“, „Ökologische Landwirtschaft“ sowie „Teilnahme an Projekten, Wettbewerben, Zertifizierungen“ zugeordnet. Unklarheiten entstanden auch, wenn die Befragten ihren Aktivitäten kein Schlüsselwort (Option „keine Angabe“) zugeordnet haben (n=15).

In mehreren Durchläufen wurden hierfür auf Basis der Aussagen der Landwirt*innen („bottom-up“) Kategorien gebildet und ein für die semantische Netzwerkanalyse adaptiertes Kategoriensystem erstellt. Die Kategorien wurden induktiv aus dem vorhandenen Material gebildet (n=234 Aussagen). Im ersten Kodiervorgang wurden rund 25 Prozent des gesamten Materials berücksichtigt und ein erstes Kategoriensystem entwickelt. Der Kodierungsprozess wurde mit weiterem Material mehrfach wiederholt: In jedem Durchgang wurden die Kategorien verfeinert und neue Kategorien hinzugefügt. Auf diese Weise wurden induktiv 21 Kategorien gebildet. Die adaptierten Kategorien des Bottom-Up-Ansatzes, die für die Netzwerkanalyse verwendet wurden (siehe Kapitel 5), sind in Tabelle 6 außerdem einer Selbstzuordnung der Landwirt*innen gegenübergestellt. Ihre beschriebene Aktivität (Mikro-Nachhaltigkeit) ordneten die Befragten hierfür selbst in der Online-Befragung vorgegebenen Nachhaltigkeitskategorien zu. Unter diesen, im Top-Down-Ansatz entwickelten Nachhaltigkeitskategorien (siehe Abschnitt 3.2.1), konnten die Landwirt*innen maximal drei sogenannte Schlüsselkategorien auswählen, die aus ihrer Sicht am zutreffendsten ihre Aktivität einordnen.

In der semantischen Netzwerkanalyse wurde der Datensatz für alle Landwirt*innen und unterteilt nach der Art der Wirtschaftsweise (ökologisch oder konventionell) untersucht. Für die beiden Wirtschaftsweisen wurden die Beziehungen der Kategorien in den beiden Gruppen betrachtet (siehe Kapitel 5). Dazu wurde für jede Gruppe mit MAXQDA eine Matrix erstellt, die das Vorkommen der Kategorien im selben Segment (Aussage) abbildet. Die Matrizen wurden in die Software RStudio geladen, um mit Hilfe des igraph-Pakets Netzwerke auf Basis der Kategorien für die Gruppe der ökologischen und konventionellen Betriebe zu bilden, und anschließend in die Visualisierungssoftware Gephi importiert, um visuell ansprechende Netzwerke zu erstellen (Pokorný et al. 2018).

Die Statistiken aller landwirtschaftlichen Betriebe zeigen insgesamt 171 einfach gewichtete Verbindungen (Kanten) zwischen den Kategorien der semantischen Netzwerkanalyse (siehe Tabelle 7). Werden diese Kanten mit der Häufigkeit gewichtet, mit welcher sie auftreten, ergeben sich insgesamt 764 Verbindungen. Die Kennziffern verdeutlichen die vielzähligen und stärker verbunden Aussagen der ökologischen Betriebe zur Nachhaltigkeitsexzellenz.

Tabelle 7: Beschreibung der Struktur der semantischen Netzwerke

	Gesamt LW	darunter	
		Ö	K
Kanten (einfach gewichtet)	171	146	108
Kanten (gewichtet)	764	426	232
Durchschnittlicher Grad	16,286	13,905	10,286
Durchmesser	2	2	3
Dichte	0,814	0,695	0,514
Durchschnittliche Pfadlänge	1,186	1,305	1,442

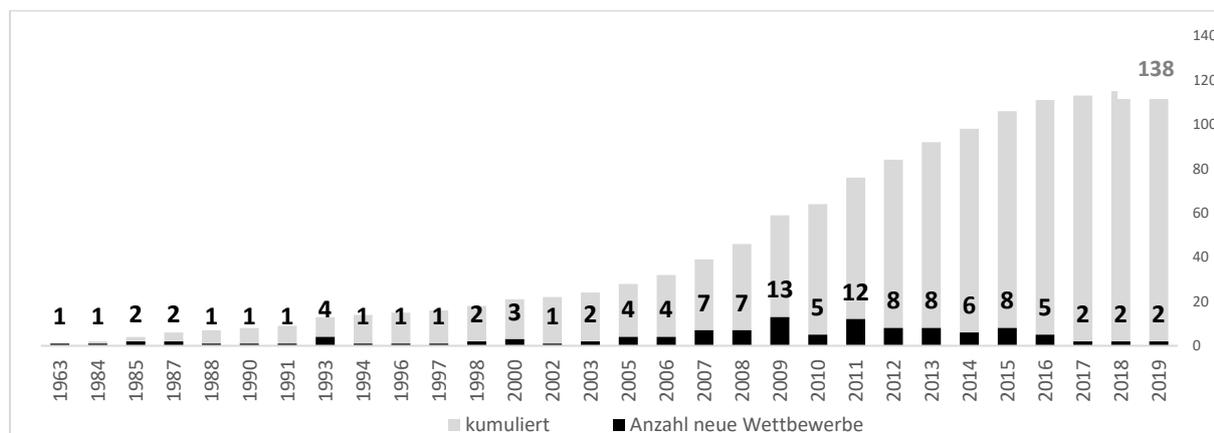
Quelle: Eigene Darstellung.

3.4 Award-Matching (AP3) und Award-Finder (AP4)

3.4.1 Sammlung von CSR-Awards

Bereits seit dem Jahr 2012 werden vom AK BEST an der Universität Hohenheim Nachhaltigkeitswettbewerbe bzw. CSR-Awards gesammelt und analysiert. Zunächst wurden Nachhaltigkeitsawards mit Bezug auf die Agrar- und Ernährungswirtschaft gesammelt. Gebhardt (2016) identifizierte hier 24 Wettbewerbe. Seit dem Jahr 2020 werden alle Awards berücksichtigt, die sich an Unternehmen in Deutschland richten, unabhängig eines bestimmten Wirtschaftszweigs. Insgesamt 138 Wettbewerbe, an denen Unternehmen teilnehmen können, wurden in einem methodisch systematischen Ansatz im Jahr 2020 identifiziert und beschrieben; davon sind knapp 80 verschiedene Wettbewerbe grundsätzlich auch für landwirtschaftliche Unternehmen offen (Gebhardt 2020). Ein Blick in die vorhandene Sammlung zeigt: Viele Nachhaltigkeitsawards sind in Deutschland nach dem Jahr 2005 neu entstanden. Einen Höhepunkt erreichten Awards hier in den Jahren 2009 bis 2011 (Gebhardt 2016; 2020) (siehe Abbildung 4).

Abbildung 4: Kontinuum neuer Nachhaltigkeitswettbewerbe in Deutschland



Quelle: Gebhardt 2020a.

Nachhaltigkeitsawards unterscheiden sich von anderen Awards alleine in ihrer thematischen Ausrichtung am Leitbild nachhaltige Entwicklung (siehe Kapitel 1). Auf diesem Grundgedanken basieren die Kernkriterien, mit denen Nachhaltigkeitsawards vom AK BEST an der Universität Hohenheim identifiziert und gesammelt werden. Die Auswahlkriterien der Sammlung lauten:

- *Contest*: Es handelt sich um einen außerökonomischen Wettbewerb.
- *Themenbezug Nachhaltigkeit*: In der Kurzbeschreibung des Wettbewerbs oder dessen Zielen oder im Namen des Wettbewerbs wird die thematische Ausrichtung und Orientierung am Leitbild nachhaltige Entwicklung oder der Nachhaltigkeits-Trias Ökologie – Soziales – Ökonomie ersichtlich.

- *Akteursbezug Unternehmen*: Der Wettbewerb – oder einzelne Preiskategorien – ist an Unternehmen gerichtet und dabei werden deren Strategie, Performance oder einzelne Produkte, Personen oder Projekte bewertet.

Die Sammlung aus dem Jahr 2020 ist im Projekt NEAL Grundlage für den geplanten Award-Finder und die dafür vorbereitenden folgenden Arbeitsschritte:

- Überprüfung der vorhandenen Datenbank Nachhaltigkeitswettbewerbe für Unternehmen in Deutschland aus dem Screening 2020.
- Systematische Identifizierung von Nachhaltigkeitsawards mit Fokus Landwirtschaft über den Screen in Internetsuchmaschinen.
- Abgleich und Erweiterung der vorhandenen Nachhaltigkeitswettbewerbe um die identifizierten Awards mit Fokus Landwirtschaft.
- Beschreibung der neu identifizierten Nachhaltigkeitsawards mit Fokus Landwirtschaft in umfangreichen Profilblättern.

Der Screen von Nachhaltigkeitsawards mit besonderem Fokus auf die Landwirtschaft führte zu 20 weiteren Wettbewerben, mit denen die vorhandene Sammlung erweitert wurde. Die Vorgehensweise dieser systematischen Identifizierung ist in Kapitel 3.2.3 beschrieben. Aus öffentlich zugänglichen Internetauftritten wurden für diese Auswahl weitere Details gesammelt, u.a. Kontaktdaten, Informationen zur Vergabeinstitution, Zielgruppe, Vergabe- und Bewertungskonzept, Preisträger*innen, und in Factsheets sowie der Datensammlung (Excel) erfasst. Insgesamt gehen 156 Wettbewerbe mit je 166 Datenpunkten (Variablen) in den Finder.

3.4.2 Zielgruppenbasierte Entwicklung von Filterkategorien

Für eine passgenaue und individualisierte Nutzung der Datenbank des Award Finders werden mehrere Filterkategorien angeboten. Die Auswahl der Filterkategorien basiert auf den Ergebnissen einer Expert*innenbefragung aus dem Jahr 2020 (Gebhardt 2020) sowie den Online-Befragungen unter Landwirt*innen und Verbänden 2022 (siehe Tabelle 8). Für die Identifizierung wichtiger Filtereinstellungen wurde die Gruppe, der an einem Award-Finder Interessierten, ausgewählt. Die vier wichtigsten Filterkategorien für die potenziellen Nutzenden des Award-Finders sind (1) Informationen zu den Vergabekriterien Nachhaltigkeit, (2) die adressierte Branche, (3) die geforderten Nachweisen sowie (4) die Art der Bewerbung. Diese sowie weitere, insgesamt 10 Filterkategorien werden in der Web-Applikation zur optionalen Auswahl für die Nutzenden angeboten. Die vier wichtigsten Filterkategorien sind beispielhaft in Tabelle 9 gezeigt. Jede Filterkategorie hat für die Nutzenden sichtbar (Frontend) einen kurzen Variablennamen sowie eine kategoriale Codierung. In der hinterlegten Datenbank sind für die Administratoren SPSS-kompatible Variablennamen verknüpft.

Tabelle 8: Top 10 gewünschte Informationen zur Auswahl geeigneter Awards

	Studie 1 Expert*innen 2020	Studie 2 Landwirt*innen (Umfrage A)		Studie 3 Verbände (Umfrage B)	
	N=24	N=68	%	N=22	%
1	Bewerbungsfrist	Vergabekriterien nach NH-Dimensionen	57,4	Vergabekriterien nach NH-Dimensionen	54,5
2	Zielgruppe nach Unternehmensgröße	Art der Bewerbung	42,6	Zielgruppe nach Branche	54,5
3	Zielgruppe nach Akteur	Form der Nachweise	41,2	Form der Nachweise	50,0
4	Zielgruppe nach Branche	Zielgruppe nach Branche	32,4	Art der Bewerbung	45,5
5	Art der Vergabeinstitution	Erfahrungsberichte	29,4	Bewerbungsfrist	35,4
6	Zielgruppe nach Raum	Feedback	29,4	Link zum Wettbewerb	31,8
7	Form der Nachweise	Zielgruppe nach Raum	25,0	Erfahrungsberichte	31,8
8	Individuelles Feedback / Einzelauswertung	Art der Vergabeinstitution	23,5	Zusammensetzung der Jury	31,8
9	Staat als Partner / Schirmherr	Wissenschaftlicher Methodikpartner	22,1	Zugang zu Netzwerken	27,3
10	Wissenschaftlicher Methodikpartner	Link zum Wettbewerb	20,6	Feedback	27,3

Legende: Auswahl: Am Award-Finder Interessierte Befragte (LW n=68); Verband (n=22).

Quelle: Eigene Darstellung. Gebhardt 2020 (Studie 1) und Online-Befragungen A und B 2022 (Studie 2 und 3).

Tabelle 9: Auswahl und Codierung der Filterkategorien (Top 4)

Kategorien	Name im Finder (Frontend)	Beschreibung	Codierung	
Vergabekriterien nach Nachhaltigkeitsdimension	Nachhaltigkeit	Welchen Nachhaltigkeitschwerpunkt haben die Vergabekriterien?	1	Nachhaltigkeits-Trias
			2	Schwerpunkt Ökonomie / Management
			3	Schwerpunkt Ökologie
			4	Schwerpunkt Soziales
Zielgruppe nach Branche	Branche	Welche Branchen können teilnehmen?	1	Offen für alle Branchen
			2-19	Exklusiv für ... (namentliche Nennung der Branchen 2 bis 19)
			20	Exklusiv für weitere Branchen (alle anderen, Design, Möbel, ...)
Form der Nachweise	Nachweise	Welche Nachweise werden für die Teilnahme gefordert bzw. von der Vergabeinstitution eingeholt?	1	Selbstauskunft per Fragebogen
			2	Nachweis per Bericht, Zertifikat oder anderem
			3	Gespräch mit Bewerber oder Vor-Ort-Termin
			4	Überprüfung per Desk-Check, Fremdauskunft oder anderem
Art der Bewerbung	Bewerbung	Wie kann man teilnehmen?	1	Selbstbewerbung
			2	Vorschlag durch Dritte
			3	Auswahlverfahren der Vergabeinstitution

Quelle: Eigene Darstellung.

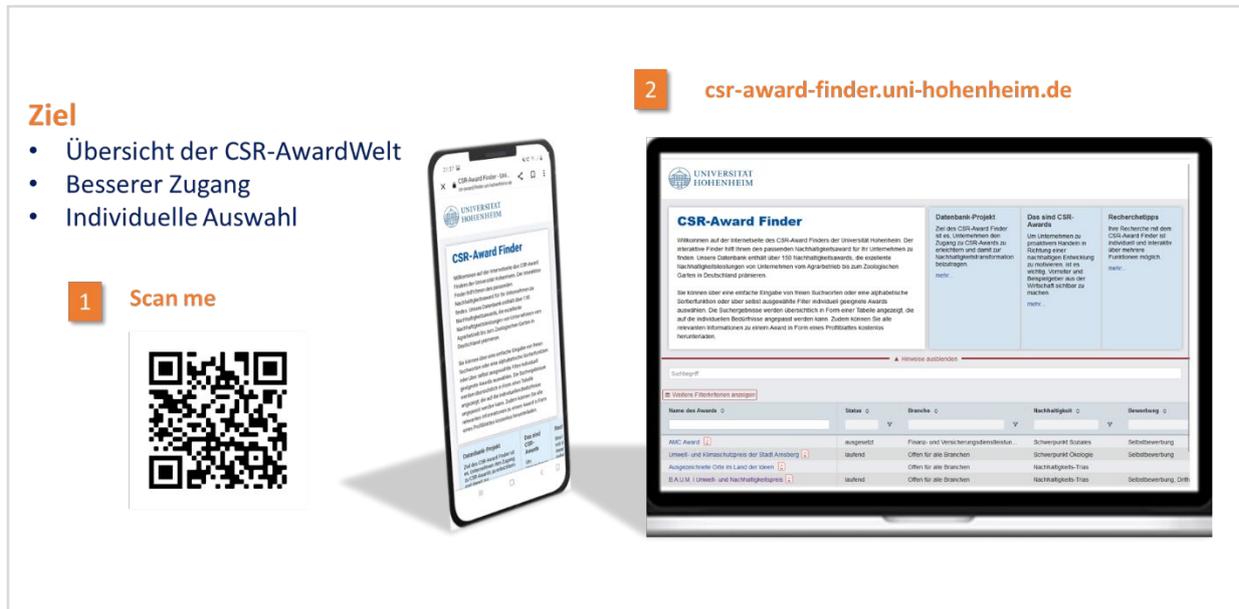
3.4.3 Entwicklung der Web-Applikation

Für die technische Entwicklung und Programmierung des geplanten interaktiven Award Finder wurde ein IT-Unternehmen beauftragt. Der Entwicklungsprozess umfasste folgende Schritte:

- Konzeption und Design einer visuell ansprechenden und einfach nutzbaren Web-Applikation-Oberfläche mit allen gewünschten Anforderungen an individualisierter und passgenauer Nutzung.
- Abstimmung und Kommunikation mit allen internen verantwortlichen Akteuren des Auftragnehmers und dem beauftragten IT-Unternehmen zu den technischen, datenschutzrechtlichen, hochschulinternen und -externen Anforderungen der App „CSR-Award Finder“ in mehreren Workshops und Einzeltreffen.
- Beantragung und Einrichtung eines virtuellen Servers, interner und externer Domains, Lizenzen und Sicherheitszertifikaten, u.a.
- Formulierung von Texten für die App, das Impressum und die Datenschutzerklärung.
- Einrichtung einer eigenen E-Mail-Adresse: csr-awardfinder@uni-hohenheim.de
- Vorbereitung und Einrichtung des Zugangs der App zum Uni-Server.
- Feedback I zur Test-Version des CSR-Award Finders (AP4) im Kolleg*innenkreis und unter unternehmerischen Expert*innen des AK BEST anhand eines Feedback-Leitfadens.
- Feedback II des Projektbeirats zur Test-Version des CSR-Award Finders (AP4) im September 2022 anhand eines Feedback-Leitfadens.
- Entwicklung und Programmierung der Endversion des CSR-Award Finders mit einer individualisierten Datenoberfläche (iDo) und Überführung von 156 Awards mit insgesamt ca. 29.000 Datenpunkten in eine Datenbank, eingefügt in eine Website-Oberfläche mit Informationen über den Finder, das Projekt sowie Recherchetipps, programmiert in Python.
- Ein Dashboard wurde eingerichtet, um Nutzungszahlen und Hits des CSR-Award Finders erfassen zu können (siehe Kapitel 7.3).

Der interaktive und webbasierte CSR-Award Finder ging Mitte September 2022 in einer ersten Version online (<https://csr-awardfinder.uni-hohenheim.de>) (siehe Abbildung 5). Der CSR-Award Finder ist für Nutzende und gelistete Vergabeinstitutionen ein kostenloses Angebot. Über eine gesicherte domains (https:) können interessierte Nutzende auf den CSR-Award Finder zugreifen. Mit Blick auf einen späteren Umzug und die Verstetigung des CSR-Award Finders wurden zwei externe domains (CSR-Award-Finder.de; CSR-Awardfinder.de) von der Universität Hohenheim kostenpflichtig reserviert. Der Aufbau, die Struktur sowie die Funktionsweise des CSR-Award Finders sind in Kapitel 4 beschrieben.

Abbildung 5: Wege zum CSR-Award Finder



Quelle: Gebhardt (2023)

3.4.4 Anpassung und Aktualisierung der Web-Applikation

Die Web-Applikation CSR-Award Finder wurde in der technischen Nutzung und den inhaltlichen Einträgen der Datenbank und den Profilblättern im Jahr 2024 angepasst und überarbeitet. Das IT-Unternehmen entwickelte dafür einen Zugang für Vergabeinstitutionen, um (1) neue Awards selber einzutragen, (2a) in der Datenbank bereits vorhandene Awards zu überprüfen und gegebenenfalls zu überarbeiten bzw. zu aktualisieren sowie (2b) zu löschen.

Voraussetzung für einen Neueintrag ist, dass Nachhaltigkeit ein Schwerpunkt des Awards ist, zumindest in einer Preiskategorie, der Award an Unternehmen vergeben werden kann und der Award in Deutschland vergeben wird. In Pflichtfragen wurde diese Punkte in der Eingabemaske erfasst.

Verpflichtend war auch die Beantwortung weiterer Fragen und Inhalte, u.a. Kontaktdaten, eine Kurzbeschreibung des Awards sowie Angaben zum Konzept, der Bewerbung, den Teilnahmeberechtigten oder den Preiskategorien. Außerdem wurden Fragen aus einer Befragung unter Vergabeinstitutionen im Jahr 2022 (Gebhardt & Hellstern 2024a) übernommen und in den Neueinträgen oder Änderungen im CSR-Award Finder adaptiert, darunter:

- *Awardtyp*: Selbsteinordnung als Nachhaltigkeits-/CSR-Award, Wirtschaftsaward, Umweltaward oder Sozialaward (Einfachauswahl);

Abbildung 6: Eingabemaske des CSR-Award Finder für Vergabeinstitutionen (Frontend)

The screenshot shows the 'CSR-Award Finder' interface. On the left, there's a search bar and a list of awards with their status (e.g., 'ausgesetzt', 'laufend'). The main content area contains a detailed input form for submitting an award nomination. The form includes fields for 'Datum der Eingabe', 'Organisation / Firma', 'Abteilung', 'Titel', 'Vorname', and 'Name'. A sidebar on the right provides additional information and tips.

Quelle: Screenshot CSR-Award Finder (22.08.2024).

- **Rolle von Nachhaltigkeit:** Selbsteinordnung der Bedeutung von Nachhaltigkeit für den Award in Kategorien, u.a. „Nachhaltigkeit spielt kaum/keine Rolle bei diesem Award“ bis „Die Wirkung der Vorschläge auf Umwelt und Gesellschaft ist wesentlicher Bestandteil der Bewertung“ (Einfachauswahl).
- **Level der Nachhaltigkeit** der Ausrichtung des Awards auf 6er-Skala von 1= „vollständig nachhaltig“ bis 6= „überhaupt nicht nachhaltig“.
- **Level der Governance:** Verwirklichung der Nachhaltigkeit insgesamt in der Vergabeorganisation auf 6er-Skala von 1=„sehr gut“ bis 6=„überhaupt nicht gut“.
- **Level der Transparenz** des Awards insgesamt, darunter der Idee, Vergabekriterien, Auswahlprozess und Finanzierung, auf 6er-Skala von 1=„sehr transparent“ bis 6=„überhaupt nicht transparent“.

Die Einträge können vom administrierenden Forschungsteam verifiziert und für die Online-Ansicht freigegeben werden, ggfs. kann um Korrektur gebeten werden (siehe Abbildung 6).

Alle Einträge werden sowohl in der hinterlegten Datenbank des CSR-Award Finders gespeichert, sie sind im Tabellenblatt für zehn voreingestellte Filterkategorien sichtbar, und außerdem in den Profilblätter visualisiert. Die zuvor statischen Profilblätter (PDF) wurden dynamisiert (URL) und mit den eingehenden Informationen aus der Eingabemaske gefüllt. Die Fragen nach dem Level von Nachhaltigkeit, Governance und Transparenz wurden in den Profilblättern grafisch visualisiert (siehe Abbildung 7).

Abbildung 7: Visualisierung der Award-Bewertung nach Update des CSR-Award Finders

Nachhaltigkeitsbewertung des Awards	Level der Nachhaltigkeit	Level des Veranstaltungsmanagement	Level der Transparenz
	 Überhaupt nicht nachhaltig Vollständig nachhaltig	 Überhaupt nicht nachhaltig Vollständig nachhaltig	 Überhaupt nicht transparent Vollständig transparent

Quelle: Screenshot CSR-Award Finder (22.08.2024).

Der Aufruf zur Aktualisierung richtete sich an alle 156 bereits eingetragenen Wettbewerbe. Insgesamt 29 Vergabeinstitutionen nahmen an dem Update in der Zeit von 08.08.2024 bis 27.08.2024 teil. Davon waren 4 Neueinträge, 17 Überarbeitungen und 3 Löschungen. Eine Vergabeinstitution bestätigte außerdem die Richtigkeit des vorhandenen Eintrags per E-Mail. Alle Einträge ohne Aktualisierung durch die Vergabeinstitution bleiben bestehen. Nach dem Update sind 157 Wettbewerbe im CSR-Award Finder abrufbar. Die Teilnahme am Update war freiwillig und kostenlos.

3.5 Expert*innen-Workshop (AP5)

Ein Expert*innen-Workshop mit dem Thema „Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft – Nachhaltigkeitstransformation aus Sicht der Landwirtschaft denken“ wurde am 6. Mai 2024 veranstaltet. Der Workshop wurde online mit einer Dauer von zwei Stunden durchgeführt. Nach einer Vorstellungsrunde aller Teilnehmenden, gab das Forschungsteam einen 15-minütigen Impulsvortrag über die Projektergebnisse zur exzellenten Mikro-Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft (Gebhardt & Hellstern 2024b). Im Plenum wurden die Ergebnisse diskutiert und folgende Fragen erarbeitet:

- Ist Nachhaltigkeitsexzellenz der Landwirtschaft anschlussfähig in Förderkonzepten (Sustainable Finance)? Welche Möglichkeiten und Herausforderungen gibt es?
- Ist Nachhaltigkeitsexzellenz der Landwirtschaft anschlussfähig in Wettbewerben (Awards)? Welche Möglichkeiten und Herausforderungen gibt es?

Der Workshop wurde mit einem Abschlussstatement aller Teilnehmenden zum Satzfragment „Neue Kernpunkte der Agrarförderung von Nachhaltigkeitsexzellenz sind...?“ zusammengefasst (siehe Anhang C). Das Gespräch wurde per Mitschrieb protokolliert und Einzelaussagen erfasst. Mittels Inhaltsanalyse wurden die Ergebnisse ausgewertet und fließen in die Ergebnisdarstellungen in Kapitel 5 und die Zusammenschau in Kapitel 6 ein.

Tabelle 10: Teilnehmende des Expert*innen-Workshops

Teilnehmendenliste	
Name	Institution
Projektbeirat	
Robert Kero	Deutscher Bauernverband DBV
Ulrich Grimm	DLG TestService GmbH
Pierre Johannes	NABU
Weitere Expert*innen	
Leonie Würzner	Deutscher Landwirtschaftsverlag GmbH DLV
Christopher Braun	Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank DZ BANK AG
Dr. Christian Schader	Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Schweiz
Ines Kefer	Rentenbank
Matthias Hauser	ZNU – Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung
Projekt NEAL	
Prof. Dr. Sebastian Hess	Universität Hohenheim UHOH
Dr. Beate Gebhardt	Universität Hohenheim UHOH
Laura Hellstern	Universität Hohenheim UHOH
Isabell Kuhn	Universität Hohenheim UHOH

Quelle: Eigene Darstellung.

Insgesamt haben 12 Expert*innen am Workshop teilgenommen. Eingeladen wurden der Projektbeirat, weitere Expert*innen mit Themenbezug Award oder Nachhaltigkeitsbewertung sowie die Mitarbeitenden im Projekt NEAL (siehe Tabelle 10).

4 Ergebnisse zum CSR-Award Finder

Ziel des CSR-Award Finders ist es, Unternehmen den Zugang zu Nachhaltigkeitsawards zu erleichtern und damit zur Nachhaltigkeitstransformation beizutragen. Eine Datenbank mit passgenauer und individualisierter Suchmöglichkeit von Awards wird von Unternehmen als hilfreich bewertet und als erster Schritt gesehen, Überblick über hochwertige Awards zu erhalten (Gebhardt 2021). Der CSR-Award Finder wurde mit wissenschaftlicher Expertise des AK BEST (Business Excellence and Sustainability Transformation) der Universität Hohenheim basierend auf praxisorientierten Anforderungen von Unternehmen entwickelt und professionell von einem beauftragten IT-Dienstleistungsunternehmen programmiert (siehe Kapitel 3.4). Aufbau und Struktur des CSR-Award Finders werden in diesem Kapitel beschrieben. Außerdem wird ein Überblick zu den eingetragenen Wettbewerben im CSR-Award Finder, der Awardwelt, und dem Interesse daran gegeben.

4.1 Aufbau und Struktur des CSR-Award Finders

Der Finder ist tabellarisch aufgebaut. Über eine einfache Suche und selbst auswählbare Filter oder Sortierungen können die Nutzenden aus der Datenbank des CSR-Award Finders individuell und interaktiv für sie geeignete Awards auswählen (siehe Abbildung 8).

Abbildung 8: Das Tool CSR-Award Finder mit tabellarischem Aufbau

The screenshot shows the CSR-Award Finder website. At the top, there are four informational boxes: 'Willkommen...', 'Datenbank-Projekt', 'Das sind CSR-Awards', and 'Recherchetipps'. Below these is a search bar with the placeholder 'Suchbegriff' and a button 'Weitere Filterkriterien anzeigen'. The main content is a table with the following columns: 'Name des Awards', 'Status', 'Branche', 'Nachhaltigkeit', 'Bewerbung', and 'Nachweise'. The table lists various awards such as 'AMC Award', 'Umwelt- und Klimaschutzpreis der Stadt Arnsberg', and 'Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen'.

Name des Awards	Status	Branche	Nachhaltigkeit	Bewerbung	Nachweise
AMC Award	ausgesetzt	Finanz- und Versicherungsdienstleistun...	Schwerpunkt Soziales	Selbstbewerbung	Selbstauskunft
Umwelt- und Klimaschutzpreis der Stadt Arnsberg	laufend	Offen für alle Branchen	Schwerpunkt Ökologie	Selbstbewerbung	Selbstauskunft
Ausgezeichnete Orte im Land der Ideen	laufend	Offen für alle Branchen	Nachhaltigkeits-Trias		
B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis	laufend	Offen für alle Branchen	Nachhaltigkeits-Trias	Selbstbewerbung, Drittvor...	Selbstauskunft,...
Berenberg-Preis für unternehmerische Verantwortung	ausgesetzt	Offen für alle Branchen	Nachhaltigkeits-Trias		
BIOWelt Award	laufend	Nahrungsmittel- und Futtermittel, Geträ...	Schwerpunkt Ökonomie / M...	Drittvorschlag, Auswahl d...	Fremdauskunft
BMW Supplier Innovation Award	laufend	Kraftwagen/ Kraftwagenteile/Fahrzeugbau		Auswahl durch Vergabe...	
Bremer Diversity Preis	laufend	Offen für alle Branchen	Schwerpunkt Soziales	Selbstbewerbung, Drittvor...	Selbstauskunft,...
Bremer Umweltpreis	laufend	Offen für alle Branchen	Schwerpunkt Ökologie		
Buiding Public Trust Award	laufend	Offen für alle Branchen	Nachhaltigkeits-Trias	Selbstbewerbung	Selbstauskunft
Bundespreis Ecodesign	laufend	Offen für alle Branchen	Schwerpunkt Ökologie	Selbstbewerbung	Selbstauskunft
Bundespreis Nachhaltigkeit	ausgesetzt	Offen für alle Branchen	Nachhaltigkeits-Trias	Selbstbewerbung, Drittvor...	Selbstauskunft

Quelle: Screenshot csr-awardfinder.de.

Das Tool ist für die Anwendung am Desktop optimiert, außerdem auf Mobilgeräten abrufbar. Die im oberen Teil der Webseite dargestellten Informationen und Hinweise lassen sich einfach per Mausklick ausblenden. Die Tabelle kann dann vollständig auf dem Monitor oder Display angezeigt werden.

Oberfläche des CSR-Award-Finders. Die Oberfläche des CSR-Award-Finder bietet den Nutzenden mehrere Interaktionsmöglichkeiten (siehe Abbildung 9). Sie sind für die intuitive Nutzung mit Symbolen hinterlegt und werden unter der Rubrik „Recherchetipps“ im Tool mit folgendem Wortlaut beschrieben:

- *„Suchen.* Im Suchfeld können Sie einen einzelnen Suchbegriff oder Wortteile eingeben und damit die gesamte Datenbank durchsuchen. Geben Sie in diesem Feld den Begriff „Land“ oder „land“ ein, werden alle Preise angezeigt, die an landwirtschaftliche Betriebe vergeben werden.
- *Sortieren.* Sie können jede Tabellenspalte alphabetisch auf- oder absteigend sortieren. Klicken Sie dafür auf den Spaltentitel oder den Pfeil daneben, um die Sortierung zu starten.
- *Filtern.* In den Tabellenspalten stellen wir Ihnen voreingestellte Filter zur Auswahl, die Sie für Ihre individuelle Recherche aktivieren können. Klicken Sie dafür das Filtersymbol an und wählen eine Kategorie aus. Sie können einen oder mehrere Filter anwenden. Es werden Ihnen diejenigen Awards angezeigt, die diese(n) Filterkategorie(n) erfüllen. Awards ohne Informationen in diesen Filtern werden nicht angezeigt. Gewählte Filter können Sie über die Funktionsleiste „Filter löschen“, die sich oberhalb der Tabelle befindet, gemeinsam deaktivieren.
- *Wählen.* Die Filter in den 5 Tabellenspalten können von Ihnen individuell ausgewählt und getauscht werden. Klicken Sie dazu auf „Weitere Filterkriterien anzeigen“ unterhalb der Suchleiste und wählen Sie unter 15 Filtern die für Sie Wichtigsten aus, um ein bestmögliches Suchergebnis zu erhalten. Der Name des Awards sowie das Profilblatt bleiben immer angepinnt. Klicken Sie erneut auf die Leiste „Weitere Filterkriterien anzeigen“, um die Tabelle wieder anzusehen und weiter zu recherchieren.
- *Verschieben.* Die Reihenfolge der Tabellenspalten können Sie ändern. Klicken Sie dazu auf die Spalte, die Sie verschieben möchten. Halten Sie die Maustaste gedrückt und ziehen Sie die Spalte so an die gewünschte Stelle. Lassen Sie dann die Maustaste wieder los.“

Abbildung 9: Interaktives Award-Matching im Tool CSR-Award Finder für Nutzende



Quelle: Eigene Darstellung.

Voreingestellt sind fünf Filterkategorien (Status des Awards, Branche, Schwerpunkt der Nachhaltigkeitsdimension, Art der Bewerbung und Art der Nachweise). Diese lassen sich einfach mit zehn weiteren Filtern von den Nutzenden auf der Oberfläche austauschen. Der Name des Awards ist an der ersten Stelle festgepinnt und immer sichtbar. Weitere Variablen sind in der Datenbank hinterlegt und können von den Administratoren (Backend) optional hinzugefügt werden. Insgesamt sind folgende Filterkategorien voreingestellt und frei wählbar:

- Bewerbung
- Bewerbungsende
- Branche
- Dotierung
- Feedback
- Methodikpartner
- Nachhaltigkeit
- Nachweise
- Netzwerke
- Status
- Teilnahmegebiet
- Teilnahmegebühr
- Unternehmensgröße
- Vergabegremium
- Vergabeinstitution

Mit einer freien Schlagwortsuche (Suchleiste) kann der komplette Datensatz durchsucht werden. Die Suchergebnisse werden übersichtlich in Form einer Tabelle angezeigt, die auf die individuellen Bedürfnisse weiter angepasst oder alphabetisch sortiert werden kann. Mit der Weiterentwicklung des Tools 2024 (siehe Kapitel 3.4) wurde die Suche in der Datenbank auf Text-Einträge und Erklärungen in den Profilblättern erweitert.

Profilblätter. Ein wichtiges Kernelement des Finders sind diese Profilblätter. Alle relevanten Informationen zu einem Award können in Form eines umfangreichen Profilblattes (PDF) heruntergeladen werden (siehe Abbildung 10). Auf dem zwei- bis dreiseitigen Profilblatt sind die Kontaktdaten zu der Vergabeinstitution und ein Link zur Website des Wettbewerbs oder der Vergabeinstitution aktivierbar. Unterteilt ist das Profilblatt in A) Allgemeines, B) Teilnahmeberechtigte, C) Art der Bewerbung, D) Vergabeverfahren und Gremien, E) Preisträger der Vorjahre. Fehlende oder unklare Informationen bleiben im CSR-Award Finder ein leeres Feld, im Profilblatt wird dies als „k.A.“ oder „keine Angabe“ vermerkt. Dies schließt auch ein Nein oder Nichtzutreffen ein. Alle Informationen auf dem Profilblatt basieren auf der Sammlung des Forschungsteams. Nach der Weiterentwicklung des Tools 2024 liegen diese Informationen mit einer optisch äquivalenten Gestaltung des Profilblatt als URL zugrunde und basiert aus dem Selbsteintrag der Vergabeinstitution nach dessen Teilnahme am Update 2024 (siehe Abbildung 11). Das Profilblatt kann von Interessierten als PDF generiert und gespeichert werden.

Abbildung 10: Beispiel eines Profilblatts im Tool CSR-Award Finder (Sammlung 2022)

The image displays two screenshots of the CSR-Award Finder profile page for the '04 B.A.U.M. | Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis'. The left screenshot shows the general information (A) and award details (B). The right screenshot shows the award history (C) and the list of winners (D).

Section A: Allgemeines

- Vergabeinstitution (V):** B.A.U.M. (Bundesdeutsche Arbeitsgemeinschaft für Umweltbewusstes Handeln e.V.)
- Adresse - Gremien:** Osterstraße 55, 20259 Hamburg
- Telefon:** +49 (0) 40 - 49 07 11 00
- E-Mail:** info@baum.de
- Internet:** https://www.baum.de/awards/ueh.html

Section B: Vergabeverfahren und Gremien

- Vergabeverfahren:** Die Kandidaturen können sich auf Eigeninitiative bewerben, alternativ werden sie durch Dritte oder von B.A.U.M. e.V. vorgeschlagen.
- Form der Prüfverfahren:** Eine weitere Angabe
- Bewertungskriterien:** Nachhaltigkeit/Transparenz, Soziale/Politik/Ökonomie/Management, Schwachpunkt/Ökologie, Schwachpunkt/Soziales, k.A.
- Jury / Bewertungsgremium:** Ja, Art: Expertenjury, Zusammensetzung: Eiden und Mann, Anzahl der Juroren (2019): 2
- Experte / Juror:** Prof. Dr. Maximilian Siegel, B.A.U.M. e.V. (Vorsitz), Martin Ockens, B.A.U.M. e.V.
- Wissenschaft:** Prof. Dr. Natalie Eßig, Hochschule Bochum; Prof. Dr. Anja Grottel, Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin; Prof. Dr. Carole Harms, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW); Prof. Dr. Karsten Kuhn, TU Hamburg; Prof. Dr. Jochen Pöppel, Hochschule Hannover; Prof. Dr. Sarah Schallger, Centre for Sustainability Management der Leuphana Universität Lüneburg; Prof. Dr. Ralfmund Schwane, Max-Müller-Zentrum für Umweltforschung; Prof. Dr. Manfred Siegel, Hochschule Ostwestfalen-Lippe
- NGO:** Una Nihil, Club of Rome
- Juror (2019):** Dr. Thomas E. Banning, NATURSTROM AG; Dagmar Polzella, Bau-Finanz GmbH & Co. KG; Dr. Wolfram Grottel, Case Group; Birgit Henkel, Deutsche Post AG; Alexander Heide, Assensius GmbH; Walter Korten, BSH Hausgeräte GmbH; Ralf Lohse, Crocus Life s.r.l.; Bernhard Schirmer, Robert Bosch GmbH; Dr. Stefan Seifert, Virens Group; Ulrich Winkler, Ulrich Winkler GmbH/Lebenaubum; Dr. Jens Wittenberg, Virens Group
- Andere:** Sven Pöppel, WaterScope; Foti Luchian, Neum Wirtschaftswissenschaften; Nina Schöcher, Moderation und Schaubühnen; André Kuhn, Arel Futura Gesellschaft; Oliver Grundmann, M&S CO2-Fraktion; Ralf-Jens Heide, Die Linke; Judith Stauder, M&S FDP; Carsten Toppel, M&S SPD; Manfred Ockens, N&U.

Section C: Art der Bewerbung / Teilnahme

- Verfügbarkeit von Bewerbungsunterlagen:** Freie Verfügung, Kostenlos/Regulierung, Ja, Öffentlich/Geheim, nein, Aktuell/nicht verfügbar, k.A., Ja
- Selbstbewerbung (Teilnehmer):** Ja, Die Kandidaturen können sich auf Eigeninitiative mittels Fragebogen bewerben.
- Vorschlag (Dritte):** Ja, Möglich
- Auswahlverfahren (V):** Ja, Alternativ werden Kandidaturen durch B.A.U.M. e.V. vorgeschlagen.
- Teilnahmegebühr:** nein, Höhe der Teilnahmegebühr

Section D: Preisträger der Vorjahre

Kategorie	Beschreibung	Jahr	Preisträger 2019	Preis/Unternehmen	Anzahl (Vorjahre)
Internationaler B.A.U.M.-Sonderpreis	Personen, die sich auf besondere Weise für den internationalen Natur- und Umweltschutz bei in anderen Bereichen engagieren.	2004	1 Prof. Dr. Hans-Joachim Sundepräsident e.O. 1 Dr. Soeren - Rüdiger Soeren		2
Größunternehmen	Personen, die das Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement verstanden und speziell umsetzen, die 'Topper' sind. Diese sind für nachhaltige Entwicklung in ihrem Unternehmen stehen.	1993	1 Thomas Fuhr - Globe AG 1 Antje-Gabriele Leuchmann - SV Wacker Bismar GmbH & Co. O&B		1
Kleine und mittelständische Unternehmen	Personen, die das Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement verstanden und speziell umsetzen, die 'Topper' sind. Diese sind für nachhaltige Entwicklung in ihrem Unternehmen stehen.	1993	1 Dr. Philipp Lehmann - W&A Metallbau GmbH 1 Barbara Schell - Anzecher Motoren Schell GmbH		2
Medien	Journalisten, die sich durch ihre Publikationen um Umweltschutz und Nachhaltigkeit verdient gemacht haben. Schwerpunkt: Aufbereitung der Nachhaltigkeitsberichte für eine Öffentlichkeit, auf Aufklärung und Berichterstattung.	2000	1 Christian Grottel - Die Zeit		1
Digitalisierung	Personen, die das Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement verstanden und speziell umsetzen, die 'Topper' sind. Diese sind für nachhaltige Entwicklung in ihrem Unternehmen stehen.	2019	1 Christian Kroll - Sozeo GmbH		1

Quelle: Screenshot csr-awardfinder.de.

Abbildung 11: Beispiel eines Profilblatts im Tool CSR-Award Finder (Update 2024)

B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis				Freigabe / zuletzt geprüft	08.04.2022						
Vergebene Institution(en) (VI)	Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltschweiges Management (B.A.U.M.) e.V.	Art der VI									
		Stadt	NPO								
Adresse * Kontaktadresse	Odenstraße 55 20259 Hamburg	Wissenschaft	Unternehmen								
Telefon											
E-Mail											
Internet	https://www.baume.de/Auszeichnung.html										
A) Allgemeines zum Award											
Idee / Beschreibung	Der B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis wird seit 1993 in Personalkategorien verliehen, die sich im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes durch langjährige herausragendes Engagement und beispielhafte Initiativen im Bereich Umweltschutz und eine nachhaltige Entwicklung verdient gemacht haben. Ausgezeichnet werden Unternehmensvertreter, Wissenschaftler, Medienvertreter und Vertreter von Institutionen. Bewusst werden engagierte Einzelpersonen und nicht-Organisationen ausgezeichnet, um die Arbeit der "Macher" in Unternehmen und Institutionen, die Arbeit daran, die das Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement voranzutreiben und operativ umsetzen, anzuerkennen. Seit 2004 wird auch ein internationaler B.A.U.M.-Sonderpreis an bekannte Persönlichkeiten vergeben, die sich auf besondere Weise für den internationalen Natur- und Umweltschutz bzw. im sozialen Bereich engagieren.										
Vergabe seit	1993	Bewerungsbeginn			Bewerhungsende						
Vergaberhythmus	Jährlich	Preisverleihung			September						
Vergabefähigkeit (als Stand des Eintrages)	26	Ort der Preisverleihung	Hamburg	Bundesland	Hamburg						
Vergabestatus	laufend	Rahmen der Preisverleihung	im Rahmen einer Tagung / Kongress								
Awardtyp											
Nachhaltigkeitsorientierung											
Nachhaltigkeitsbewertung des Awards	Level der Nachhaltigkeit		Level des Veranstaltungsmanagement		Level der Transparenz						
	Überwiegend nicht nachhaltig Vorwiegend nachhaltig		Überwiegend nicht nachhaltig Vorwiegend nachhaltig		Überwiegend nicht transparent Vorwiegend transparent						
Anzahl der Preiskategorien	Insgesamt	6	Nachhaltigkeit von Unternehmen	5	Kritische und interdisziplinäre Unternehmen						
Beschreibung der Preiskategorien (Nachhaltigkeit von Unternehmen)	-										
Honorierung	Tropfen	X	Umlauf	X	Gewinn des Vorjahres	X	Dotation		Laubförmig (offiziell)	X	
	Logo / Label		Feedback / Einzelbewertung		Netzwerk		Andere				
Partner / Unterstützer	Staat als Sponsor		Sponsoren	X	Mitgliederpartner	X	Mitwirkpartner				
Besonderheiten											
B) Teilnahmeberechtigte / Zielgruppe											
Teilnahmeausschluss (Regelverbot)	Nein										
Zielgruppe (allgemein)	Offen für alle	Unternehmen	X	Kommune		Wissenschaft	X	Bildung	X	Andere	X
Zielgruppe (Raum)	Offen für alle										
Zielgruppe (Unternehmensgröße)	Offen für alle	Klein & mittel		Mittel		Groß					
Zielgruppe (Wirtschaftszweig)	Offen für alle Branchen										
Zielgruppe (Unternehmensstruktur)	Offen für alle	Unternehmen gesamt		Projekte		Produkte		Personen	X		
Besonderheiten											
C) Art der Bewerbung / Teilnahme											
Verfügbarkeit von Bewerbungsunterlagen	Immer frei verfügbar	Nach kostenloser Registrierung		Nach kostenpflichtiger Registrierung							
Art der Bewerbung	Selbstbewerbung	Drittschritt		Auswahl durch Vergabeneinstellung							
Teilnahmegebühr	Weitere Kosten		Nein								
Besonderheiten											
D) Form der Nachweise / Informationsquellen											
Video-Selbsttest	Ja										
Selbstauskunft der Teilnehmer	Nein	(Online-) Befragung	Berichte	Zertifizierung(en)	Standard(s)	Andere					
Fremdauskunft durch VI / Juroren / Dritte	Nein	Gespräch mit Bewerber	Vor-Ort-Besuch	Desk-Check	Drittschritt / Befragung	Andere					
Besonderheiten											
E) Vergabeverfahren und Gremien											
Vergabeverfahren											
Form der Prüfkriterien	Letztinstanz	Gemeine Prüfkriterien (KPI)	Verschiedene Kriterien		Gewichtung						
Bewertungsinhalte	Nachhaltigkeit-Tripas	X	Sonderpunkt Ökonomie / Management	Sonderpunkt Ökologie	Sonderpunkt Soziales						
Jury / Bewertungsgrremium	Zusammensetzung der Jury		intern und extern besetztes Gremium								
Juroren (Gruppen)	Eigene / intern	X	Staat	Wissenschaft	X						
	NPO	X	Unternehmen	Andere	X						
Öffentliche Abstimmung	Nein										
Überprüfung des Verfahrens	Nein										
F) Preisträger der Vorjahre (Auswahl)											
Preisträger	Kategorie		Jahr								
-	-		-								

Quelle: Screenshot csr-awardfinder.de.

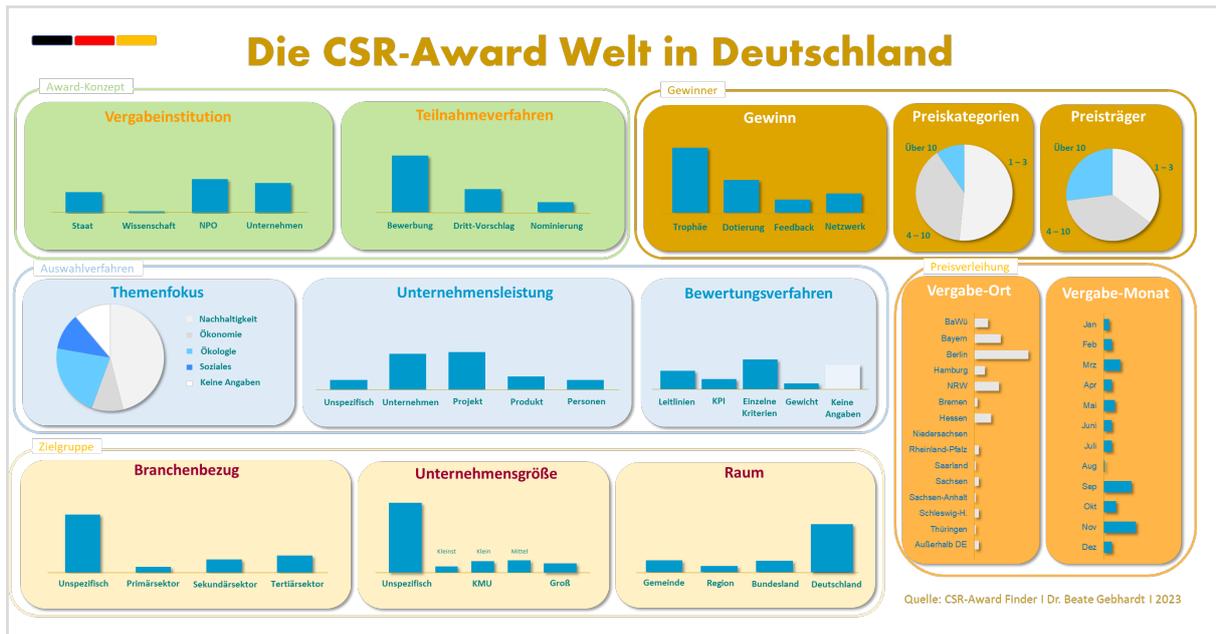
4.2 Die Award-Welt im CSR-Award Finder

Ein Einblick, welche Awards es in Deutschland für Unternehmen gibt und was sie charakterisiert, beinhaltet die „CSR-Award Welt“ in Abschnitt 4.2.1. Diese basiert auf den Einträgen im CSR-Award Finder zum Zeitpunkt Dezember 2023. Die Erweiterung um landwirtschaftsbezogene Preise wird in Abschnitt 4.2.2 beschrieben. In Abschnitt 4.2.3 werden außerdem das Interesse an der CSR-Award Welt und dem CSR-Award Finder anhand der Befragungen von Landwirt*innen und landwirtschaftsnahen Verbänden dargelegt.

4.2.1 Die CSR-Award Welt für Unternehmen aller Branchen

Im CSR-Award Finder sind 122 Wettbewerbe geführt, die als „laufende“ Wettbewerbe anzusehen sind und die sich allgemein an Unternehmen richten. Die branchenbezogene Erweiterung um 20 CSR-Awards, die gezielt landwirtschaftliche Betriebe auszeichnen sowie Wettbewerbe deren Status unklar ist oder die ausgesetzt sind, bleiben im Mapping der CSR-Award Welt in Abbildung 12 ausgeblendet. Das Mapping repräsentiert damit die CSR-Award Welt für Unternehmen insgesamt. Die Sammlung beruht auf einer systematischen Bestandsaufnahme von Preisen und Wettbewerben, die exzellente Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen in Deutschland prämiieren (siehe Kapitel 3.4).

Abbildung 12: Die CSR-Award Welt in Deutschland



Quelle: Eigene Darstellung anhand der Awardsammlung im CSR-Award Finder (Stand 12/2023).

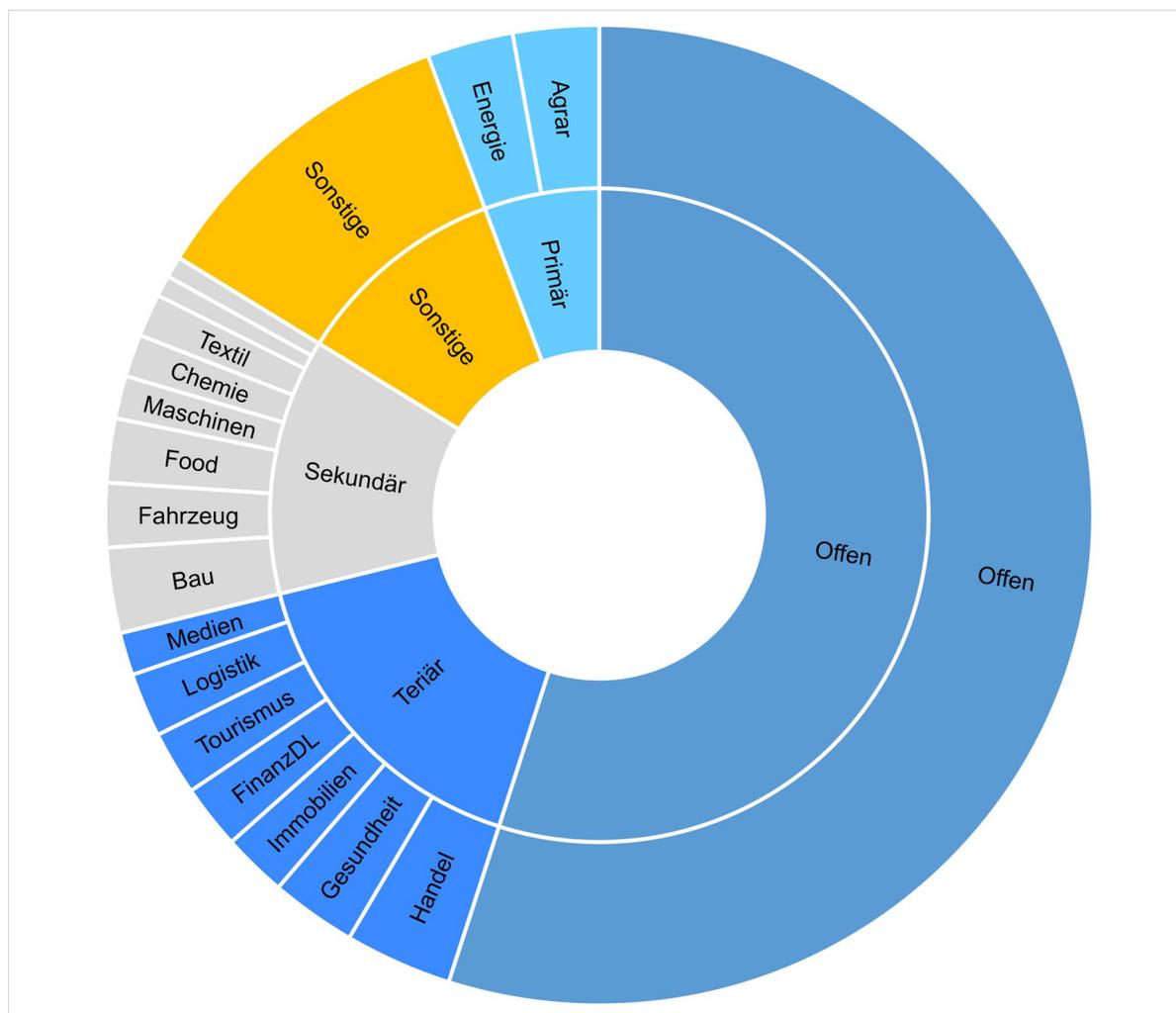
Das Mapping der CSR-Award Welt in Abbildung 12 verdeutlicht die Vielfalt der Awards in Deutschland und ihre unterschiedliche Gestaltung. Betrachtet werden hierfür eine Auswahl an Parametern in den Bereichen Award-Konzept, Auswahlverfahren, Zielgruppe sowie Gewinnmöglichkeiten und Preisverleihung. Hieraus werden im folgenden Streiflicht CSR-Awards in Deutschland beschrieben.

Vergabeorganisationen von CSR-Awards sind oftmals Verbände, Stiftungen oder andere Institutionen, die den NPOs (Non-Profit-Organisationen) zugeordnet werden können. Fast ebenso häufig übernehmen Unternehmen diese Rolle, teils auch staatliche Einrichtungen. Seltener hingegen verleihen wissenschaftliche Einrichtungen einen CSR-Award. Es gibt überwiegend Awards für besondere Leistungen des gesamten Unternehmens und für einzelne Projekte, seltener für Produkte, Personen und Innovationen von Unternehmen. Es gibt vor allem Awards, für die man sich selbst bewerben kann, seltener solche, in die Unternehmen nach einem Dritt-vorschlag oder der Nominierung durch die Vergabeinstitution selbst eingebunden und vermessen werden. Die Spannweite der Anforderungen in Wettbewerben ist ebenfalls groß. Einige Awards haben detaillierte Anforderungen und sichtbare Prüfkriterien. Viele Awards bleiben vage in ihren Anforderungen, legen Leitlinien oder einzelne Kriterien offen. Oft fehlt es damit an Transparenz, warum ein/e Preisträger*in zum/r Preisträger*in wurde, welche Vergabekriterien dafür angelegt wurden, wer über die Vergabe entschieden hat oder wer den finanziellen Rahmen legte, dass eine solche Entscheidung getroffen werden kann.

Alle Awards dieses Mapping folgen – entsprechend der Vorgehensweise der Sammlung (siehe Kapitel 3.4) – dem Leitbild Nachhaltigkeit, haben aber zum Teil unterschiedliche Schwerpunkte. Die meisten Awards sprechen alle den Trias, die drei Säulen der Nachhaltigkeit, an, gefolgt von Awards, die den Schwerpunkt auf die ökologische Dimension legen.

„High Season“ der Preisverleihungen ist im Herbst eines jeden Jahres, bevorzugter Ort der Preisverleihung ist Berlin. Als Gewinn erwartet die Besten meist eine Trophäe, manchmal auch eine Dotierung. Das von Unternehmen gewünschte individuelle Feedback oder eine Einzelauswertung (Gebhardt & Fülle 2028; Gebhardt & Hellstern 2024a) liefern die wenigsten Awards in dem vorliegenden Sample. Oft nur auf Anfrage. Ein Netzwerk der Teilnehmenden oder Prämierten der Awardvergabe pflegen ebenfalls wenige Wettbewerbe.

Abbildung 13: Die CSR-Award Welt nach adressierten Sektoren und Branchen



Legende: Auswahl: Ohne ausgesetzte Awards und ohne branchenspezifische Erweiterung (Landwirtschaft). N=122

Quelle: Eigene Darstellung anhand der Awardsammlung im CSR-Award Finder (Stand 12/2023).

Überwiegend steht allen Unternehmen in Deutschland eine Teilnahme bei den ausgewählten CSR-Awards offen. Spezifische Zielgruppen der Awardteilnahme werden beispielsweise nach deren Branchenbezug, der Unternehmensgröße oder dem Geschäftssitz festgelegt. Abbildung 13 verdeutlicht am Beispiel der von Awards adressierten Sektoren und Branchen, eine große Offenheit in der Zielgruppe. Mehr als die Hälfte der Awards stehen allen Unternehmen offen. Daneben gibt es einige exklusive Awards für bestimmte Wirtschaftszweige. Für einen landwirtschaftlichen Betrieb stehen demnach neben vier Branchenawards, weitere 78 unspezialisierte („offene“) Wettbewerbe zur Teilnahme offen. Im Dienstleistungssektor (Tertiär) und im produzierenden Gewerbe (Sekundär) gibt es etwas mehr Branchenawards. Für den Handel werden die meisten spezialisierten Awards geführt.

4.2.2 Die CSR-Awards für Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft

CSR-Awards, die sich gezielt an die Land- und Forstwirtschaft, die Lebensmittelverarbeitung oder den Handel richten, sind in Tabelle 11 namentlich zusammengestellt. Darunter gibt es Wettbewerbe, die sich als Ganzes oder in einzelnen Preiskategorien exklusiv an diesen Sektor ausrichten. Weitere 78 Awards, die im CSR-Award Finder gelistet werden, sind branchenunspezifisch an alle Unternehmen gerichtet und damit ebenso für den Agrar- und Ernährungssektor offen und interessierten Landwirt*innen möglich, daran teilzunehmen.

Tabelle 11: Awards im Agrar- und Ernährungssektor (gelistet im CSR-Award Finder)

Unspezifisch	Zielgruppe Agrar / Land- und Forstwirtschaft	Zielgruppe Food / Verarbeitung	Zielgruppe Handel
78	17	7	7
(ohne Aufzählung)	<ul style="list-style-type: none"> • #beebetter-Award • Bayerischer Nutztierwohl-Preis • Bundeswettbewerb Ökologischer Landbau • CeresAward • G.A.P. Awards • IGW - StartUp-Days • Milchlandpreis • Nachhaltigkeitspreis der deutschen Baumschulwirtschaft • Natura-2000-Landwirt*innen • OFIA Preis (Organic Farming Innovation Award) • One World Award • Preis für nachhaltige Ernährung und Landwirtschaft • Preis für Nachhaltigkeit (Rheinessenwein) • Regional-Star Award • Staatspreis für vorbildliche Waldbewirtschaftung • Tiergerechte und umweltverträgliche Haltung in Sachsen • WWF Baltic Sea Farmer of the Year Award 	<ul style="list-style-type: none"> • BIOwelt Award • Deutscher Fairness-Preis • Förderpreis Stiftung Goldener Zuckerhut • IGW - StartUp-Days • One World Award • Regional-Star Award 	<ul style="list-style-type: none"> • Corporate Health Award • Deutscher Fairness-Preis • Förderpreis Stiftung Goldener Zuckerhut • Nachhaltigkeitspreis Logistik • Nachhaltigkeitspreis Mainfranken • One World Award • TASPO-Award

Quelle: Eigene Darstellung anhand der Awardsammlung im CSR-Award Finder (2023). Alphabetische Sortierung.

Im CSR-Award Finder werden die Idee bzw. die Zielsetzung beispielhaft ausgewählter Awards in folgendem Wortlaut beschrieben:

- *Ceres Award*. Der Deutsche Landwirtschaftsverlag (dlv) zeichnet mit dem CeresAward außergewöhnliche Leistungen der Landwirte in Deutschland in elf Kategorien aus. Jeder Teilnehmer kann sich für mehrere Kategorien bewerben. Aus allen Kategorie-siegern wird zudem der „Landwirt des Jahres“ oder die „Landwirtin des Jahres“ gekürt. Entscheidend sind nicht höchste Leistungen auf dem Feld oder im Stall, sondern beste wirtschaftliche Ergebnisse bei gleichzeitiger Berücksichtigung bäuerlicher Unternehmertugenden wie Mut, Ideenreichtum sowie Verantwortungsbewusstsein für Familie, Betrieb, Tier, Natur und Gesellschaft. Die Auszeichnung bietet eine öffentlichkeitswirksame Plattform, um die Fähigkeiten und bedeutenden Leistungen der Landwirte in Deutschland hervorzuheben.
- *Bundeswettbewerb Ökologischer Landbau*. Ausgezeichnet werden vom BMEL, organisiert durch das BLE, seit 2001 ökologisch wirtschaftende Betriebe, die u.a. mit einem besonderen oder neuartigen gesamtbetrieblichen Konzept in punkto Nachhaltigkeit Vorreiter sind. Landwirtschaftliche Betriebe können sich auch im Verbund mit Verarbeitungs- und Vermarktungsbetrieben oder als Erzeugergemeinschaft bewerben. Wichtig ist, dass die Leistungen der Preisträger auf andere Betriebe übertragbar sind, und damit die Akzeptanz für den ökologischen Landbau erhöht und so den Weg für eine Ausdehnung ökologisch bewirtschafteter Flächen in Deutschland geebnet wird.
- *Deutscher Nachhaltigkeitspreis*. Seit 2008 sucht die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e. V. jedes Jahr kreative Lösungen für die Herausforderungen von morgen: Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis (DNP), Europas größte Auszeichnung für ökologisches und soziales Engagement, würdigt Spitzenleistungen der Nachhaltigkeit in sechs unterschiedlichen Wettbewerben wie Wirtschaft, Forschung, Architektur oder Kommunen mit insgesamt 12 Preiskategorieen (Stand 2019). Weitere, teils wechselnde Sonderpreis(e) werden ausgelobt. 2015 wurde der „Next Economy Award“ (NEA) dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis zugeordnet. In verschiedenen fachbezogenen Kooperationen mit Verbänden, Unternehmen oder Organisationen werden die Preise vergeben. Die Bundesregierung bzw. verschiedene Bundesministerien unterstützen den DNP bzw. übernehmen die Schirmherrschaften.⁷

⁷ Das Konzept und die Methodik des Deutschen Nachhaltigkeitspreis wurden im Jahr 2023 umgestellt, der Wettbewerb für Unternehmen richtet sich nun an 100 Branchen, darunter an die Land- und Forstwirtschaft mit 3 Kategorien (Branchen) und an die Nahrungs- und Genussmittelindustrie mit 10 Kategorien (Branchen).

- *Deutscher Umweltpreis.* Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) vergibt seit 1993 jedes Jahr die mit 500.000 Euro höchstdotierte Umweltauszeichnung Europas. Damit ehrt sie Persönlichkeiten für herausragende Leistungen und ihren Einsatz im Umweltschutz. Ausgezeichnet werden Leistungen und Einsatz, die entscheidend und vorbildhaft zum Schutz und zum Erhalt der Umwelt beitragen – gegenwärtig und in Zukunft. Die Auszeichnung honoriert Personen, deren innovative Produkte, technische Prozessverbesserungen, erfolgreiche Forschungsergebnisse oder deren gesamte Lebensleistung im Zeichen eines nachhaltigen Umweltschutzes stehen. Die Vergabe des Deutschen Umweltpreises gehört zu den wichtigsten Aufgaben der DBU. Die Nominierten unterliegen Prüfkriterien, die sich an den zentralen Förderkriterien der DBU orientieren. Das Kuratorium der DBU entscheidet i.d.R. das Preisgeld auf zwei Personen zu verteilen. Die Verleihung erfolgt an jährlich wechselnden Veranstaltungsorten.⁸

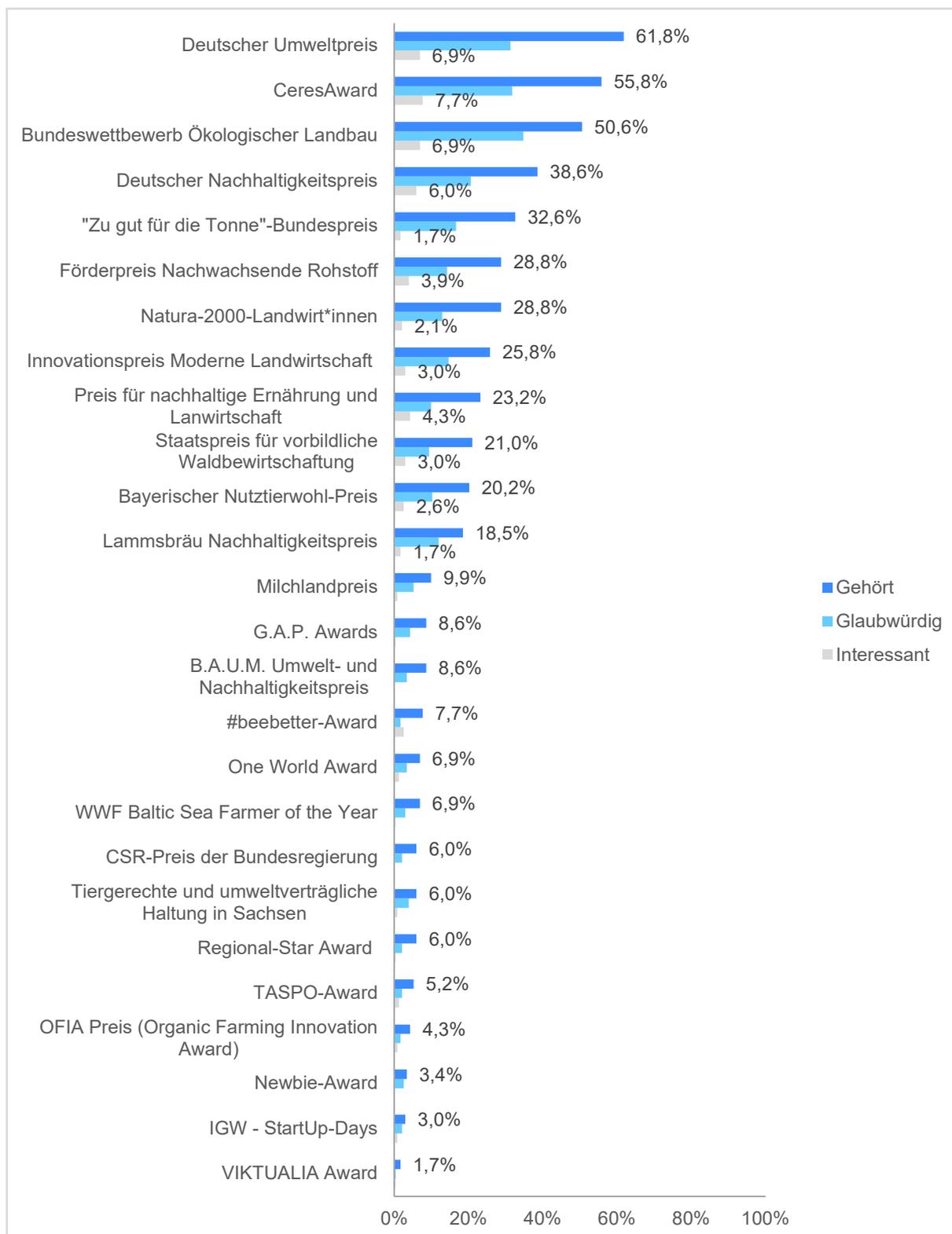
4.3 Bekanntheit und Interesse an der CSR-Award Welt

Bekanntheit von Awards. Die drei bekanntesten Awards mit Agrarbezug unter Landwirt*innen sind der „CeresAward“ (55,8%), der „Bundeswettbewerb Ökologischer Landbau“ (50,6%) und der „Zu gut für die Tonne“-Bundespreis (32,6%). Die drei bekanntesten allgemeinen Nachhaltigkeitsawards sind der „Deutsche Umweltpreis“ (61,8%), der „Deutsche Nachhaltigkeitspreis“ (28,6%), etwas weniger bekannt ist der Lammsbräu Nachhaltigkeitspreis (18,5%). Am glaubwürdigsten bewerten Landwirt*innen (34,8%) und landwirtschaftsnahe Verbände (38,3%) den „Bundeswettbewerb Ökologischer Landbau“. Das größte Interesse haben Landwirt*innen mit dem „CeresAward“ (7,7%) ausgezeichnet zu werden. Diesen bewerten Verbände ebenfalls als am interessantesten für ihre Mitglieder*innen (34,0%).

Dieses Votum von Landwirt*innen und landwirtschaftsnahen Verbänden beruht auf dem Crowd-Screening, der Online-Umfragen vom Sommer 2022. In Abbildung 14 sind zu beurteilenden Awards zusammengefasst aus Sicht der befragten Landwirt*innen (n=310) und in Abbildung 15 aus Sicht der befragten Verbände (n=47) gelistet. Auffällig ist das geringere Interesse von Landwirt*innen an eine Award-Auszeichnung gegenüber dem vermuteten Interesse ihrer Verbände, außerdem auch im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen, wie in Gebhardt & Hellstern (2023) dargelegt wird.

⁸ Der Deutsche Umweltpreis im Jahr 2022 ging an Myriam Rapior vom Umweltverband BUND und Kathrin Muus als Vertreterin der Landwirtschaft. Sie wurden für ihr Engagement in der Zukunftskommission Landwirtschaft (ZKL) ausgezeichnet.

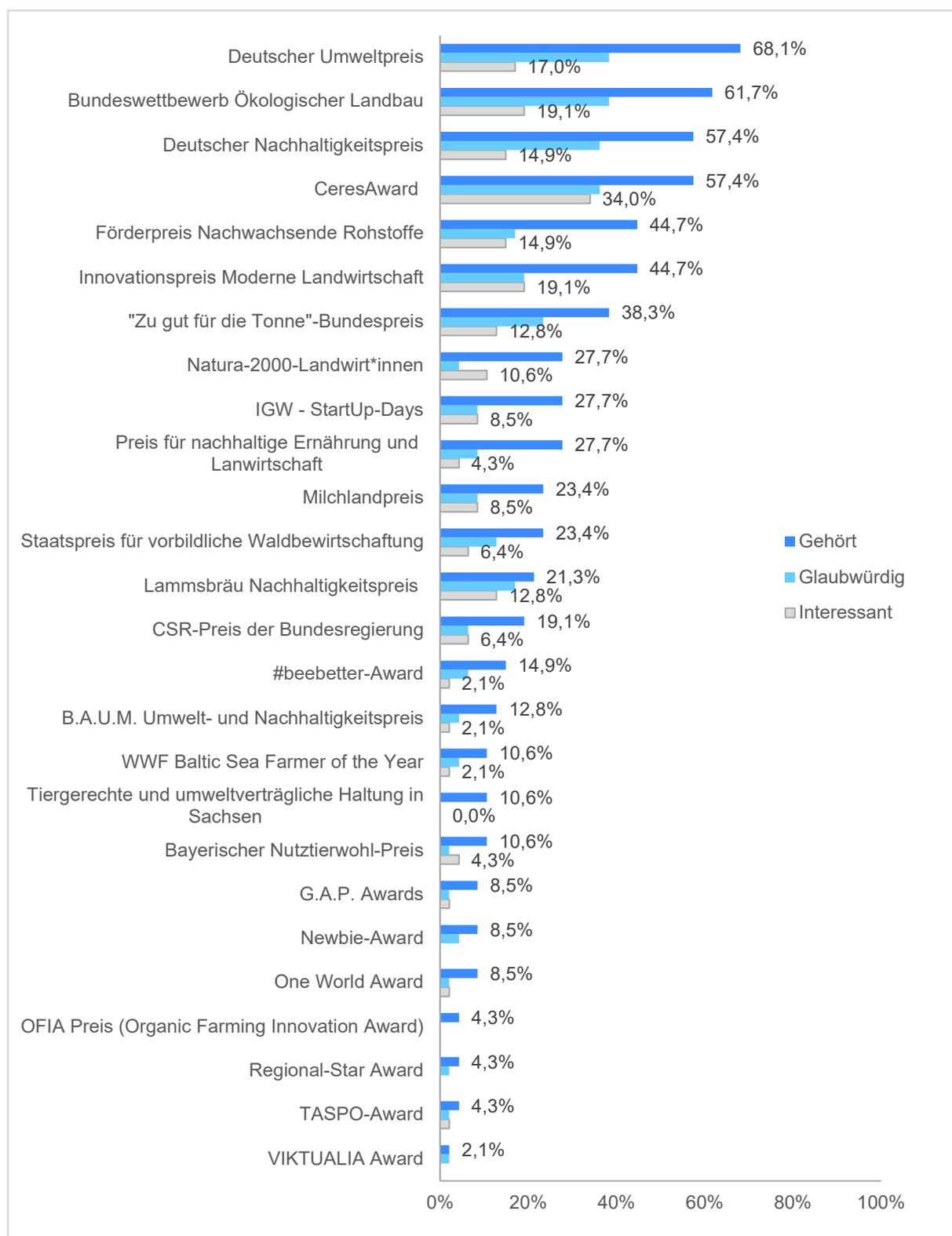
Abbildung 14: Bekanntheit und Interesse an CSR-Awards – Die Sicht von Landwirt*innen



Legende: Fragewortlaut: „Zum Ende des Fragebogens sehen Sie eine Liste mit 26 landwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsawards. Diese richten sich aktuell an Sie! Bitte klicken Sie nacheinander für jeden dieser Awards an (Mehrfachauswahl möglich): a) Nein, kenne ich überhaupt nicht. b) Ja, schon einmal gehört. Bitte beurteilen Sie außerdem c) und d), sofern Sie von dem Award gehört haben (b). c) Ist glaubwürdig d) Habe Interesse (erneut) teilzunehmen bzw. damit ausgezeichnet werden“, n=233.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022.

Abbildung 15: Bekanntheit und Interesse an CSR-Awards – Die Sicht von Verbänden



Legende: Fragewortlaut: „Zum Ende des Fragebogens sehen Sie eine Liste mit 26 landwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsawards. Diese richten sich aktuell an Landwirte und Landwirtinnen! Bitte klicken Sie nacheinander für jeden dieser Awards an (Mehrfachauswahl möglich): a) Nein, kenne ich überhaupt nicht. b) Ja, schon einmal gehört. Bitte beurteilen Sie außerdem c) und d), sofern Sie von dem Award gehört haben (b), c) Ist glaubwürdig d) Ist interessant für unsere Mitglieder“, n=47.

Quelle: Eigene Darstellung, Verbands-Befragung 2022.

In einer deutschlandweiten Befragung von Unternehmen aller Branchen von Gebhardt & Hellstern (2024a) im Projekt SIEGER liegen die Bekanntheitswerte der CSR-Awards auf einem vergleichsweise ähnlich hohen Niveau wie in den Befragungen im Projekt NEAL. Dementgegen bekunden die befragten Landwirt*innen (LW) jedoch ein geringeres Interesse an einer bestimmten Auszeichnung: 6,9 Prozent der Landwirt*innen haben Interesse an einer Auszeichnung mit dem Deutschen Umweltpreis und 6,0 Prozent möchten mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet werden; unter den Unternehmen in Deutschland sind es rund 15 bzw. 13 Prozent (Gebhardt & Hellstern 2024a). Die höchste Interessensbekundung von Landwirt*innen am „CeresAward“ (7,7%) liegt ebenfalls deutlich unter dem höchsten Interesse das Unternehmen aller Branchen an einer Awardauszeichnung haben, dem „Deutschen Umweltpreis“ (28,8%),

Interesse an Awards. Ein generell eher geringes Interesse von Landwirt*innen an Awards zeigen auch die Statements in Tabelle 12. Das grundlegende Interesse an einem Nachhaltigkeitsaward teilzunehmen ist bei einer kleinen Gruppe der befragten Landwirt*innen (LW: 7,4%; D: 19,4%) sehr hoch. 36,9 Prozent (LW; D: 5,6%) haben derzeit jedoch überhaupt kein Interesse an der Teilnahme an Nachhaltigkeitsawards (siehe Abbildung 16).

Tabelle 12: Situation und Einstellungen zur CSR-Award Welt – Die Sicht von Landwirt*innen

Landwirt*innen (Umfrage A)		Gesamt LW (N = 310)		darunter				D (alle Branchen) (N = 72)	
				Ö (N = 129)		K (N = 122)			
		N	%	N	%	N	%	N	%
Interesse an NHA	Mittelwert / STD	4,42	1,635	4,20	1,641	4,67	1,532	2,65	1,334
	1=sehr hoch	20	7,4	9	7,4	6	5,2	14	19,4
	2	26	9,6	14	11,5	9	7,8	22	30,6
	3	30	11,1	20	16,4	9	7,8	23	31,9
	4	40	14,8	16	13,1	18	15,7	5	6,9
	5	55	20,3	26	21,3	24	20,9	4	5,6
	6=überhaupt nicht hoch	100	36,9	37	30,3	49	42,6	4	5,6
Bewerbung um NHA	Ja, einmal	10	3,5	9	7,0	1	,8	11	14,7
	Ja, mehrmals	2	0,7	0	0	2	1,6	28	37,3
	Nein, noch nie	262	91,6	117	90,7	113	92,6	33	44,0
	Keine Angabe/ nicht bekannt	12	4,2	3	2,3	6	4,9	3	4,0
NHA erhalten	Ja, einmal	3	1,1	3	2,3	0	0	16	21,3
	Ja, mehrmals	3	1,1	0	0	3	2,5	11	14,7
	Nein, noch nie	262	92,3	120	93,0	111	91,7	7	9,3
	K.A. / nicht bekannt	16	5,6	6	4,7	7	5,8	37	49,3
Zukünftige Teilnahme- bereitschaft an NHA	Häufiger teilnehmen	44	15,8	22	17,1	13	10,8	-	-
	Genauso oft teilnehmen	44	15,8	26	20,2	15	12,5	-	-
	Seltener teilnehmen	42	15,1	16	12,4	20	16,7	-	-
	Überhaupt nicht teilnehmen	149	53,4	62	48,1	72	60,0	-	-
Interesse an Award-Finder	Ja	89	31,8	44	34,4	34	28,1	42*	85,1*
	Nein	191	68,2	84	65,6	87	71,9	7*-	14,9*

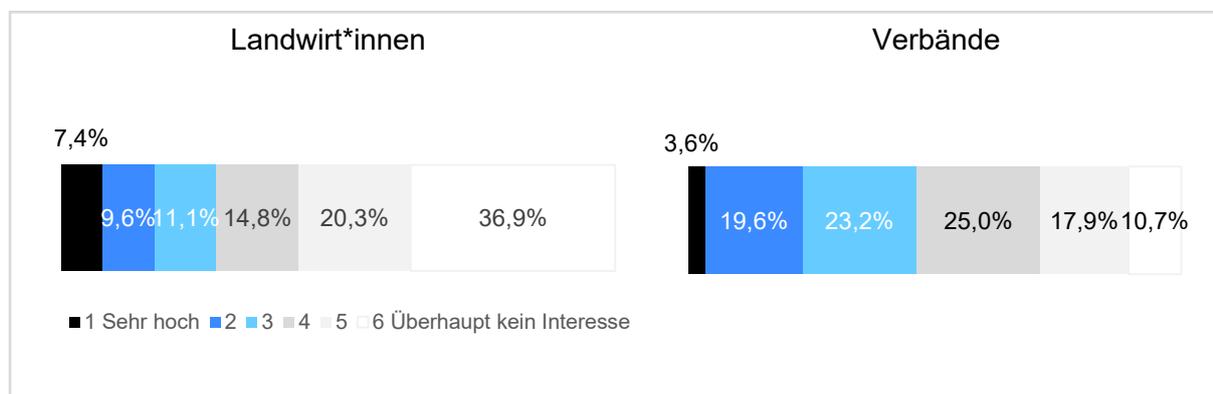
Legende: NHA – Nachhaltigkeitsaward; D – Deutschland; LW – Landwirt*innen.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Unternehmens-Befragung 2023.

Teilnahme an Wettbewerben. Bereits einmal haben sich 3,5 Prozent der befragten Landwirt*innen für einen Nachhaltigkeitsaward beworben – 0,7 Prozent haben sich bereits mehrmals (2- bis 5-mal) beworben. Der größte Teil der Landwirt*innen (91,6%) jedoch hat sich noch nie für einen Nachhaltigkeitsaward beworben. Dementsprechend gering ist die Anzahl jener, die schon einmal (1,1%) oder mehrmals (2- bis 5-mal) (1,1%) einen Nachhaltigkeitsaward erhalten haben. Zukünftig möchten 15,8 Prozent der Landwirt*innen häufiger an Nachhaltigkeitsawards, 15,8 Prozent genauso oft, 15,1 Prozent seltener und 53,4 Prozent überhaupt nicht teilnehmen.

Interesse an CSR-Award Finder. Interesse an einem Award-Finder haben 31,8 Prozent der befragten Landwirt*innen. 28,6 Prozent der befragten Verbände erwarten ein entsprechendes Interesse unter ihren Mitgliedern (siehe Abbildung 17).

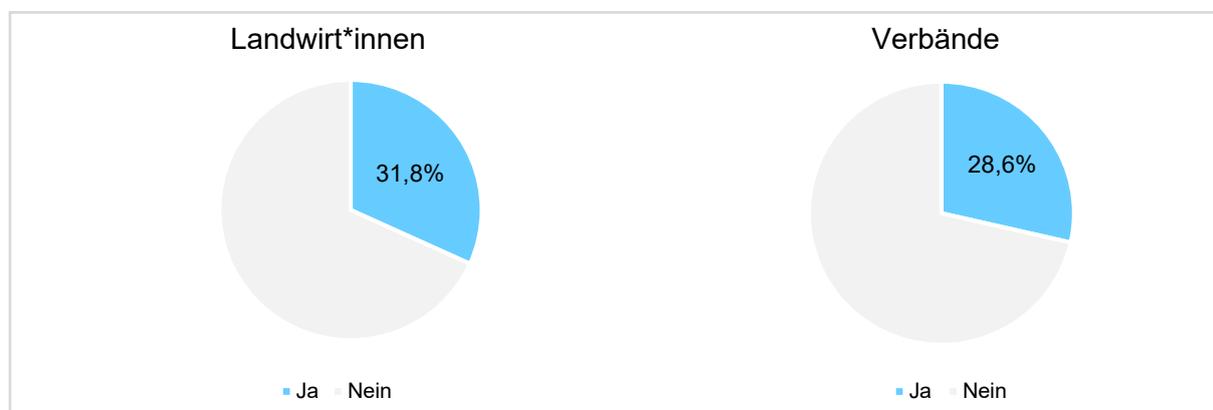
Abbildung 16: Interesse an der Teilnahme an CSR-Awards (in %)



Legende: Fragewortlaut: LW: „Wie hoch ist das grundlegende Interesse in Ihrem Unternehmen an einem Nachhaltigkeitsaward teilzunehmen?“; V: „Wie hoch schätzen Sie das grundlegende Interesse in Ihren Mitgliedsunternehmen an einem Nachhaltigkeitsaward teilzunehmen?“ Bitte verwenden Sie die vorgegebene Skala von 1 = "sehr hoch" bis 6 = "überhaupt nicht hoch", LW: n = 291, V: n = 56.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Abbildung 17: Interesse am CSR-Award Finder (in %)



Legende: Fragewortlaut: LW: „Haben Sie Interesse an einem solchen Award-Finder? Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus.“, V: „Denken Sie, dass Ihre Mitgliedsunternehmen Interesse an einem solchen Award-Finder haben?“, LW: n=280, V: n = 56.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

5 Ergebnisse zur Mikro-Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft aus Sicht von Landwirt*innen und ihren Verbänden

Um negative Einflüsse zu reduzieren und weitere Risikofaktoren durch den Klimawandel oder andere Umwelteinflüsse bzw. soziale Herausforderungen abzuwehren, erfordert es Anstrengungen im Agrar- und Ernährungssystem in allen Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung. Im Sinne des im Projekt NEAL gewählten Ansatz der Nachhaltigkeitsexzellenz benötigt diese neben entsprechenden Maßnahmen, auch eine positive Darstellung. Betrachtet werden hierfür im Projekt NEAL nachhaltige Aktivitäten und Innovationen aus dem Alltag landwirtschaftlicher Betriebe und kleiner Bearbeitungsunternehmen in Deutschland. Dies wird als „Mikro-Nachhaltigkeit“ bezeichnet. Nachhaltigkeitsexzellenz oder exzellente Mikro-Nachhaltigkeit meint hierbei herausragende oder gar awardwürdige Aktivitäten des Alltags.

In den folgenden Abschnitten werden die Ergebnisse der Online-Befragungen unter Landwirt*innen und Verbänden zu ihrer Sicht auf die exzellente Mikro-Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft betrachtet. Dabei wird im Weiteren die Sichtweise der Landwirt*innen jener der Verbände gegenübergestellt. An wichtigen Stellen werden außerdem die Ergebnisse der Landwirt*innen nach den Bewirtschaftungsform ökologisch (Ö) oder konventionell (K) verglichen. Die Unterteilung in ökologisch und konventionell wirtschaftende Betriebe erfolgt auf Basis einer Selbsteinordnung der befragten Betriebe oder ihrer Zuordnung aus Verbandsicht. Bio-Betriebe gelten als Pioniere der Nachhaltigkeitstransformation. Wie sich dies im Falle von Nachhaltigkeitsexzellenz darstellt, ist bislang unerforscht und wird im Folgenden dargelegt. In den Abschnitten 5.1 und 5.2 wird zunächst ein Überblick über die Bedeutung von Nachhaltigkeit und ihren herausragenden Nachhaltigkeitsaktivitäten in landwirtschaftlichen Betrieben aus Sicht der Befragten gegeben. Die Zusammenhänge dieser Aktivitäten visualisiert eine semantische Netzwerkanalyse in Abschnitt 5.3. Treibende und hemmende Einflussfaktoren der Nachhaltigkeitstransformation werden in Abschnitt 5.4 beschrieben. Die Bedeutung von politischen Instrumenten als weitere Unterstützer einer Nachhaltigkeitstransformation ist Thema in Abschnitt 5.5.

5.1 Nachhaltigkeit in landwirtschaftlichen Betrieben

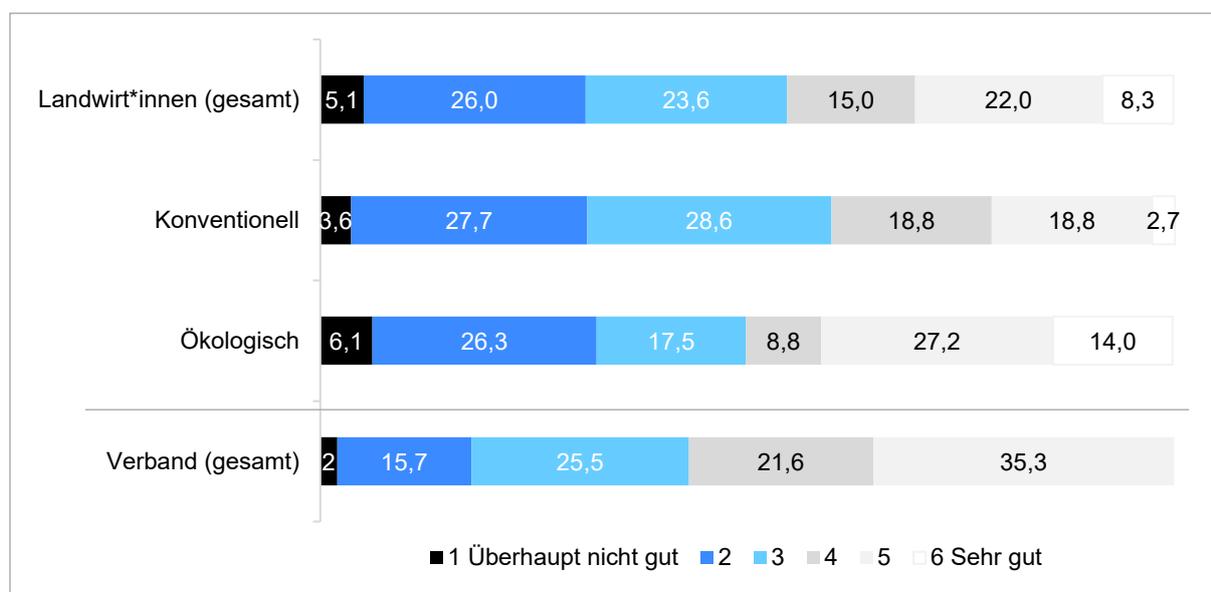
Wie nachhaltig die befragten Landwirt*innen in deren Eigenwahrnehmung und aus der Sicht ihrer Verbände bereits sind und welche Anstrengungen in der Landwirtschaft in Richtung nachhaltige Wirtschaftsweise umgesetzt werden, wird im Folgenden anhand mehrerer Fragen

aus den beiden Online-Befragungen vorangestellt, darunter zur Nachhaltigkeitsperformance, der strategischen Nachhaltigkeits-Entwicklungsstufe oder über Maßnahmen der Betriebe.

Nachhaltigkeitsperformance in der Landwirtschaft. Bei der Frage „Was meinen Sie, wie gut wird Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen derzeit insgesamt verwirklicht?“ verorteten sich knapp die Hälfte der befragten landwirtschaftlichen Unternehmen (45,3%) auf einem positiven Weg (siehe Abbildung 18). Erfasst wurde die Umsetzung der Nachhaltigkeitsperformance auf einer 6er Skala von 1 („überhaupt nicht gut“) bis 6 („sehr gut“). Ein kleiner Teil der Landwirt*innen (8,3%) beurteilt ihre Verwirklichung von Nachhaltigkeit mit „sehr gut“, 22,0 Prozent mit gut („5“) und weitere 15,0 Prozent ebenfalls eher positiv mit „4“. Demgegenüber bewertet mehr als die Hälfte der befragten Landwirt*innen (54,7%) ihre Verwirklichung von Nachhaltigkeit eher negativ.

Ein etwas positiveres Bild zeichnen die Verbände. Insgesamt 56,9 Prozent der Verbände sind der Ansicht, dass Nachhaltigkeit in ihren Mitgliedsunternehmen eher gut verwirklicht werde, darunter sind 35,5 Prozent der Verbände der Ansicht, dass diese Nachhaltigkeit „gut“ (5) verwirklichen, weitere 21,6 Prozent wählen den ebenfalls positiven Wert „4“. Die Verbände beurteilen damit die Nachhaltigkeitsperformance ihrer Mitgliedsunternehmen im Mittel positiver (V: MW: 3,73) als die Landwirt*innen selbst (LW: MW: 3,48). Ökologisch wirtschaftende Betriebe bewerten ihre Verwirklichung von Nachhaltigkeit erwartungsgemäß positiver (Ö: MW: 3,67) als konventionelle Betriebe (K: MW: 3,29) (Anhang B3).

Abbildung 18: Nachhaltigkeitsperformance in landwirtschaftlichen Betrieben (in %)



Legende: Fragewortlaut: LW: „Was meinen Sie, wie gut wird Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen derzeit insgesamt verwirklicht?“ Fragewortlaut V: „Was meinen Sie, wie gut wird Nachhaltigkeit in Ihren Mitgliedsunternehmen derzeit insgesamt verwirklicht? Zutreffendes bitte ankreuzen. Benutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = „überhaupt nicht gut“ bis 6 = „sehr gut“.“; LW: n=254, K: n=112, Ö: n=114, V: n=51.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Tabelle 13: Nachhaltigkeit-Entwicklungsstufen (Selbsteinordnung der Landwirt*innen)

Landwirt*innen (Umfrage A)		Gesamt LW (N = 310)		darunter				D 2023 (alle Branchen) (N = 72)	
				Ö (N = 129)		K (N = 122)			
Stufe	Beschreibung der Stufe	N	%	N	%	N	%	N	%
7	Nachhaltigkeit ist das zentrale Unternehmensziel.	81	26,2	47	36,7	22	18,0	27	36,0
6	Mehrere nachhaltige Maßnahmen betreffen das Kerngeschäft.	46	14,9	24	18,8	15	12,3	14	18,7
5	Einzelne nachhaltige Maßnahmen wurden bereits begonnen oder abgeschlossen.	75	24,3	26	20,3	28	23,0	10	13,3
4	Eine konkrete Nachhaltigkeitsstrategie wurde bereits formuliert und im Unternehmen verankert.	12	3,9	3	2,3	6	4,9	11	14,7
3	Es besteht besonderes Interesse an Nachhaltigkeit, bisher wurden aber noch keine Strategien formuliert und Maßnahmen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus ergriffen.	57	18,4	20	15,6	26	21,3	11	14,7
2	Die gesetzlichen Vorgaben bezüglich Nachhaltigkeit werden eingehalten.	36	11,7	8	6,3	24	19,7	2	2,7
1	Nachhaltigkeit ist nicht von besonderer Bedeutung.	2	0,6	0	0	1	0,8	0	0
Mittelwert / STD		4,89	1,768	5,40	1,652	4,39	1,816	5,36	1,589

Legende: D – Deutschland; LW – Landwirt*innen. Fragewortlaut: „Wählen Sie aus, an welchem Entwicklungspunkt sich Ihr Unternehmen aktuell befindet. Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus.“

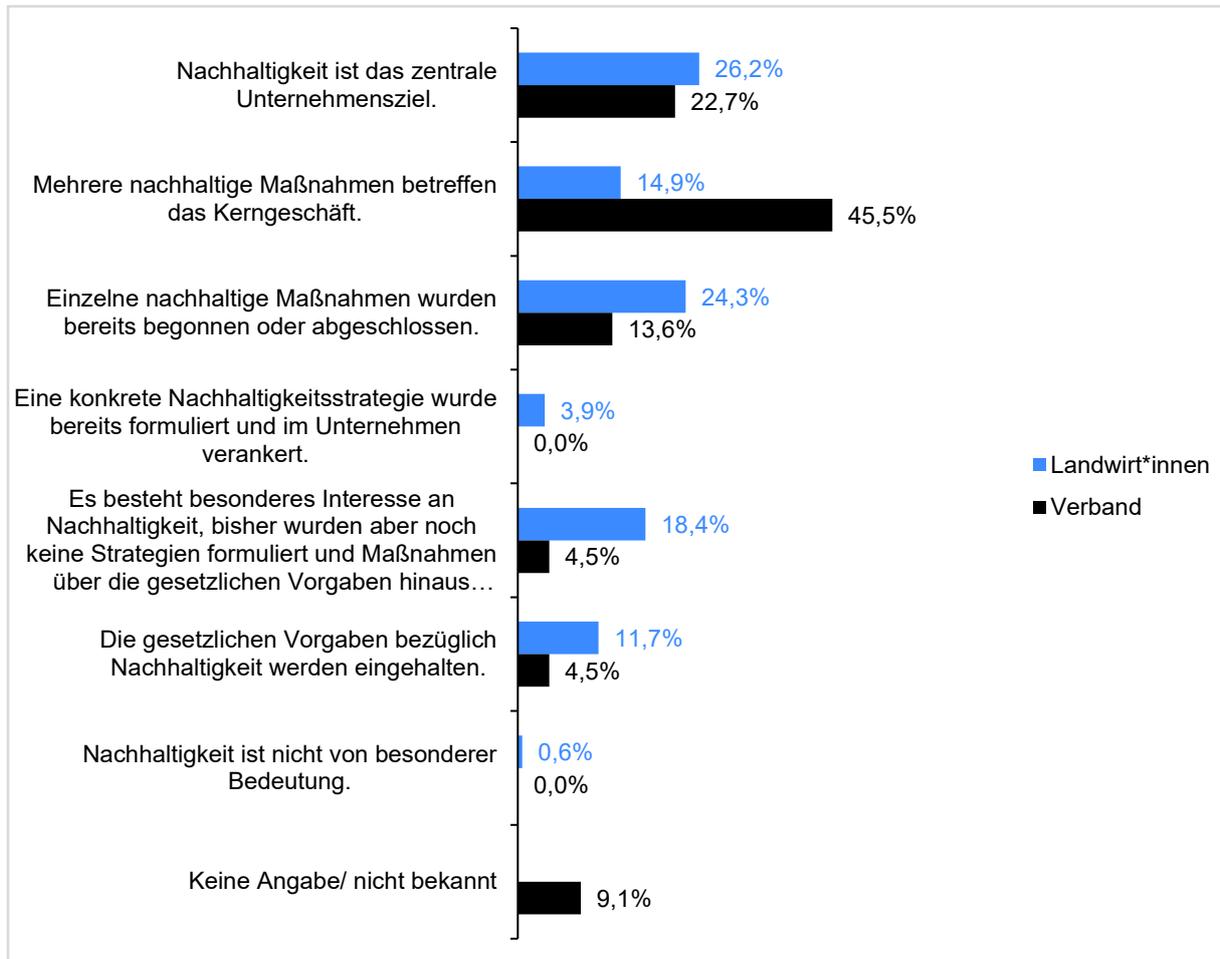
Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Unternehmensbefragung 2023.

Nachhaltigkeitsstufe. An welchem strategischen Punkt sich landwirtschaftliche Betriebe in ihrer eigenen Nachhaltigkeitsreise befinden, wurde anhand der Frage ermittelt: „Wählen Sie aus, an welchem Entwicklungspunkt sich Ihr Unternehmen aktuell befindet“. Zur Auswahl standen sieben Entwicklungsstufen, die in Tabelle 13 beschrieben werden.

Für die größte Gruppe der befragten Landwirt*innen ist Nachhaltigkeit das zentrale Unternehmensziel: rund ein Viertel aller Befragten (LW: 26,2%) erreichen damit die höchste Nachhaltigkeitsstufe 7, davon am häufigsten Bio-Betriebe (Ö: 36,7%; K: 18,0%). Die größte Gruppe der konventionell wirtschaftenden Betriebe (Ö: 20,3%; K: 23%) verortet sich auf Stufe 5: sie haben einzelne nachhaltige Maßnahmen bereits begonnen oder abgeschlossen. Rund 31 Prozent der befragten Landwirt*innen sind hingegen bisher für Nachhaltigkeit nicht über die gesetzlichen Vorgaben hinaus aktiv (Stufe 1 bis 3), besonderes Interesse an Nachhaltigkeit - ohne entsprechende Maßnahmen - haben davon jedoch 18,4 Prozent (Ö:15,6%; K: 21,3%).

Aus Sicht der Verbände hat ein Großteil der von ihnen beschriebenen vorbildlichen Mitgliedsbetriebe die zweithöchste Stufe (Stufe 6) erreicht: diese haben bereits mehrere nachhaltige Maßnahmen etabliert, die das Kerngeschäft betreffen (V: 45,5%). Die höchste Stufe 7 (Nachhaltigkeit ist das zentrale Unternehmensziel) erreichen 22,7 Prozent der Vorschläge von Seiten der Verbände (siehe Abbildung 19).

Abbildung 19: Aktueller Entwicklungspunkt der (beschriebenen) Unternehmen (in %)



Legende: Fragewortlaut: LW: „Wählen Sie aus, an welchem Entwicklungspunkt sich Ihr Unternehmen aktuell befindet. Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus.“. V: „Ordnen Sie bitte ein, an welchem Entwicklungspunkt sich das von Ihnen beschriebene Unternehmen aktuell befindet. Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus.“, LW: n=309; V: n= 23.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Welche Bereiche der Nachhaltigkeit bereits auf den Betrieben implementiert sind, wurde anhand der Frage *„Bewerten Sie die Umsetzung der folgenden Maßnahmen in Ihrem Unternehmen“* ermittelt. Insgesamt acht Maßnahmen aus unterschiedlichen Nachhaltigkeitsdimensionen konnten von Landwirt*innen und Verbänden bewertet werden. Die Skala reicht von „setze ich bereits seit mehr als 5 Jahren um“, „setze ich bereits seit weniger als 5 Jahren um“ bis „Umsetzung ist in den nächsten 5 Jahren geplant“ bis „werde ich nicht planen“.

Viele der beispielhaft angeführten landwirtschaftlichen Maßnahmen mit Nachhaltigkeitsbezug werden von der Mehrheit der befragten Landwirt*innen bereits umgesetzt (siehe Tabelle 14).

Tabelle 14: Umsetzung von Maßnahmen mit Nachhaltigkeitsbezug (in %)

Landwirt*innen (Umfrage A) / Verbände (Umfrage B)	Setze ich seit mehr als 5 Jahren um.	Setze ich seit weniger als 5 Jahren um.	Umsetzung ist in den nächsten 5 Jahren geplant.	Werde ich nicht planen.
LW gesamt (N=258-293)				
Fruchtfolgenwechsel/ optimale Fruchtfolge	73,6	13,7	3,5	9,2
Faire Arbeitsbedingungen	72,0	11,8	7,3	9,0
Kreislaufwirtschaft	70,8	15,5	7,6	6,2
Nährstoffmanagement	67,5	24,9	6,2	1,4
Humusaufbau	64,5	20,1	11,9	3,4
Artgerechte Tierhaltung/ Tierwohl	60,2	11,2	9,3	19,3
Stickstoffeffizienz oberhalb von Grenzwerten	57,0	20,5	8,9	13,6
Extensivierung von Flächen/ Biodiversität	56,0	19,8	5,8	18,4
Bio-Betriebe (N=108-125)				
Fruchtfolgenwechsel/ optimale Fruchtfolge	73,9	17,6	0,8	7,6
Faire Arbeitsbedingungen	71,1	12,4	6,6	9,9
Kreislaufwirtschaft	74,0	16,3	7,3	2,4
Nährstoffmanagement	67,8	25,6	4,1	2,5
Humusaufbau	69,6	22,4	6,4	1,6
Artgerechte Tierhaltung/ Tierwohl	72,4	14,7	3,4	9,5
Stickstoffeffizienz oberhalb von Grenzwerten	63,0	19,4	1,9	15,7
Extensivierung von Flächen/ Biodiversität	66,7	26,8	0,8	5,7
Konventionelle Betriebe (N=96-122)				
Fruchtfolgenwechsel/ optimale Fruchtfolge	77,0	10,6	4,4	8,0
Faire Arbeitsbedingungen	76,3	1,5	7,0	6,1
Kreislaufwirtschaft	69,6	11,3	8,7	10,4
Nährstoffmanagement	69,8	25,0	5,2	0,0
Humusaufbau	57,4	20,0	17,4	5,2
Artgerechte Tierhaltung/ Tierwohl	53,1	9,4	14,6	22,9
Stickstoffeffizienz oberhalb von Grenzwerten	51,0	22,1	17,3	9,6
Extensivierung von Flächen/ Biodiversität	46,6	12,9	10,3	30,2
Verbände (N=50-57)				
Fruchtfolgenwechsel/ optimale Fruchtfolge	67,3	9,1	7,3	16,4
Faire Arbeitsbedingungen	74,5	18,2	3,6	3,6
Kreislaufwirtschaft	75,9	5,6	7,4	11,1
Nährstoffmanagement	77,2	17,5	1,8	3,5
Humusaufbau	44,6	26,8	17,9	10,7
Artgerechte Tierhaltung/ Tierwohl	56,0	16,0	12,0	16,0
Stickstoffeffizienz oberhalb von Grenzwerten	50,9	27,3	10,9	10,9
Extensivierung von Flächen/ Biodiversität	43,9	24,6	19,3	12,3

Legende: Fragewortlaut: LW: „Bewerten Sie die Umsetzung der folgenden Maßnahmen in Ihrem Unternehmen.“, V: „Bewerten Sie die Umsetzung der folgenden Maßnahmen innerhalb Ihrer Mitgliedsunternehmen durchschnittlich betrachtet. Bitte wählen Sie für jede Maßnahme, die mehrheitlich von Ihren Mitgliedern umgesetzt wird, eine Antwortmöglichkeit aus.“

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Allen voran werden seit mehr als fünf Jahren eine optimale Fruchtfolge von 73,6 Prozent der Befragten und faire Arbeitsbedingungen (72,0%) umgesetzt, am wenigsten häufig ist die Extensivierung von Flächen bzw. Ansätze zur Steigerung der Biodiversität (56,0%). In den letzten fünf Jahren hat das Nährstoffmanagement (24,9%) am stärksten an Bedeutung gewonnen. Während zukünftige Planungen in den nächsten fünf Jahren am häufigsten den Humusaufbau (11,9%) adressieren wollen. Eine weitere Extensivierung der Flächen ist von 18,4 Prozent der Befragten in den Planungen nicht vorgesehen.

19,3 Prozent der befragten Landwirt*innen sagen, sie werden keine (weiteren) Maßnahmen zur artgerechten Tierhaltung umsetzen (siehe Tabelle 14). Hierzu ein genauerer Blick in die Betriebsstruktur: Von 94 befragten Betrieben mit Tierhaltung sind es 73,4 Prozent die eine artgerechte Tierhaltung bereits seit über 5 Jahren umsetzen, 14,9 Prozent, die dies seit weniger als 5 Jahre umsetzen und 11,7 Prozent, die dies in den nächsten 5 Jahren planen. Alle tierhaltenden Betriebe befassen sich demnach mit Fragen und Maßnahmen der artgerechten Tierhaltung. Umgekehrt bedeutet dies: Kein befragter tierhaltender Betrieb plant die Umsetzung einer artgerechten Tierhaltung nicht (siehe Anhang B3).

Unter den befragten Bio-Betrieben ergibt sich ein etwas anderes Bild der geleisteten Nachhaltigkeitsmaßnahmen als bei konventionellen Betrieben und der Gesamtstichprobe (siehe Tabelle 14). In Bio-Betrieben werden am häufigsten bereits seit mehr als 5 Jahren eine Kreislaufwirtschaft (Ö: 74,0%; K: 69,6%) sowie eine optimale Fruchtfolge (Ö: 73,9%; K: 77,0%) umgesetzt. Die Extensivierung von Flächen bzw. Biodiversität (Ö: 26,8%; K: 12,9%) hat in den letzten fünf Jahren am stärksten an Bedeutung unter den befragten Bio-Betrieben gewonnen. Zudem setzen 66,7 Prozent der befragten Bio-Betriebe dieses Thema bereits länger als seit fünf Jahren um (K: 46,6%). Die zukünftigen Planungen der Bio-Betriebe in den nächsten Jahren betreffen vor allem eine Kreislaufwirtschaft (Ö: 7,3%), während die Extensivierung von Flächen bzw. Biodiversität (0,8%) oder eine optimale Fruchtfolge (0,8%) in den weiteren Planungen nicht (mehr) vorgesehen sind. Bei den konventionellen Betrieben fällt auf, dass am häufigsten ein Humusaufbau (17,4%) und die Stickstoffeffizienz oberhalb von Grenzwerten (17,3%) in den nächsten fünf Jahren geplant sind. Hingegen sind die Extensivierung von Flächen bzw. Biodiversität (30,2%) oder eine artgerechte Tierhaltung (22,9%) in ihren zukünftigen Planungen weniger vorgesehen.

Aus Sicht der Verbände haben der Humusaufbau (26,8%) und die Extensivierung bzw. Biodiversität in den letzten 5 Jahren stark an Bedeutung in der Landwirtschaft gewonnen (24,6%) und werden weiterhin in Zukunft verstärkt umgesetzt werden (17,9% bzw. 19,3%).

Die Ergebnisse zeigen, dass Nachhaltigkeit in vielen landwirtschaftlichen Betrieben bereits eine wichtige Rolle spielt und viele Maßnahmen mit Nachhaltigkeitsbezug umgesetzt werden, vor allem in den Bio-Betrieben. Weitere Veränderungen in Zukunft deuten sich in den Plänen

konventionell wirtschaftenden Betriebe an. Gleichzeitig gibt es Reaktanz in der Nachhaltigkeitsreise, die sowohl Teilen der konventionell wirtschaftenden Betriebe als auch der Bio-Betriebe zuzuordnen ist. Es ist zudem eine Frage der Sichtweise und Intension, ob ein positives oder negatives Bild von der Landwirtschaft gezeichnet werden soll: Letztlich ordnen rund die Hälfte der befragten Landwirt*innen ihre Verwirklichung von Nachhaltigkeit als eher negativ, eine andere Hälfte als eher positiv ein. Die Sichtweise von Landwirtschaft und ihren Verbänden scheint jedoch in einigen nachhaltigkeitsbezogenen Themen zu differieren.

5.2 Exzellente Mikro-Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft

5.2.1 Überblick

Ebenen von Nachhaltigkeitsexzellenz. Wohin die Nachhaltigkeitstransformation in der Landwirtschaft gehen kann und welche Rolle dabei der Nachhaltigkeitsexzellenz zu kommt, wird in diesem Abschnitt dargestellt. Nachhaltigkeitsexzellenz in diesem Kontext meint Tätigkeiten oder Initiativen, die einen Beitrag zu einer Nachhaltigkeitstransformation leisten und sich durch deren Besonderheit auszeichnen. Diese Tätigkeiten und Initiativen entsprechen nicht dem Status Quo, sondern leisten darüber hinaus einen Beitrag und heben Unternehmen von anderen Unternehmen ab. Exzellente Unternehmen bzw. Betriebe sind Vorbilder für andere Unternehmen und Vorreiter in der Branche. Exzellenz in diesen Kontext beinhaltet die anhaltende Suche nach weiteren Verbesserungen (Peters & Waterman 2015). Voraussetzung ist hierfür die Fähigkeit und Bereitschaft, auch der Vorreiter selbst, sich anzupassen oder weiterzuentwickeln (Dahlgard-Park & Dahlgard 2006; Gebhardt & Hellstern 2024a). Grundlegend kann Nachhaltigkeitsexzellenz in drei Ebenen wirken (siehe Kapitel 1.2):

- Beim Unternehmen, welches entsprechende Aktivitäten durchführt (Mikroebene);
- Bei anderen Akteur*innen im marktbezogenen Umfeld der exzellenten Unternehmen (Mesoebene);
- In der Branche und/oder der Gesellschaft (Makroebene).

In welchen Themen, Bereichen und Aktivitäten die befragten Landwirt*innen und Verbände Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft sehen und beschreiben, welchen Ebenen sie diese Exzellenz aus welchen Gründen zuordnen und welche Wirkung sie daraus erwarten, werden in den folgenden Abschnitten erörtert.

Beschreibung der Mikro-Nachhaltigkeit. Mikro-Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft wurde anhand der folgenden Fragestellung erfasst: *„Schreiben Sie uns nun, eine kleine oder große nachhaltige Tätigkeit oder Initiative, die in den letzten fünf Jahren in Ihrem Unternehmen umgesetzt wurde und die Sie möglicherweise von anderen Unternehmen abhebt oder für Sie besonders ist. Bitte beschreiben Sie nur eine Aktivität. Beschreiben Sie diese möglichst*

detailliert, auch was die Besonderheit sein könnte/ist, in ca. 5 bis 6 Sätzen (max. 1200 Zeichen möglich)“. Die befragten Landwirt*innen sollten eigene Tätigkeiten beschreiben, die Verbände sollten besondere Tätigkeiten ihre Mitgliedsunternehmen auswählen und beschreiben. Die ausgewählten herausragenden Aktivitäten konnten mit verschiedenen Schlagworten in unterschiedlichen Bereichen, u.a. der betreffenden Wertschöpfungsstufe, dem Bezug im Unternehmen, der marktlichen Reichweite, einer Nachhaltigkeitsdimension oder den Nachhaltigkeitsparametern hinterlegt werden (siehe Kapitel 3.2.1).

Mikro-Nachhaltigkeit aus Sicht von Landwirt*innen (Umfrage A). Von den 310 befragten Landwirt*innen haben 236 (75,5%) eine nachhaltige Tätigkeit oder Initiative beschrieben, die sie als herausragend gegenüber dem Mitwettbewerb befinden, die sogenannte exzellente Mikro-Nachhaltigkeit. 76 (24,5%) befragte Landwirt*innen haben keine solche Tätigkeit oder Initiative beschrieben. Die beschriebenen nachhaltigen Maßnahmen oder Initiativen der Landwirt*innen beziehen sich überwiegend auf den Anbau und die Produktion (primärer Sektor: 69,2%). 21,4 Prozent der Statements beziehen sich auf die gesamte Wertschöpfungskette. Meist auf das Unternehmen als Ganzes (54,7%), seltener auf einzelne Produkte (18,2%) oder Teilbereiche des Unternehmens (15,0%). Es werden überwiegend Maßnahmen oder Tätigkeiten beschrieben, die der ökologischen Nachhaltigkeitsdimension zugeordnet werden (50,0%), gefolgt von jenen, die allen Nachhaltigkeitsdimensionen gleichermaßen zugeordnet werden (32,8%). Die adressierte marktliche Reichweite der Maßnahme wird vor allem als lokal oder regional (65,1%) beschrieben. Die benannten exzellenten Maßnahmen und Initiativen werden vor allem den Nachhaltigkeitsparametern „Boden“ (52,4%), „Biodiversität“ (37,6%), „Tierhaltung, -wohl“ (26,6%) und „regionale Wertschöpfungskette“ (25,8%) zugeordnet (siehe Anhang B1).

Mikro-Nachhaltigkeit aus Sicht von Verbänden (Umfrage B). Von den 59 befragten Verbänden haben 26 (44,1%) eine nachhaltige Tätigkeit oder Initiative beschrieben. Über die Hälfte der Verbände (n=33, 55,9%) haben hingegen keine solche Tätigkeit oder Initiative beschrieben. Die benannten exzellenten Maßnahmen und Initiative wurden vor allem den Nachhaltigkeitsparametern „Boden“ (65,4%), „Energieverbrauch und klimarelevante Emissionen“ (38,5%) und „Wirtschaftliche Leistung“ (26,9%) zugeordnet. Die beschriebenen Tätigkeiten beziehen sich überwiegend auf den primären Sektor (69,2%) und das Unternehmen als Ganzes (50,0%). Die Verbände beschreiben überwiegend Tätigkeiten, die sich auf alle Nachhaltigkeitsdimensionen gleichermaßen beziehen (42,3%) und eine lokale bzw. regionale Reichweite (56,0%) haben (siehe Anhang B2).

5.2.2 Beispiele exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit

Beispiel aus Sicht von Landwirt*innen (Umfrage A). Ein Beispiel für eine nachhaltige Tätigkeit oder Initiative, die von einem/r befragten Landwirt*in ausgewählt wurde, lautet: *„Bei unserem Hopfenbaubetrieb sorgen wir durch Gründüngung zwischen den Hopfenreihen in Kombination mit Pferdemist von betriebsfremden Pferdepensionen für einen guten Humusgehalt, Schutz vor Erosion und Austrocknung und ein gutes Mikroklima für den Hopfen.“*

Diesem Statement wurden von/m Landwirt*in die drei Nachhaltigkeitsparameter „Düngung“, „Bodennutzung, -qualität & -schutz“ sowie „Energieverbrauch & klimarelevante Emissionen“ als am treffendsten zugeordnet und die ökonomische Nachhaltigkeitsdimension (Wirtschaftlichkeit) ausgewählt. Des Weiteren wurde der primäre Sektor (Anbau/ Produktion) als Stufe der Wertschöpfungskette, das Unternehmen als Ganzes als Bezug der Nachhaltigkeitsexzellenz sowie der lokale bzw. regionale Absatzmarkt als Reichweite der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz angegeben. Die Wirkung der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz „alles in allem“ wurde auf einer 6er-Skala von 1 (=„sehr positiv“) bis 6 (=„sehr negativ“) mit „2“ bewertet. Die Awardwürdigkeit hingegen wurde auf einer 6er-Skala von 1 (=„absolut würdig“) bis 6 mit „6“ (=„überhaupt nicht würdig“) bewertet.

Beispiel aus Sicht von Verbänden (Umfrage B). Ein Beispiel, welches von einem Verband genannt wurde, lautet: *„Im norddeutschen Zuckerrübenanbau wird bereits seit über 30 Jahren mit bodenschonenden Mulchsaatenverfahren gearbeitet. Dieses Verfahren wird heute auf etwa 2/3 der Anbaufläche erfolgreich praktiziert. Damit werden Wind- und Wassererosion minimiert und das Bodenleben (insbesondere die Regenwurmtätigkeit) intensiv gefördert. Im Ergebnis der jahrelangen Aktivitäten hat die Bodenfruchtbarkeit deutlich zugenommen und Erosion durch Wind- und Starkregeneignisse sind nur noch in Extremfällen zu beobachten. Dieses ist ein vorzeigbares Beispiel für ein nachhaltiges Anbaumanagement.“*

Diesem Statement wurden die Nachhaltigkeitsparameter „Bodennutzung, -qualität & -schutz“, „Wirtschaftliche Leistung“ sowie „Risiko- & Krisenabsicherung“ von dem Verband zugeordnet. Des Weiteren wurde der primäre Sektor (Anbau/ Produktion) als betroffene Stufe der Wertschöpfungskette, ein/e Mitarbeiter*in/Persönlichkeit im Unternehmen als Bezug der Nachhaltigkeitsexzellenz sowie der lokale bzw. regionale Absatzmarkt als Reichweite der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz genannt. Die beschriebenen Tätigkeiten in diesem Statement wurden allen Nachhaltigkeitsdimensionen gleichermaßen zugeordnet. Die Wirkung „alles in allem“ der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz wurde mit „1“ (=„sehr positiv“) bewertet. Die Awardwürdigkeit wurde auf einer Skala von 1 (=„absolut würdig“) bis 6 (=„überhaupt nicht würdig“) mit „3“ bewertet.

Die Ergebnisse zeigen, dass Landwirt*innen und Verbände diverse nachhaltige Tätigkeiten beschreiben können, die bereits auf den Betrieben umgesetzt wurden und für sie als hervorhebenswert gelten. Landwirt*innen bewerteten die Wirkung ihrer beschriebenen Tätigkeiten „alles in allem“ mit einem Mittelwert von 1,96 und die Auszeichnungswürdigkeit mit einem Mittelwert von 3,25 (jeweils auf einer 6er-Skala). Demnach sehen sie diese Aktivitäten – erwartungsgemäß – als positiv in ihrer Wirkung, jedoch überraschenderweise ambivalent – weder würdig noch nicht würdig – hinsichtlich einer Auszeichnung. Bei den Verbänden zeigt sich Ähnliches. Die Wirkung der von ihnen beschriebenen Aktivitäten wird „alles in allem“ mit einem Mittelwert von 1,65 und die Auszeichnungswürdigkeit mit einem Mittelwert von 2,60 bewertet. Demnach wird die Wirkung der ausgewählten Tätigkeiten ebenfalls als positiv eingeschätzt, die Auszeichnungswürdigkeit jedoch als eher würdig bis ambivalent. Diese Bewertungen verdeutlichen, (i) eine insgesamt große Zurückhaltung herausragende Nachhaltigkeitsaktivitäten überhaupt positiv durch Dritte würdigen zu lassen, sowie (ii) eine noch deutlich größere Zurückhaltung der Landwirt*innen im Vergleich zu ihren Verbänden. Eine solche Zurückhaltung in Deutschland haben Gebhardt et al. (2019) bereits festgehalten.

5.2.3 Gründe exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit

Warum eine nachhaltige Aktivität überhaupt als herausragend von den Befragten ausgewählt wurde, wurde mit folgender zusätzlichen Frage erfasst: *„Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da...“*. Zur Auswahl standen 18 Antwortitems, die anhand einer Skala von 1 (=„sehr zutreffend“) bis 6 (=„überhaupt nicht zutreffend“) bewertet werden sollten (siehe Abbildung 20). Neun dieser Items beziehen sich auf die Mikro-Ebene (Innovationspotential, freiwilliges Engagement, Kerngeschäft, wirtschaftlich, erster Schritt zu Nachhaltigkeit, starke Motivation, kontinuierliche Verbesserung, Übertragbarkeit, schwere Rahmenbedingungen), fünf auf die Meso-Ebene (Imagegewinn, Kommunikation, Kooperation, Nachahmefekt, Vorbildcharakter) und vier auf die Makro-Ebene (neue Wege in der Branche, umfassende Veränderung der Branche, umfassende Veränderung der Gesellschaft, viele Nachhaltigkeitselemente).

Für die Landwirt*innen zeigen sich ihre exzellenten nachhaltigen Tätigkeiten und Initiativen am häufigsten im freiwilligen Engagement des Unternehmens (87,7%), einer starken Motivation des Unternehmens (82,6%) oder der kontinuierlichen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung im Unternehmen (78,2%). Damit beziehen sich die wichtigsten Gründe alle auf die Mikro-Ebene. Auf der Meso-Ebene sind die gute Kommunizierbarkeit (65,7%), der hohe Imagegewinn (58,9%) sowie der besonders hohe Vorbildcharakter für andere (55,1%) die Gründe für die Exzellenz der beschriebenen Tätigkeiten. Der wichtigste Grund auf Makro-Ebene ist, dass viele Nachhaltigkeitselemente umgesetzt werden (69,8%).

Abbildung 20: Gründe für die Exzellenz der Mikro-Nachhaltigkeit



Legende: Fragewortlaut: „Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da... Bewerten Sie die folgenden Statements anhand einer 6er-Skala von 1 = "sehr zutreffend" bis 6 = "überhaupt nicht zutreffend".“ LW: n=206-218, V: n=20-21. Prozentangaben summiert für TOP 2-Boxen. Sortierung innerhalb der Ebenen absteigend nach den Häufigkeiten der Landwirt*innen.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Aus Sicht der Verbände zeichnen sich exzellente nachhaltige Aktivitäten neben dem freiwilligen Engagement (81,0%) und einer kontinuierlichen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung (80,0%), vor allen durch die Beschreitung neuer Wege innerhalb der Branche (80,0%) aus. Letzteres Kriterium ordnet sich der Makro-Ebene zu.

Während für Landwirt*innen Nachhaltigkeitsexzellenz überwiegend in betriebsbezogenen Beispielen auf der Mikro-Ebene liegt, ist für Verbände auch die Makro-Ebene sehr relevant. Bei beiden Gruppen sind jedoch herausragende Vorschläge seltener, die aus ihrer Sicht direkt zur Nachhaltigkeitstransformation beitragen können. Beispielsweise nennen umfassende Veränderungen in der Gesellschaft bzw. Umwelt rund 40 Prozent beider Gruppen als Grund.

Tabelle 15: Korrelation der Gründe von Nachhaltigkeitsexzellenz auf Makro-Ebene

Landwirt*innen (Umfrage A)		Makro-Ebene			
		Holistik	Neue Wege	Change Meso	Change Makro
Mikro-Ebene	...sie auf freiwilligem Engagement des Unternehmens beruht.	,348**	,155*	,057	,161*
	...eine starke Motivation im Unternehmen dahintersteht.	,514**	,354**	,257**	,378**
	...sie zur kontinuierlichen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung im Unternehmen beiträgt.	,458**	,331**	,302**	,347**
	...sie das Kerngeschäft des Unternehmens umfassend betrifft.	,375**	,234**	,401**	,356**
	...sie wirtschaftlich für das Unternehmen ist.	,277**	,286**	,247**	,260**
	...sie unter schwierigen Rahmenbedingungen umgesetzt wird.	,232**	,135	,160*	,177*
	...sie hohes Innovationspotential besitzt.	,342**	,562**	,382**	,422**
	...es der erste Schritt des Unternehmens in Richtung Nachhaltigkeit ist.	-,051	,149*	,217**	,135
	...das Konzept einfach auf andere Bereiche übertragbar ist.	,128	,230**	,318**	,275**
Meso-Ebene	...sie gut kommuniziert werden kann.	,322**	,236**	,164*	,198**
	...der Imagegewinn hoch ist.	,325**	,294**	,250**	,283**
	...der Vorbildcharakter für andere besonders hoch ist.	,237**	,338**	,276**	,336**
	...sie zur Vernetzung bzw. Kooperation beiträgt.	,224**	,367**	,352**	,395**
	...der Nachahmungseffekt besonders hoch ist.	,174*	,354**	,337**	,321**
Makro-Ebene	...sie viele Nachhaltigkeitselemente umsetzt. (Holistik)	1	,274**	,198**	,332**
	...neue Wege in der Branche bestritten werden (Neue Wege).	,274**	1	,474**	,461**
	...umfassende Veränderungen der Branche oder der Märkte erreicht werden. (Change Meso)	,198**	,474**	1	,511**
	...umfassende Veränderungen extern in der Gesellschaft/Gemeinschaft oder der Umwelt erreicht werden (Change Makro)	,332**	,461**	,511**	1

Legende: Fragewortlaut „Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da... Bewerten Sie die folgenden Statements anhand einer Skala von 1 = "sehr zutreffend" bis 6 = "überhaupt nicht zutreffend"; **. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant; *. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant. LW: n=206-218.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022.

Die Zusammenhänge der Gründe von Nachhaltigkeitsexzellenz sind indes auf allen Ebenen und über die Ebenen hinweg sehr eng verknüpft, meist hoch signifikant wie in Tabelle 15 am Beispiel der Umfrage unter Landwirt*innen für die Makro-Ebene dargestellt wird. Eine starke Motivation und viele umgesetzte Nachhaltigkeitselemente hängen eng zusammen. Ebenso ein hohes Innovationspotential und neue Wege in der Branche. Auch die umfassenden Veränderungen in der Branche korrelieren stark mit Veränderungen in der Gesellschaft oder der Umwelt und vice versa.

5.2.4 Nachhaltigkeitsthemen exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit

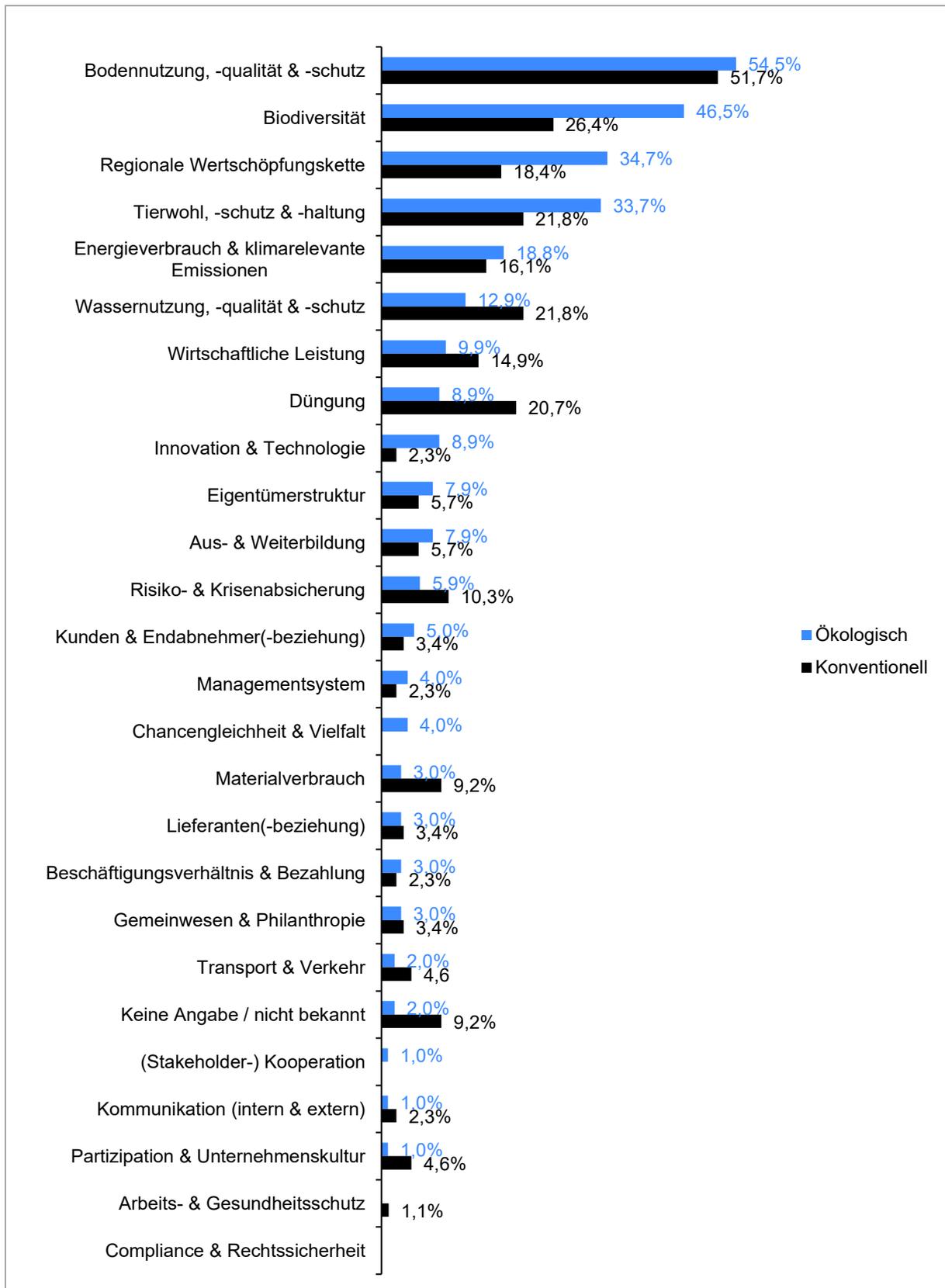
Die beschriebene Mikro-Nachhaltigkeit sollte von Landwirt*innen und Verbände mit passenden Schlüsselbegriffen in fünf Bereichen unterfüttert und eingeordnet werden, darunter stand den Befragten eine Liste mit 25 nachhaltigkeitsbezogenen Schlüsselbegriffen zur Auswahl. Dies wird in diesem Abschnitt betrachtet. Die Auswahl der nachhaltigkeitsbezogenen Schlüsselbegriffe wurde mit folgendem Wortlaut angeleitet: *„Welchen Nachhaltigkeitselementen lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen? Bitte wählen Sie bis zu 3 Schlüsselbegriffe aus.“* Die gewählten Schlüsselbegriffe zur Beschreibung der exzellenten Mikro-Nachhaltigkeit sind in Abbildung 21 für die Gruppe der Landwirt*innen (K und Ö) und in Abbildung 22 für die Verbände dargestellt.

Am häufigsten beschreiben demnach Landwirt*innen ihre besondere Nachhaltigkeitsaktivität mit dem Nachhaltigkeitsthema „Boden“ (52,4%), „Biodiversität“ (37,2%) oder „Tierwohl“ (26,4%) (siehe Anhang B1). Selten wurden von Landwirt*innen die Schlüsselbegriffe „Chancengleichheit & Vielfalt“ (1,7%), „Kommunikation (intern & extern)“ (1,7%), „Arbeits- und Gesundheitsschutz“ (0,9%) oder „(Stakeholder-) Kooperation“ (0,9%) gewählt. Nie wurden der Schlüsselbegriff „Compliance & Rechtssicherheit“ (0,0%) angegeben. Auch bei den Verbänden wurden die zuvor genannten Schlüsselbegriffe kaum oder gar nicht genannt.

Ein Vergleich der ausgewählten Nachhaltigkeitsthemen von Landwirt*innen beider Wirtschaftsweisen und Verbänden verdeutlicht den hohen Stellenwert von besonderen Nachhaltigkeitsaktivitäten im Bereich „Boden“. Für ökologisch wirtschaftende Betrieben sind „Biodiversität“ (Ö: 46,5%; K: 26,4%), „Tierwohl“ (Ö: 33,7%; K: 21,8%) sowie „Regionale Wertschöpfungskette“ (Ö: 34,7%; K: 18,4%) besonders häufig beschriebene Felder ihrer Nachhaltigkeitsexzellenz, mit denen sie sich damit gegenüber konventionellen Betrieben abheben. Aus Sicht der konventionellen Betriebe liegen ihre besonderen Aktivitäten vor allem im Bereich „Wasser“ (Ö: 12,9%; K: 21,8%) und „Düngung“ (Ö: 8,9%; K: 20,7%) gegenüber den Bio-Betrieben. Für Verbände sind die wirtschaftliche Leistung (V: 26,9%; LW: 11,7%) sowie das Managementsystem (V: 19,2%; LW: 3,0%) hervorhebenswerter als für Landwirt*innen.

Die Highlights der Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft finden sich demnach vor allem in der ökologischen sowie zum Teil der ökonomischen Nachhaltigkeitsdimension. Die Lowlights bzw. die blinden Flecken hingegen liegen überwiegend in der sozialen beziehungsweise Governance-Dimension.

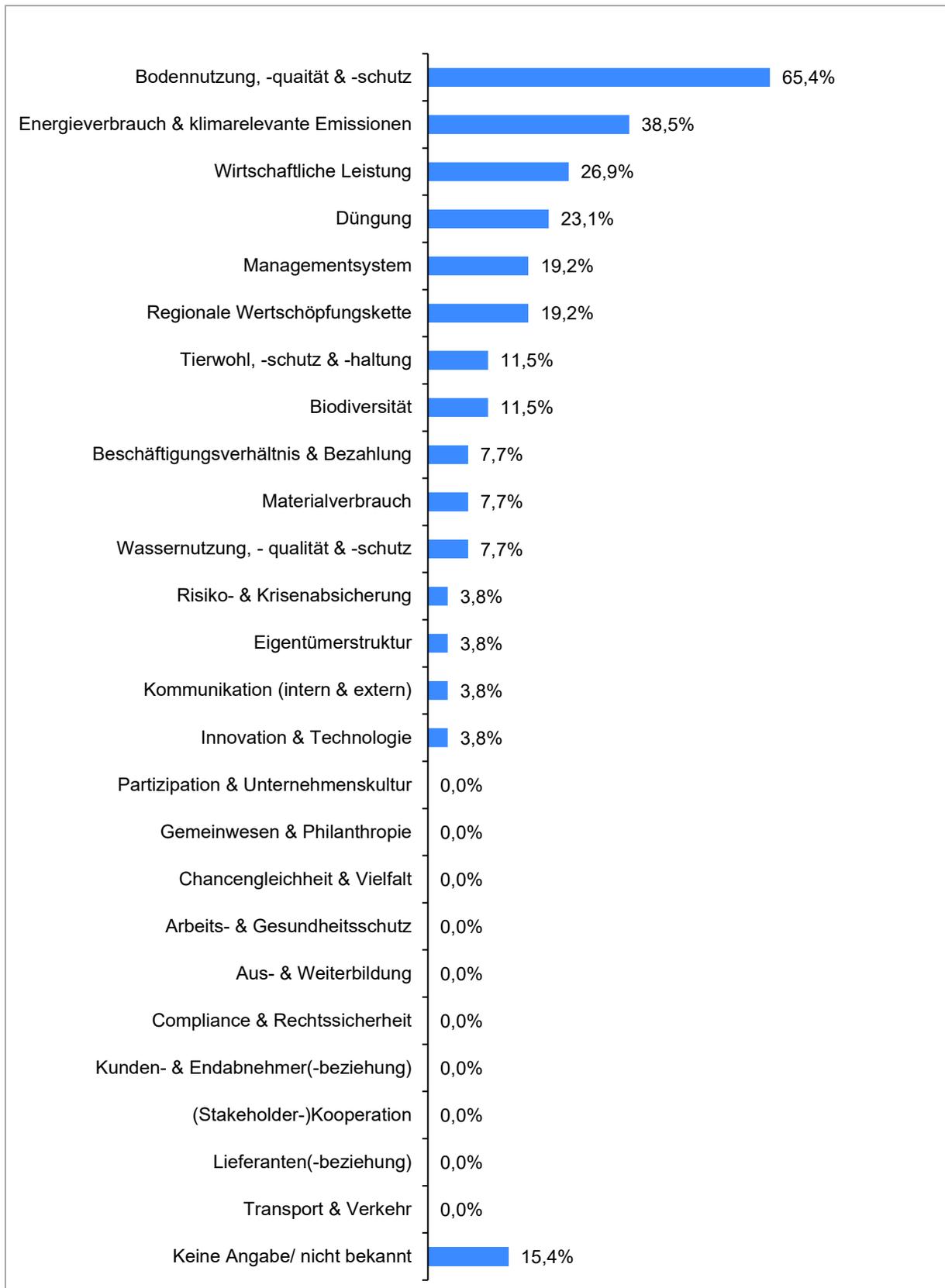
Abbildung 21: Nachhaltigkeitsthemen der Mikro-Nachhaltigkeit (Landwirt*innen) (in %)



Legende: Fragewortlaut: „Welchen Nachhaltigkeitselementen lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen? Bitte wählen Sie bis zu 3 Schlüsselbegriffe aus.“ Ö: n=101, K: n=87.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022.

Abbildung 22: Nachhaltigkeitsthemen der Mikro-Nachhaltigkeit (Verbände) (in %)



Legende: Fragewortlaut: „Welchen Nachhaltigkeitselementen lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen? Bitte wählen Sie bis zu 3 Schlüsselbegriffe aus.“ V: n=26.

Quelle: Eigene Darstellung, Verbands-Befragung 2022.

5.2.5 Weiterer Einordnungen exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit

Neben den nachhaltigkeitsbezogenen Schlüsselbegriffen (siehe Kapitel 5.2.4) sollten den besonderen Aktivitäten in der Landwirtschaft weitere Charakteristika zugeteilt werden: die Stufe der Wertschöpfungskette, der Unternehmensbezug, die Nachhaltigkeitsdimension und die marktbezogene Reichweite der jeweiligen Aktivität (siehe Tabelle 16). Die beschriebenen Aktivitäten wurden von Landwirt*innen und Verbänden überwiegend dem Primär-Sektor (Anbau und Produktion) zugeordnet (LW: 69,1%; V: 69,2%). Sie beziehen sich außerdem meist auf das Unternehmen als Ganzes (LW: 55,1%; V: 50,0%), seltener auf Produkte des Unternehmens (LW: 18,2%; V: 15,4%).

Tabelle 16: Weitere Charakteristika der Mikro-Nachhaltigkeit (in %)

		Landwirtschaft	darunter		Verband
		gesamt	Ö	K	V
		LW (n=231-236)	(n=102)	(n=88)	(n=25-26)
Stufe der Wertschöpfungskette	Anbau/Produktion (Primär-Sektor)	69,1	66,7	69,3	69,2
	Verarbeitung (Sekundär-Sektor)	1,3	1,0	2,3	0,0
	Handel/Dienstleistung (Tertiär-Sektor)	1,7	2,9	0,0	0,0
	Gesamte Wertschöpfungskette gleichermaßen	21,6	26,5	15,9	23,1
	Keine Angabe	6,4	2,9	12,5	7,7
Unternehmensbezug	Mitarbeiter/Persönlichkeit im Unternehmen	1,3	1,0	1,1	7,7
	Produkt/e des Unternehmens	18,2	16,7	14,8	15,4
	Projekt/e im Unternehmen	7,6	5,9	9,1	7,7
	Teilbereich/e im Unternehmen	14,8	7,8	20,5	11,5
	Unternehmen als Ganzes	55,1	65,7	52,3	50,0
	Keine Angabe	3,0	2,9	2,3	7,7
Nachhaltigkeitsdimension	Umwelt (Ökologische Dimension)	49,6	52,9	43,2	34,6
	Gemeinschaft (Soziale Dimension)	0,4	0,0	1,1	0,0
	Wirtschaftlichkeit (Ökonomische Dimension)	9,8	3,9	13,6	3,8
	Management/ gute Unternehmensführung (Governance)	5,6	1,0	11,4	15,4
	Alle gleichermaßen zusammen	33,3	41,2	29,5	42,3
	Keine Angabe	1,3	1,0	1,1	3,8
Reichweite	Lokal/ regional	64,5	62,7	67,0	56,0
	Überregional/ landesweit	10,0	12,7	6,8	12,0
	Deutschlandweit	9,5	12,7	5,7	4,0
	International/ global	3,0	1,0	5,7	12,0
	Keine Angabe	13,0	10,8	14,8	16,0

Legende: Fragewortlaut: „Auf welche Stufe in der Wertschöpfungskette bezieht sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich? Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus.“, „Welchen Bezug im Unternehmen hat die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz vor allem? Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus.“, „Welcher Nachhaltigkeitsdimension lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen? Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus.“, „Welche Reichweite bzw. Absatzmarkt wird mit der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich adressiert? Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus.“ Angaben in %.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Die marktbezogene Reichweite ihrer exzellenten Mikro-Nachhaltigkeit ist bei beiden Gruppen überwiegend lokal bzw. regional (LW: 64,5%; V: 56,0%). Verbände nennen häufiger auch Aktivitäten mit internationaler bzw. globaler Reichweite (LW: 3,0%; V: 12,0%). Landwirt*innen beschreiben ihre Mikro-Nachhaltigkeit überwiegend für die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit (LW: 49,6%), während Verbände dabei überwiegend alle Dimensionen Ökologie – Soziales – Ökonomie gleichermaßen (V: 42,3%) als hervorhebenswert adressieren. Wie bereits bei den einzelnen Nachhaltigkeitsthemen festgehalten (siehe Kapitel 5.2.4) wird die gebündelte Betrachtung der Governance-Dimension von Verbänden häufiger genannt als von Landwirt*innen (V: 15,4%; LW: 5,6%).

5.2.6 Wirkung exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit

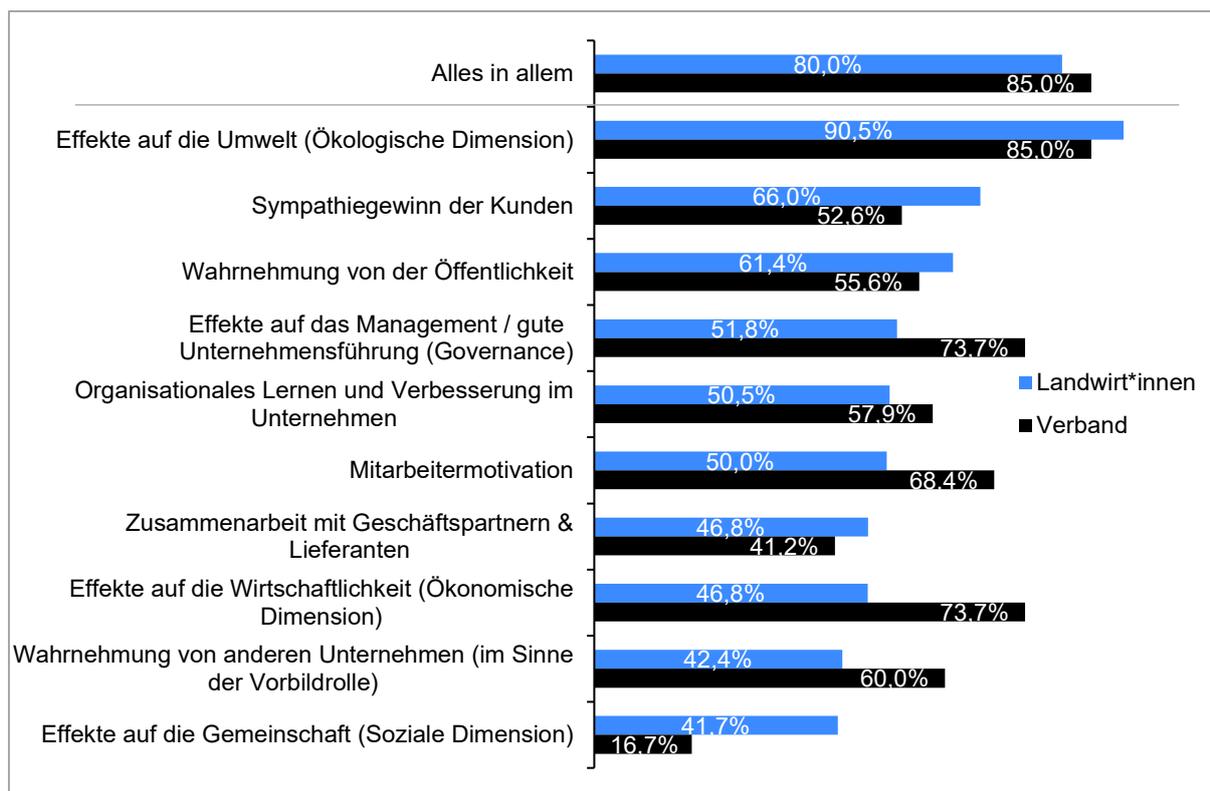
Auf welche Bereiche die beschriebenen Tätigkeiten und Initiativen wirken, wurde anhand der Frage *„Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein?“* auf einer Skalierung von 1 (=„sehr positiv“) bis 6 (=„sehr negativ“) erfasst. Hierbei konnten die Umfrageteilnehmende zehn vorgegebene Bereiche sowie die perzipierte Gesamtwirkung „Alles in allem“ beurteilen (siehe Abbildung 23).

Wirkung in verschiedenen Bereichen. Aus Sicht der befragten Landwirt*innen erreichen ihre beschriebenen nachhaltigen Tätigkeiten vor allem in der ökologischen Dimension (Umwelt) (90,5%), dem Sympathiegewinn der Kunden (66,0%) sowie der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit die stärkste, positive Wirkung. Die Gesamtwirkung („Alles in allem“) beurteilen 80,0 Prozent der Landwirt*innen als sehr positiv und positiv.

Aus Sicht der Verbände wirken die exzellenten Tätigkeiten ebenfalls auf die ökologische Dimension (85,0%), außerdem auf die ökonomische Dimension (Wirtschaftlichkeit) (73,7%) sowie auf die Governance (Management/Unternehmensführung) (73,7%). Die Gesamtwirkung („Alles in allem“) beurteilen 85,0 Prozent der Verbände als sehr positiv und positiv.

Ein Mittelwertvergleich in Tabelle 17 verdeutlicht, dass ökologisch wirtschaftende Betriebe viele der 11 Items zur Wirkung ihrer Nachhaltigkeitsexzellenz positiver bewerten als konventionelle Betriebe. Besonders groß sind diese Unterschiede im Gesamturteil „Alles in allem“ (Ö: MW 1,77; K: MW 2,21), außerdem bei den Effekten auf die Umwelt (Ö: MW 1,37; K: MW 1,73), den Sympathiegewinn der Kund*innen (Ö: MW 1,97; K: MW 2,46) und der Zusammenarbeit mit Geschäftspartner*innen und Lieferant*innen (Ö: MW 2,38; K: MW 3,01). Die Effekte auf die Gemeinschaft werden von den Landwirt*innen positiver (MW 2,75) eingeschätzt als von den Verbänden (MW 3,44); während die Verbände die Effekte auf das Management (MW 2,00) positiver bewerten als die Landwirt*innen (MW 2,62).

Abbildung 23: Perzipierte positive Wirkung der Mikro-Nachhaltigkeit (in %)



Legende: Fragewortlaut: „Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein? Bewerten Sie anhand einer Skala von 1 = "sehr positiv" bis 6 = "sehr negativ".“ LW: n=185-211, V: n=17-20. Summe der TOP2-Boxen „1“ und „2“. Sortierung absteigend nach den Häufigkeiten der Landwirt*innen.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Tabelle 17: Mittelwertvergleiche der Bewertung der Wirkung

	LW	darunter		Verband	Signifikanzen	
	gesamt	Ö	K	V	Ö-K	LW-V
Alles in allem	1,96	1,77	2,21	1,65	**	n.s.
Effekte auf die Umwelt (Ökologische Dimension)	1,56	1,37	1,73	1,55	***	n.s.
Sympathiegewinn der Kunden	2,18	1,97	2,46	2,47	**	n.s.
Wahrnehmung von der Öffentlichkeit	2,31	2,14	2,50	2,67	*	n.s.
Effekte auf das Management / gute Unternehmensführung (Governance)	2,62	2,5	2,74	2,00	n.s.	*
Organisationales Lernen und Verbesserung im Unternehmen	2,60	2,52	2,68	2,47	n.s.	n.s.
Mitarbeitermotivation	2,58	2,40	2,77	2,26	*	n.s.
Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern & Lieferanten	2,73	2,38	3,01	2,88	***	n.s.
Effekte auf die Wirtschaftlichkeit (Ökonomische Dimension)	2,71	2,69	2,63	2,21	n.s.	n.s.
Wahrnehmung von anderen Unternehmen (im Sinne der Vorbildrolle)	2,81	2,61	3,01	2,40	*	n.s.
Effekte auf die Gemeinschaft (Soziale Dimension)	2,75	2,61	2,88	3,44	n.s.	*

Legende: Fragewortlaut: „Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein? Bewerten Sie anhand einer Skala von 1 = "sehr positiv" bis 6 = "sehr negativ".“ Ö: n=91-99, K: n=68-84, LW: n=185-211, V: n=17-20. * signifikant für P<0.05, ** für P<0.01, *** für P<0.001. Sortierung absteigend nach den Häufigkeiten der Landwirt*innen.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

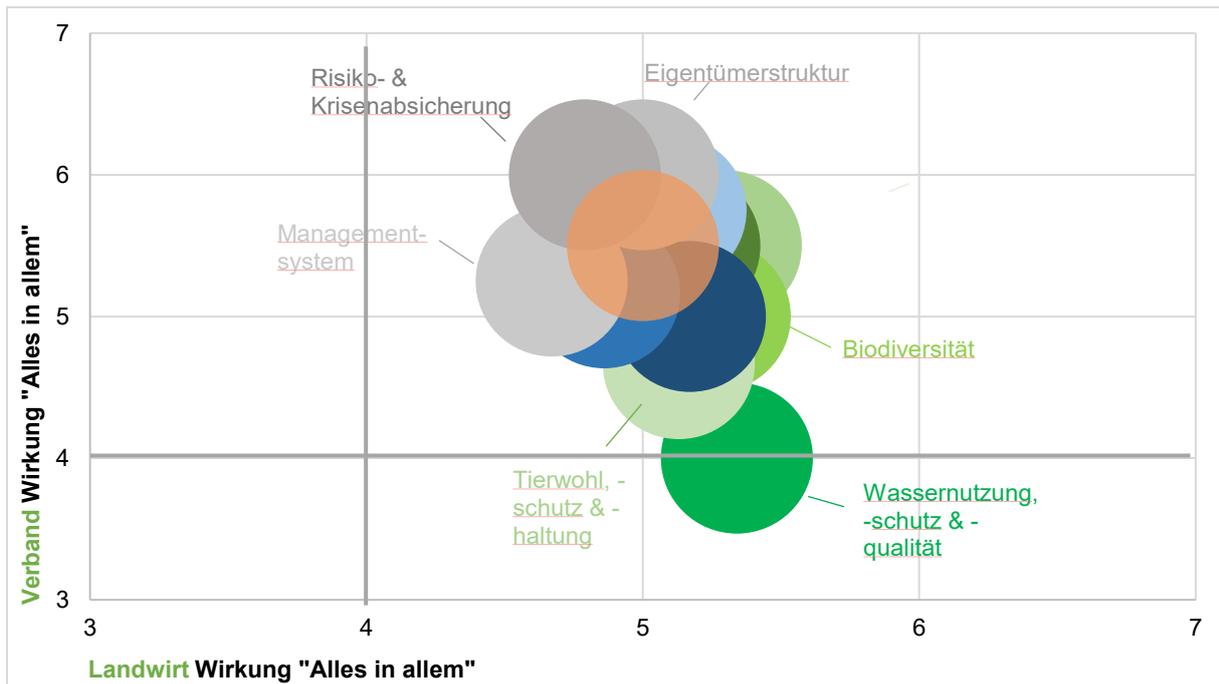
Wirkung verschiedener Nachhaltigkeitsthemen. Die vorangegangenen Ergebnisse zeigen die bewertete Wirkung nachhaltiger Aktivitäten als Ganzes betrachtet in unterschiedlichen Bereichen. Es bleibt die Frage, ob sich die Bewertung in Abhängigkeit vom jeweiligen Themenbezug der beschriebenen Aktivitäten unterscheidet. Wird beispielsweise die Wirkung von ökologischen Aktivitäten positiver bewertet als jene von ökonomischen Tätigkeiten? Gibt es hierbei Unterschieden zwischen der Sicht der Landwirt*innen und Verbände? Dies wird in den weiteren Ausführungen dargestellt.

In Abbildung 24 sind die Bewertungen von Landwirt*innen und Verbänden zu der Gesamtwirkung „Alles in allem“ von 24 nachhaltigkeitsbezogenen Schlüsselbegriffen, mit denen die besondere nachhaltige Tätigkeit thematisch eingeordnet werden konnten (siehe Kapitel 5.2.5), optisch gegenübergestellt. Die Farben in Abbildung 24 kennzeichnen die jeweilige Nachhaltigkeitsdimension (grün = Ökologie; rot/gelb = Soziales; blau = Ökonomie; grau = Governance). Es werden Mittelwerte der Gesamtwirkung „Alles in allem“ je Nachhaltigkeitselement herangezogen. Die Blasengröße hat keine Bedeutung.

Landwirt*innen bewerten Aktivitäten, die mit Schlüsselwörtern der ökologischen Dimension hinterlegt sind, wie Wassernutzung, -schutz & -qualität, Biodiversität oder Tierwohl, -schutz & -haltung, positiver in der Gesamtwirkung als dies Verbände tun. Andererseits bewerten die Verbände Aktivitäten mit Schlüsselwörtern zur Governance, wie Eigentümerstruktur, Risiko- & Krisenabsicherung sowie Managementsystem positiver in ihrer Gesamtwirkung im Vergleich zu Landwirt*innen. Dieser Einblick bekräftigt die zuvor beschriebene Erkenntnis, dass die Ansichten der Verbände und der Landwirt*innen vor allem in Bezug auf die Governance-Dimension differieren.

Die Zurückhaltung von Landwirt*innen bei der Award-Teilnahme (siehe Kapitel 4.3) lässt vermuten, dass nicht alle nachhaltigen Tätigkeiten, die Landwirt*innen durchführen, als „besonders“ oder gar „auszeichnungswürdig“ angesehen werden. Dies wird mit Abbildung 25 bekräftigt: Nicht alle Schlüsselwörter, denen eine positive Gesamtwirkung („Alles in allem“) zugeschrieben wird, werden auch als auszeichnungswürdig angesehen. Die Awardwürdigkeit wurde mit der Frage *„Inwieweit fühlen Sie Ihre beschriebene Aktivität derzeit würdig, mit einem Nachhaltigkeitsaward ausgezeichnet zu werden?“* auf einer Skala von 1 (=„absolut würdig“) bis 6 (=„überhaupt nicht würdig“) ermittelt. Die Größe der dargestellten Schlüsselwörter entspricht dabei der Häufigkeit, mit welcher diese genannt wurden – je größer der Kreis desto häufiger wurde das Schlüsselwort von den Landwirt*innen insgesamt genannt. Die Farben zeigen welcher Nachhaltigkeitsdimension die Schlüsselwörter zugeordnet werden (grün = Ökologie; rot/gelb = Soziales; blau = Ökonomie; grau = Governance).

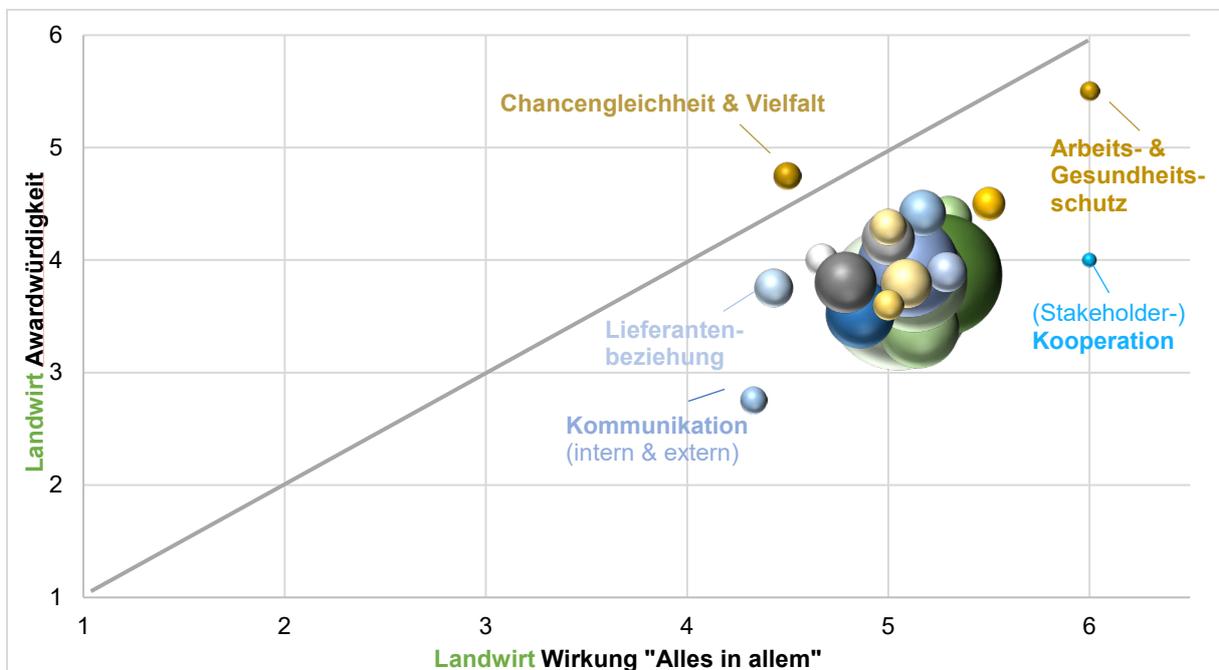
Abbildung 24: Wirkung aus Sicht der Landwirt*innen und Verbände



Legende: Fragewortlaut: „Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein? Bewerten Sie anhand einer 6er-Skala von 1 = "sehr positiv" bis 6 = "sehr negativ".“ LW: n=185-211, V: n=17-20. Darstellung der Mittelwerte.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Abbildung 25: Wirkung und Exzellenz aus Sicht der Landwirt*innen



Legende: Fragewortlaut Wirkung: „Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein? Bewerten Sie anhand einer Skala von 1 = "sehr positiv" bis 6 = "sehr negativ".“ n=185-211. Fragewortlaut Awardwürdigkeit: „Inwieweit fühlen Sie Ihre beschriebene Aktivität derzeit würdig, mit einem Nachhaltigkeitsaward ausgezeichnet zu werden? Bitte nutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = "absolut würdig" bis 6 = "überhaupt nicht würdig".“ n = 220. Darstellung der Mittelwerte.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Auffällig ist, dass ein Großteil der Schlüsselwörter sehr eng beisammen liegt. Diese Schlüsselwörter zeichnen sich durch eine positive Wirkung „Alles in allem“ sowie eine mittlere Awardwürdigkeit aus. Neben dieser recht einheitlichen Mehrheit lassen sich jedoch noch einige Ausreiser beobachten. Diese Schlüsselwörter zeichnen sich beispielsweise durch eine sehr positive Wirkung, wie die (Stakeholder-) Kooperation, oder durch eine recht hohe Awardwürdigkeit (z.B. Chancengleichheit & Vielfalt) aus. Auffällig ist auch der Arbeits- & Gesundheitsschutz, welchem eine sehr positive Wirkung sowie eine sehr hohe Awardwürdigkeit zugeschrieben wird. Ausreiser gibt es jedoch auch im negativen Sinne: Den Schlüsselwörtern Lieferantenbeziehung sowie Kommunikation (intern & extern) werden im Vergleich zu der Mehrheit eine geringere Wirkung und bei letzterem auch eine geringere Awardwürdigkeit zugeordnet.

Bei den Ausreisern handelt es sich ausschließlich um Schlüsselwörter aus der sozialen sowie ökonomischen Nachhaltigkeitsdimension. Außerdem wurden sie, wie an der kleinen Größe zu erkennen ist, nur selten genannt. Es heben sich genau jene Themen von der Mehrheit ab, die derzeit von den Landwirt*innen nur selten bespielt werden und daher – auf positive (z.B. Arbeits- und Gesundheitsschutz, Kooperation, Chancengleichheit und Vielfalt) oder negative Weise (Lieferantenbeziehung, Kommunikation) – besonders sind.

Die vorangegangenen Ergebnisse bekräftigen, dass blinde Flecken in der Nennung nachhaltiger Tätigkeiten bestehen. Außerdem wird deutlich, dass Landwirt*innen ihren Blick vor allem auf die Betriebsebene werfen, weniger auf das „Große und Ganze“ im Sinne der Nachhaltigkeitstransformation.

5.3 Semantische Netzwerkanalyse zur Mikro-Nachhaltigkeit

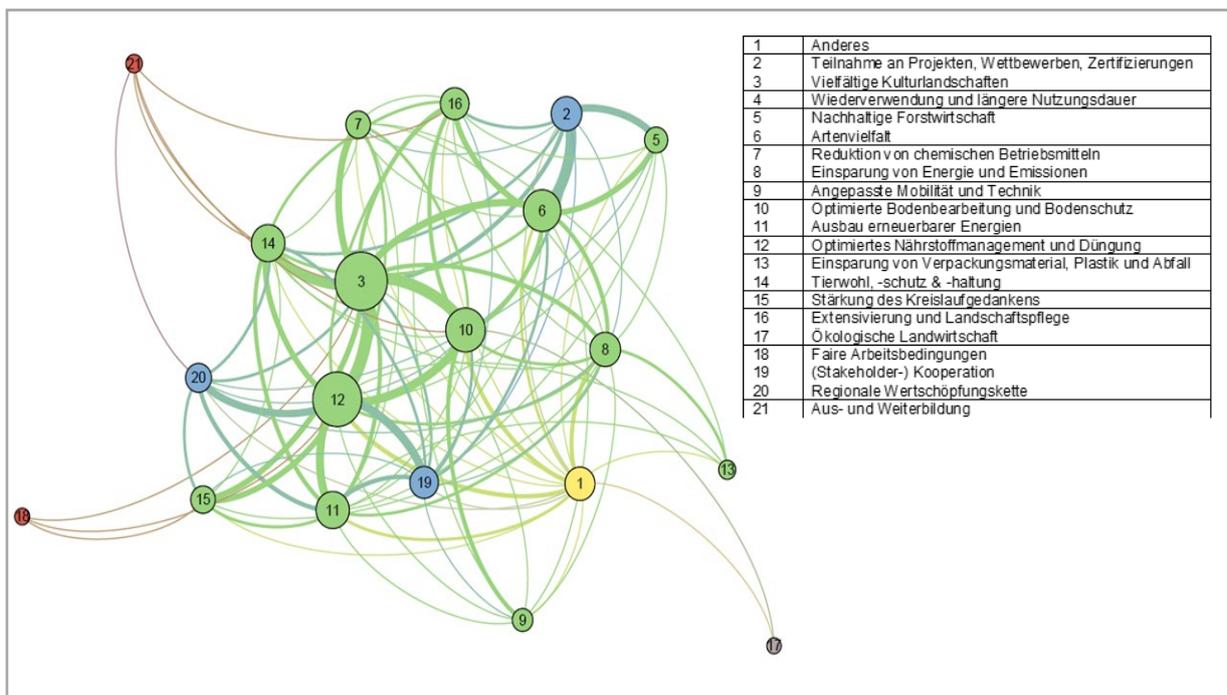
5.3.1 Überblick

Die Leistungen, die die Landwirtschaft erbringt, sind multifunktional (siehe Kapitel 1). Um die Nachhaltigkeitsexzellenz und somit auch die Multifunktionalität der Landwirtschaft bestmöglich abzubilden, werden im Folgenden die Zusammenhänge zwischen den beschriebenen Aktivitäten mittels semantischer Netzwerke untersucht (siehe Kapitel 3.3.2). Insgesamt wurden 21 Hauptkategorien gebildet, die den Nachhaltigkeitsdimensionen Ökologie-Ökonomie-Soziales-Governance zugeordnet werden können. Für die Visualisierung der semantischen Netzwerke zur „Mikro-Nachhaltigkeit“ wurde der Datensatz nach der Produktionsweise der landwirtschaftlichen Betriebe (konventionell und ökologisch) getrennt. Dies wird in den beiden folgenden Abschnitten dargestellt.

5.3.2 Netzwerk Mikro-Nachhaltigkeit bei konventionellen Betrieben

Abbildung 26 zeigt für konventionell wirtschaftende Betriebe (K), dass die Kategorie „Vielfältige Kulturlandschaften“ (chiffriert mit der Ziffer #3) der größte Knotenpunkt und damit die am häufigsten genannte Kategorie in dieser Gruppe ist. Herausragend nachhaltige Aktivitäten sind demnach für die befragten konventionellen Landwirt*innen am häufigsten solche, die als Beitrag zu vielfältigen Kulturlandschaften verstanden werden. Damit verbunden sind 16 weitere Kategorien, dies sind 76,2 Prozent der insgesamt 21 Kategorien. Die meisten Verbindungen zwischen zwei Kategorien gibt es zwischen „Vielfältigen Kulturlandschaften“ und „Optimiertem Nährstoffmanagement und Düngung“ (n=9), gefolgt von „Vielfältigen Kulturlandschaften“ und „Optimierter Bodenbearbeitung und Bodenschutz“ (n=8) sowie der Verbindung „Artenvielfalt“ und „Teilnahme an Projekten, Wettbewerben, Zertifizierung“ (#2) (n=8). Die Kategorie „Wiederverwendung und längere Nutzungsdauer“ wird im Netz nicht angezeigt, sie ist von konventionellen Landwirt*innen mit keiner anderen Kategorie semantisch verbunden worden. Die beiden Kategorien der sozialen Nachhaltigkeitsdimension (in rot) sowie der Governance (in grau) befinden sich ebenfalls an der Peripherie des Netzes, diese wurden von konventionell wirtschaftenden Betrieben weniger häufig mit anderen Kategorien verbunden.

Abbildung 26: Semantisches Netzwerk zur exzellenten Mikro-Nachhaltigkeit der konventionellen Betriebe (K)

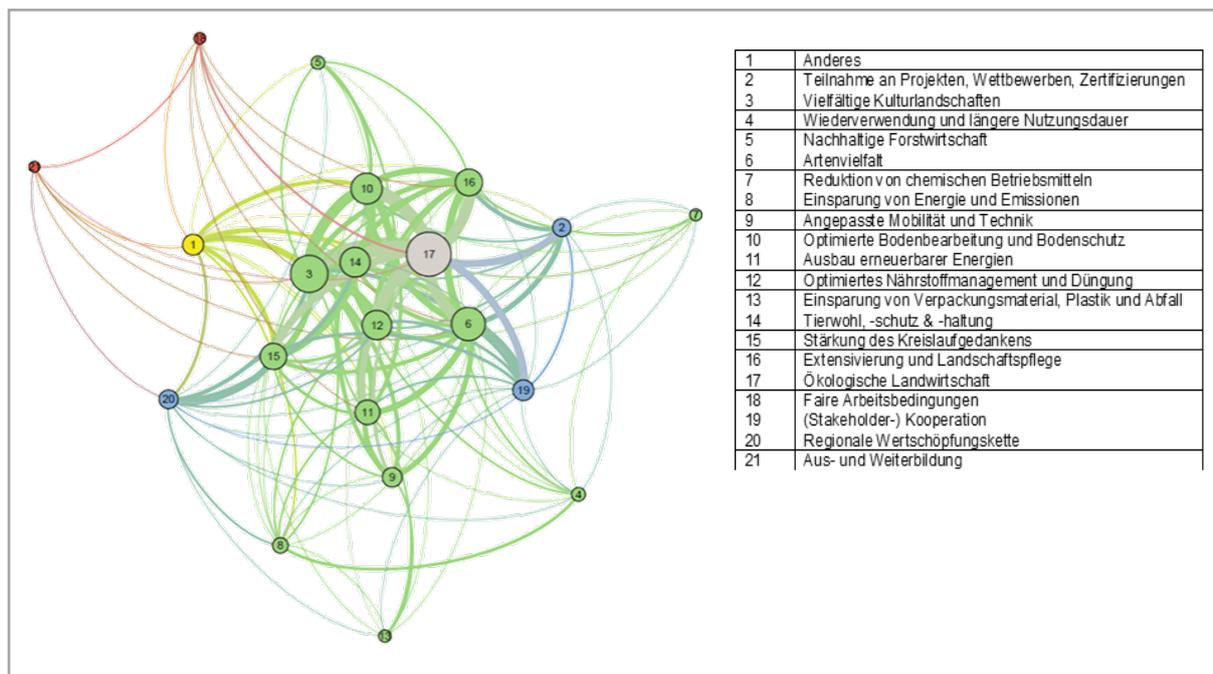


Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022.

5.3.3 Netzwerk Mikro-Nachhaltigkeit bei ökologisch wirtschaftenden Betrieben

Von den Bio-Betrieben wurde die Kategorie „Ökologischer Landbau“ (#17) am häufigsten genannt (siehe Abbildung 27). Damit verbunden sind 19 weitere Nennungen, dies sind 90,5 Prozent der insgesamt 21 Kategorien. Die meisten Verbindungen zwischen zwei Kategorien gibt es zwischen „Ökologischer Landbau“ und „Vielfältige Kulturlandschaften“ (n=13), gefolgt von der Verbindung „Ökologischer Landbau“ und „Optimierte Bodenbearbeitung und Bodenschutz“ (n=12) sowie „Ökologischer Landbau“ und „Artgerechte Tierhaltung und Tierschutz“ (n=11). Das semantische Netzwerk zur Mikro-Nachhaltigkeit der ökologischen Betriebe weist insgesamt eine größere Anzahl an Verbindungen zwischen einzelnen Kategorien auf als bei den konventionellen Betrieben (Ö: 146 Kanten (gewichtet: 426); K: 108 Kanten (gewichtet: 232 Kanten)). Außerdem hat das Netz einen geringeren Durchmesser und eine höhere Dichte als das Netz der konventionellen Betriebe. Die entsprechenden Kennziffern (siehe Kapitel 3.3.2) zeigen, dass die Beschreibung einer exzellenten „Mikro-Nachhaltigkeit“ der ökologischen Betriebe stärker miteinander verwoben ist. Die Kategorie „Teilnahme an Projekten, Wettbewerben, Zertifizierung“ ist ebenfalls am stärksten mit dem Selbstverständnis „Ökologischer Landbau“ verbunden, außerdem weist sie auf einen starken Bezug zur Kategorie „Artenvielfalt“.

Abbildung 27: Semantisches Netzwerk zur exzellenten Mikro-Nachhaltigkeit der ökologischen Betriebe (Ö)



Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022.

5.3.4 Vergleich der konventionellen und ökologisch wirtschaftenden Betriebe

Insgesamt verdeutlicht die qualitative semantische Netzwerkanalyse, dass Landwirt*innen vor allem Aktivitäten als herausragend exzellent beschreiben, die der ökologischen Nachhaltigkeitsdimension zuzuordnen sind, unabhängig davon, ob sie aus der Gruppe der ökologisch wirtschaftenden Betriebe (Ö) oder der nicht-ökologischen (K) sprechen. Soziale und wirtschaftliche Aktivitäten wurden weniger erwähnt. Unterschiede ergeben sich bei der Fokussierung konkreter nachhaltiger Aktivitäten und deren Verknüpfung. Ökologisch wirtschaftende Landwirt*innen sahen vor allem die ökologische Wirtschaftsweise selbst als stabilen Zustand der Nachhaltigkeit an: dies ist die am häufigsten genannte herausragende Nachhaltigkeitskategorie und gleichzeitig die, die am stärksten mit anderen Kategorien verknüpft ist. Das unterstreicht den holistischen Ansatz der mit dem ökologischen Landbau verbunden wird.

Die Ergebnisse der semantischen Netzwerkanalyse bekräftigen die vorangegangenen Ergebnisse zu den High- und Lowlights der Nachhaltigkeit (siehe Kapitel 5.2.4). Die Netzwerke verbildlichen die Lowlights mit der Randlage von sozialen Themen und Governance-Aktivitäten im Netz. Beispielsweise die Ergebnisse zu den Satelliten bzw. Ausreisern „Aus- und Weiterbildung“ oder „Faire Beschäftigung“, dies sich von anderen Themen als besonders abheben (siehe Kapitel 5.2.6). Diese Themen befinden sich in Randlage, da diese, wenn sie genannt wurden, häufig alleinstehend genannt wurden. Außerdem zeigt die geringe Größe der Blasen, dass genau diese Aktivitäten nur selten von den Landwirt*innen genannt wurden.

5.4 Treiber und Hemmer einer Nachhaltigkeitstransformation

5.4.1 Überblick

Warum Landwirt*innen nachhaltige Tätigkeiten durchführen und andere nicht, ist allerdings noch unklar. Folgt man anderen Studien ist beispielsweise eine hohe soziale und ökologische intrinsisch motivierte Verantwortungsübernahme (Gebhardt 2006; Egert et al. 2016) oder deutliche Konsumentenforderungen (Sroufe 2017) oder der Wunsch nach Reputation (Schaltegger et al. 2012) förderlich für eine nachhaltige Unternehmensperformance. Als hindernd gelten beispielsweise ein erhöhter Arbeitsaufwand (Lozano 2013) oder eine fehlende Strategie (Kiesnere & Baumgartner 2019). Welche Treiber und Hemmer aus Sicht der befragten Landwirt*innen und Verbände besonders relevant sind und ob sich diese Bewertung zwischen ökologischen und konventionellen Betrieben sowie den Verbände unterscheidet, wird im folgenden Abschnitt erörtert. Dies wurde anhand der Fragen *„Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen unterstützen“* bzw. *„[...] erschweren“* ermittelt. Insgesamt 22 Einflussfaktoren (darunter 16 treibende und 6 hemmenden Faktoren) wurden mit einer 6er-Skala von 1 (=„sehr

stark“) bis 6 (=„überhaupt nicht stark“) erfasst. Die Bewertungen aus Sicht der Landwirt*innen und der Verbände sind in Tabelle 18 gegenübergestellt.

5.4.2 Vergleich der Landwirt*innen und Verbände

Die Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten in landwirtschaftlichen Betrieben werden aus Sicht der Landwirt*innen angetrieben von dem Wunsch der eigenen Verantwortungsübernahme für Nachhaltigkeit im Unternehmen (Ö: MW 1,61; K: MW 2,17). Aus Sicht der Verbände zählt hingegen ein Bündel aus überwiegend externen Faktoren, wie neue Technologien und Innovationen (MW 2,07) sowie die Forderungen von Abnehmer*innen und Handel (MW 2,18), zu den wichtigsten Treibern einer nachhaltigen Entwicklung in der Landwirtschaft. Erschwert wird die Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten in landwirtschaftlichen Betrieben werden vor allem durch einen hohen Zeitaufwand (Ö: MW 2,03; K: 2,10) und hohe Kosten bzw. Anfangsinvestitionen (Ö: MW 2,22; K: 2,04) – so die befragten Landwirt*innen. Verbände sehen neben hohen Kosten (MW 1,92) auch aktuelle Krisen (MW 1,94) als starke Hemmer einer sozial-ökologischen Transformation in der Landwirtschaft.

Insgesamt nennen Verbände mehr hemmende als fördernde Faktoren, darunter sind für sie Kosten und aktuelle Krisen die stärksten Hemmnisse. Grundlegend besteht damit eine divergente Beurteilung der treibenden und hemmenden Einflussfaktoren einer Nachhaltigkeitstransformation aus Sicht der Landwirt*innen gegenüber der Sicht ihrer Verbände.

5.4.3 Vergleich der konventionellen und ökologisch wirtschaftenden Betriebe

Treibende und hemmende Faktoren in der Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten landwirtschaftliche Betriebe unterscheiden sich nach deren Wirtschaftsweise teils deutlich (siehe Tabelle 18). Bio-Betriebe lassen sich im Vergleich zu konventionellen Betrieben stärker durch intrinsische Motive und interne Faktoren leiten. Vor allem die eigene Verantwortungsübernahme für Nachhaltigkeit im Unternehmen ist dort stark ausgeprägt (Ö: MW 1,61; K: MW 2,17). Ebenso treibt sie das Gewährwerden von ökologischen Aspekten und der aktuellen Klimaentwicklung stärker an nachhaltige Maßnahmen selbst umzusetzen (Ö: MW 1,69; K: MW 2,41). Das Formulieren einer Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen ist für sie außerdem ein wichtiger Treiber (Ö: MW 2,08). Hierbei unterscheiden sich konventionelle landwirtschaftliche Betriebe signifikant – und ebenso die Verbände, die eine Nachhaltigkeitsstrategie weniger treibend einordnen (K: MW 2,79; V: MW 3,13).

Insgesamt benennen Bio-Betriebe mehr starke Treiber und beurteilen externe Faktoren sowie Unsicherheiten als weniger hemmend als Nicht-Bio-Betriebe (z.B. Krisensituationen Ö: MW 2,59; K: 2,35; V: 1,94). Das Potential einer Nachhaltigkeitsstrategie innerhalb der Betriebe wird aktuell noch unterschätzt, insbesondere von Seiten der Verbände.

Tabelle 18: Einflussfaktoren auf die Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten in der Landwirtschaft

Einflussfaktoren	LW Gesamt	darunter		Verband (V) (n=42-48)	Signifikanzen		
	LW	Ö (n=91-106)	K (n=87-104)		Ö-K	V-K	V-Ö
Treibende Faktoren							
Eigene Verantwortungsübernahme für Nachhaltigkeit im Unternehmen	1,88	1,61	2,17	2,00	***	n.s.	**
Ökologische Aspekte / Klimaentwicklung	2,01	1,69	2,41	2,75	***	*	***
Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen	2,47	2,08	2,79	3,13	***	n.s.	***
Know-how im Unternehmen	2,26	2,15	2,40	2,32	n.s.	n.s.	n.s.
Nachfrage von Kunden / Öffentlichkeit	2,65	2,45	2,76	2,52	*	n.s.	n.s.
Neue Technologien / Innovationen	2,70	2,67	2,64	2,07	n.s.	**	*
Forderungen von Abnehmern / Handel	3,05	2,88	3,22	2,18	n.s.	***	**
Forderungen von Mitarbeitern / Mitarbeiterengagement	3,68	3,63	3,71	3,37	n.s.	n.s.	n.s.
Forderungen / Unterstützung durch die Geschäftsführung	3,18	3,15	3,28	2,76	n.s.	n.s.	n.s.
Interesse an Kommunikation	2,91	2,71	3,05	2,86	*	n.s.	n.s.
Realisierung von Kostenvorteilen	2,78	2,91	2,63	2,40	n.s.	n.s.	n.s.
Realisierung von Imagevorteilen	2,95	2,72	3,12	2,77	**	n.s.	n.s.
Wettbewerbssituation (Konkurrenz)	3,37	3,41	3,32	2,91	n.s.	n.s.	n.s.
Forderungen von Lieferanten	3,54	3,51	3,53	3,14	n.s.	n.s.	n.s.
Forderungen von Investoren und Kreditgebern	4,24	4,20	4,28	3,14	n.s.	***	**
Soziale Aspekte / Arbeitsbedingungen / Menschenrechte	3,23	3,07	3,33	3,21	n.s.	n.s.	n.s.
Hemmende Faktoren							
Zeitlicher Aufwand	2,03	2,03	2,10	2,06	n.s.	n.s.	n.s.
Personalkapazität	2,45	2,46	2,40	2,0	n.s.	n.s.	n.s.
Sorge vor Greenwashing-Verdacht	3,72	3,95	3,46	4,0	n.s.	*	n.s.
Hohe Kosten / Anfangsinvestitionen	2,12	2,22	2,04	1,92	n.s.	n.s.	n.s.
Dominanz von Wirtschaftsfaktoren in der Unternehmensentscheidung	2,22	2,25	2,16	2,00	n.s.	n.s.	n.s.
Unsicherheit / Krisensituationen	2,46	2,59	2,35	1,94	n.s.	*	**

Legende: Darstellung von Mittelwerten und Signifikanzen. Fragewortlaut: Treiber: LW: „Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen unterstützen.“, V: „Bitte geben Sie für die landwirtschaftlichen Unternehmen Ihres Verbandes an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen unterstützen. Bewerten Sie folgende Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht“.“, Hemmer: LW: „Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen erschweren.“, V: „Bitte geben Sie für die landwirtschaftlichen Unternehmen Ihres Verbandes an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen in landwirtschaftlichen Unternehmen erschweren. Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht“.“, LW: n=201-234, K: n=87-104, Ö: n=91-106, V: n=42-48. * signifikant für $P < 0.05$, ** für $P < 0.01$, *** für $P < 0.001$.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

5.5 Präferierte Instrumente zur Unterstützung nachhaltiger Tätigkeiten

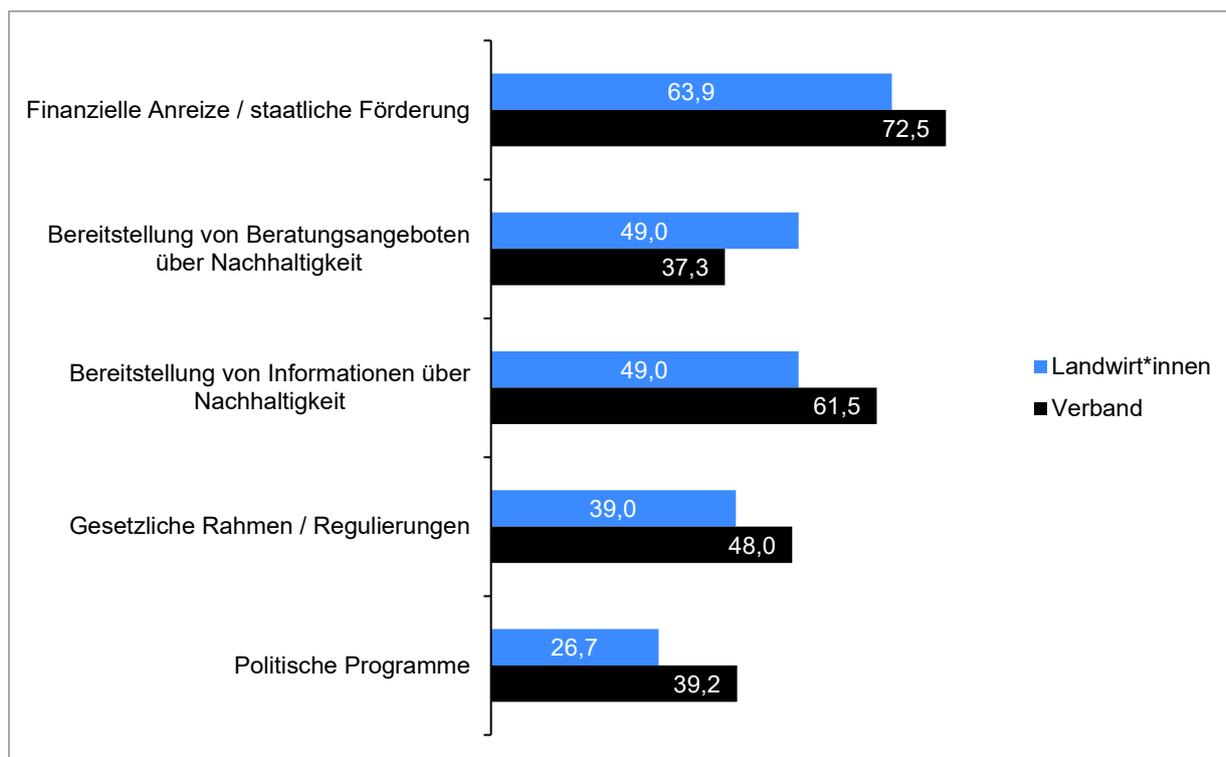
5.5.1 Überblick

Es gibt bereits eine Vielzahl an politischen Instrumenten und Ansätzen, die Unternehmen zu mehr nachhaltigem Handeln bewegen sollen. Viele Instrumente betreffen die Landwirtschaft direkt, zum Beispiel Regularien im Rahmen des Europäischen „Green Deal“ und der „Farm to Fork“-Strategie, oder indirekt, wie die CSReporting-Direktive (CSRD), die große Unternehmen zur Transparenz ihrer nachhaltigen Tätigkeiten entlang der Wertschöpfungskette verpflichten und damit landwirtschaftliche Betriebe, sofern sie Lieferanten dieser Unternehmen sind, einbinden. Außerdem können politische Instrumente im Grad der Verbindlichkeit in regulative, finanzielle oder informatorische Instrumente unterschieden werden (z.B. Mont et al. 2015). Inwiefern unterschiedliche Instrumente und Ansätze aus Sicht der landwirtschaftlichen Unternehmen und Verbände als förderlich zur Unterstützung nachhaltiger Tätigkeiten eingestuft werden und welche Rolle Nachhaltigkeitsawards sowie dem CSR-Award Finder in diesem Kontext zukommt, wird in den folgenden Abschnitten beleuchtet.

5.5.2 Rolle politischer Instrumente

Die unterstützende Rolle von politischen Instrumenten konnten die Landwirt*innen anhand folgender Frage bewerten: *„Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr folgende politische Instrumente die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten/Initiativen unterstützen“* bzw. entsprechend formuliert für die Mitgliedsunternehmen in der Befragung der Verbände. Zur Auswahl standen fünf politische Instrumente, die sich im Grad der Verbindlichkeit unterscheiden, und eine Bewertungsskala von 1 (=„sehr stark“) bis 6 (=„überhaupt nicht stark“) (siehe Abbildung 28). Aus Sicht der Landwirt*innen sind es allen voran finanzielle Anreize bzw. staatliche Förderungen, die die Umsetzung ihrer nachhaltigen Tätigkeiten sehr stark oder stark unterstützen (TOP2 Boxen: 63,9%). Danach folgen die Bereitstellung von Informationen über Nachhaltigkeit (49,0%) sowie die Bereitstellung von Beratungsangeboten (49,0%). Dem gesetzlichen Rahmen bzw. Regulierungen (39,0%) und politischen Programmen (26,7%) hingegen werden aus Sicht der Landwirt*innen die geringste Unterstützung zugeschrieben. In der Gegenüberstellung nach Wirtschaftsweisen zeigen sich nur geringe, nicht signifikante Unterschiede (siehe Tabelle 19). Auch die befragten Verbände sehen allen voran finanzielle Anreize und staatliche Förderung (TOP2 Boxen: 72,5%) als die stärksten Unterstützer von nachhaltigen Tätigkeiten in der Landwirtschaft, gefolgt von der Bereitstellung von Informationen über Nachhaltigkeit (61,5%). Dem gesetzlichen Rahmen und Regulierungen kommen aus Sicht von rund der Hälfte der Verbände eine wichtige Rolle zu (48,0%). Sie beurteilen politische Programmen eher weniger häufig als (stark) unterstützend (39,2%).

Abbildung 28: Instrumente als Treiber von Nachhaltigkeit (in %)



Legende: Fragewortlaut: „Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr folgende politische Instrumente die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten/ Initiativen unterstützen. Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht.“ LW: n = 243–255, V: n=50-52. Summe der TOP2 Boxen „1“ (sehr stark) und „2“. Sortierung absteigend nach Häufigkeit der Landwirt*innen.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

Tabelle 19: Politische Instrumente zur Unterstützung nachhaltiger Tätigkeiten

	Landwirtschaft Gesamt	darunter		Verband	Signifikanzen	
	LW	Ö	K	V	Ö-K	LW-V
Finanzielle Anreize / staatliche Förderung	2,32	2,29	2,35	2,1	n.s.	n.s.
Bereitstellung von Beratungsangeboten über Nachhaltigkeit	2,87	2,82	2,85	2,94	n.s.	n.s.
Bereitstellung von Informationen über Nachhaltigkeit	2,89	2,85	2,85	2,48	n.s.	n.s.
Gesetzliche Rahmen / Regulierungen	3,12	2,94	3,23	2,72	n.s.	n.s.
Politische Programme	3,49	3,37	3,64	3,08	n.s.	n.s.

Legende: Fragewortlaut: „Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr folgende politische Instrumente die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten/ Initiativen unterstützen. Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht.“ LW: n = 243–255, Ö: n=110-115, K: n=107-113, V: n=50-52. Darstellung der Mittelwerte. Sortierung absteigend nach Häufigkeiten der Landwirt*innen.

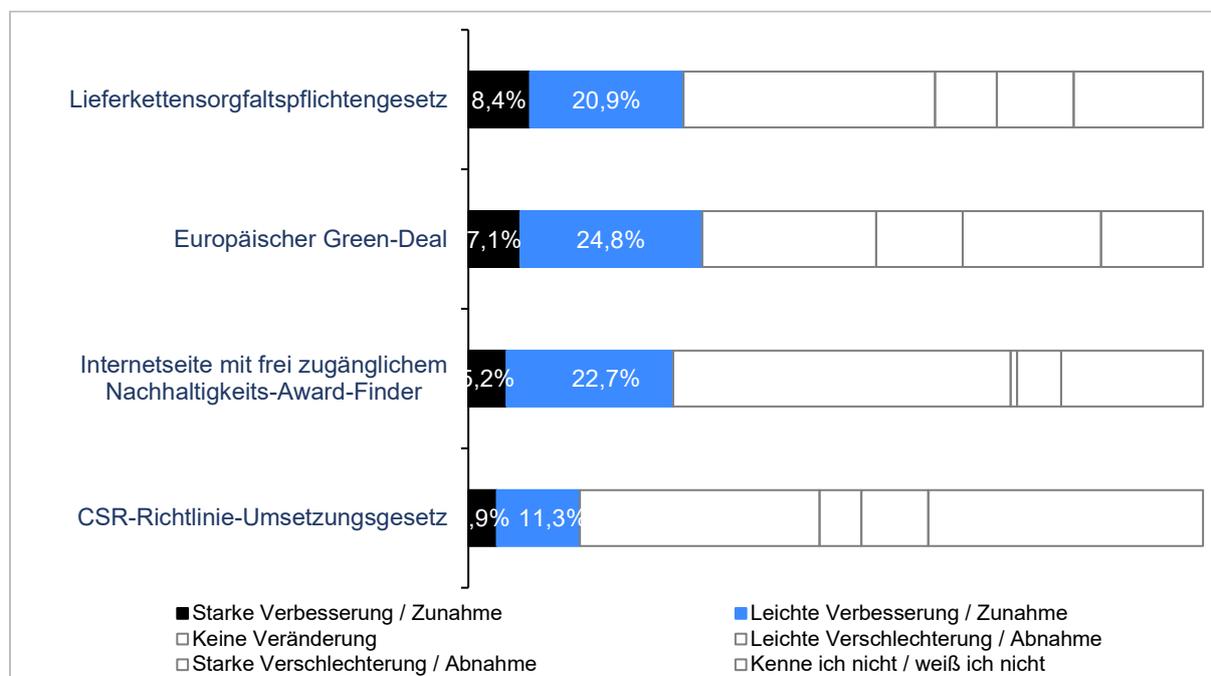
Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022 / Verbands-Befragung 2022.

5.5.3 Einfluss konkreter Instrumente und Ideen

Der Einfluss konkreter Ansätze wurde mit dem Wortlaut „Welche Veränderungen in Ihren nachhaltigen Tätigkeiten/Initiativen insgesamt erwarten Sie in Zukunft aufgrund folgender Ansätze/Ideen?“ erfragt. Bewertet werden sollten die Effekte des Europäischen Green Deals, des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes, des CSReporting Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) sowie eines frei zugänglichen Nachhaltigkeits-Award-Finders auf der 5er-Skala („starke Verbesserung/Zunahme – leichte Verbesserung/Zunahme – keine Veränderung – leichte Verschlechterung/Abnahme – starke Verschlechterung/Abnahme) (siehe Abbildung 29).

Durch den Europäischen Green Deal erwarten 31,8 Prozent der befragten landwirtschaftlichen Unternehmen zukünftig eine starke bzw. leichte Verbesserung ihrer nachhaltigen Tätigkeiten, gefolgt vom Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (29,3%) und einem frei zugänglichen Nachhaltigkeits-Award-Finder (27,9%). Durch das CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz erwarten weniger und zwar 15,2 Prozent eine starke bzw. leichte Verbesserung – 37,4 Prozent kennen dieses Gesetz nicht bzw. können die Auswirkungen nicht einschätzen. Dieser Wert ist im Vergleich mit den anderen Ansätzen am höchsten. Die Verbände beurteilen die Wirkung des Green Deals positiver als die befragten Landwirt*innen: 52,1 Prozent erwarten hieraus eine starke bzw. leichte Verbesserung nachhaltiger Tätigkeiten in der Landwirtschaft (Anhang B2).

Abbildung 29: Einfluss konkreter Instrumente und Ideen



Legende: Fragewortlaut: „Welche Veränderungen in Ihren nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen insgesamt erwarten Sie in Zukunft aufgrund folgender Ansätze / Ideen? Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus.“ n = 230–239.

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Hauptbarrieren der Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten bestehen bleiben, auch wenn die Agrarwirtschaft durch verpflichtende politische Regelungen zu mehr Nachhaltigkeit bewegt werden soll. Außerdem scheinen gerade Landwirt*innen durch politische Programme wenig abgeholt. Ihre Proteste und die Traktorenzüge der letzten Jahre richteten sich an die politischen Verantwortliche (Gebhardt 2021). Eine Transformation der Agrarwirtschaft erfordert demnach weitere Unterstützung sowie betriebliche Anstrengungen – auch bei Bio-Betrieben – und Unterstützung durch die Verbände. Informativische Ansätze sowie positive Anreize – wie durch Awards oder einen Award-Finder – können daher besonders interessante Ansätze sein.

6 Exzellente Mikro-Nachhaltigkeit und die Nachhaltigkeitstransformation der Landwirtschaft: Eine Diskussion aus Expert*innensicht

Es konnten im Projekt NEAL eingehende Kenntnisse über die vielfältigen, meist verborgen nachhaltigen Wirtschaftsweisen landwirtschaftlicher Betriebe erlangt werden. Das Projekt bietet eine positive Sichtweise und die erfolgreiche Suche nach den „versteckten Leuchttürmen“, die möglicherweise als exzellente „Mikro-Nachhaltigkeit“ in der Landwirtschaft beispielgebend oder vorbildhaft für andere sein können. Die Ergebnisse zeigen den Zugang landwirtschaftlicher Betriebe zu Nachhaltigkeit und ihr Innovationspotential, um zur Nachhaltigkeitstransformation beizutragen; es wird die Eigensicht von Landwirt*innen und ihren Verbänden auf die alltäglichen Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Landwirtschaft herausgearbeitet, sofern sie aus Sicht der Befragten besonders und hervorhebenswert sind.

Ob und inwiefern aus diesen „versteckten Leuchttürmen“ und ihrer Nachhaltigkeitsexzellenz, weitere Anstöße für Awardgebende oder Förderereinrichtungen abgeleitet werden können und diese als zukünftige Unterstützer gewonnen werden können, wird in diesem Abschnitt 6 nachgegangen.

6.1 Thesen zur Nachhaltigkeitsexzellenz

Der Umbau der Landwirtschaft im nachhaltigen Sinn wird in der letzten Zeit vor allem als ein politisches und regulatorisches Thema, oft in einer problemzentrierten Sicht, verstanden. Die Art wie Landwirtschaft betrieben wird, liegt letztlich in der Entscheidung Einzelner, meist den Betriebsleiter*innen. Eine intendierte Nachhaltigkeitstransformation der Landwirtschaft vollzieht sich demzufolge innerhalb der Betriebe und basiert auf individuellem Verhalten und wird im besten Fall von Branchenverbänden und ihren Lobbyisten unterstützt. Neue Wege und Politikvorschläge, die nicht alleine regulatorisch oder kontrollierend sind, sondern vielmehr auch unternehmerisch, ethisch und individuell oder dieses Verhalten stärken, könnten impulsgebend für nächste Schritte zur Nachhaltigkeitstransformation sein. Die in Kapitel 4 und 5 beschriebenen Ergebnisse im Projekt NEAL deuten auf Entwicklungen, die stärker gewahrt werden und diskutiert werden können. Auf dem Expert*innen-Workshop (siehe Kapitel 3.5) wurden sie vom Forschungsteam in folgenden Thesen zusammengefasst:

- *Blinde Flecken (These 1)*: Die Highlights auf die Ökologie und die Lowlights im Bereich des Sozialen sowie der Governance in Nachhaltigkeitsbewertungsansätzen führen zu blinden Flecken. Die Spiegelung der Befragungen unter Landwirt*innen sowie Ver-

bänden mit deren Selbstsicht einer exzellenten Mikro-Nachhaltigkeit weisen auf korrespondierende Lücken zu den Bewertungsansätzen einer nachhaltigen Landwirtschaft.

- *Versteckte Leuchttürme (These 2)*: Versteckte Leuchttürme der Nachhaltigkeit können mit positiven Anreizen (Awards) sichtbar werden und sich mit Förderanreizen weiter entfalten.
- *Nachhaltigkeitsstrategie fördern (These 3)*: Eine Nachhaltigkeitsstrategie in landwirtschaftlichen Betrieben kann wichtige Impulse für Maßnahmen und Wirkungen fördern.

„Versteckte Leuchttürme“ ist ein Oxymoron, ein semantischer Gegensatz in sich. Es zeigt darin das Problem und die Lösung von Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft zugleich: fehlende Sichtbarkeit und Sichtbarmachung. Dies bekräftigen auch die Teilnehmenden an dem Expert*innen-Workshop. Folgende Statements illustrieren dies (siehe Tabelle 20).

„Versteckte Leuchttürme in der Landwirtschaft sind ganz häufig Betriebe, die unter dem Radar laufen und gute Arbeit leisten, sehr effizient und nachhaltig sind. Hier gibt es starke und weniger starke Betriebe. Das sind Betriebe, die keiner so richtig wahrnimmt“, beschreibt ein Experte (E1). Ein weiterer Experte (E2) bestätigt dieses Statement und ergänzt, dass aktuell der Landwirtschaft die Bühne fehlt, um die Innovationskraft entsprechend positiv und deutlich zu präsentieren. Darüber hinaus gehe es nicht alleine um Nachhaltigkeitsexzellenz oder einzelne ökologische Aktivitäten, sondern die Transformation in der Nachhaltigkeits-Trias muss sichtbar gemacht werden: „Dann haben wir ein ganz anderes Bild“ (E7). Auch E4 erklärt, dass Landwirt*innen sich oft unverstanden fühlen und denken, sie würden doch schon alles machen, es sehe nur keiner: „Das ist dann ein Quell von Unmut und mangelnder Motivation“.

Es ist jedoch nicht ausgemacht, was überhaupt Leuchttürme sind und was diese tun. Ebenso sei die Frage zu klären, warum die landwirtschaftlichen Betriebe so sind wie sie sind (E1). E5 hat hier die Erfahrung gemacht, dass Betriebe, die sich zertifizieren oder ihre Nachhaltigkeitsperformance von Auditoren überprüfen lassen, Leuchttürme sein können - oder auch nicht: „Viele [dieser] Betriebe machen aber auch „business as usual“ (E5). Wer die versteckten Leuchttürme sind, beschreibt E1: Er sieht in ihnen die Vergessenen, die nicht „sehr medienaffin sind“. Nach E5 hängt dies „oft mit dem Selbstverständnis als Landwirt zusammen. Es sind Unternehmertypen, die sehr innovative und coole Sachen machen, sowohl konventionell als auch biologisch“. Oder eben jene, die aus im vermeintlich Selbstverständlichen ihres Tuns, nicht selbst das Besondere erkennen mögen.

Tabelle 20: Expert*innen-Statements zu den versteckten Leuchttürmen in der Landwirtschaft

Expert*in	Statement
E1	Versteckte Leuchttürme in der Landwirtschaft sind ganz häufig Betriebe, die unter dem Radar laufen und gute Arbeit leisten, sehr effizient und nachhaltig sind. Hier gibt es starke und weniger starke Betriebe. Das sind Betriebe, die keiner so richtig wahrnimmt. Man müsste stärker identifizieren, warum sind die Betriebe so wie sie sind? Manche Personen, die sehr medienaffin sind, bekommen zu viel Aufmerksamkeit und die, die gute Arbeit machen, werden manchmal vergessen. Manche haben auch gute Influencer, aber viele machen das unter dem Radar und leisten super Arbeit jeden Tag.
E2	Ich möchte das, was von E1 gesagt wurde unterstreichen und hinzufügen, dass es viele gibt mit innovativen Sachen, die individuelle Konzepte entwickeln und umsetzen. (...). Die Innovationskraft muss auf die große Bühne gehoben werden, aber die Bühne fehlt aktuell noch. Leuchttürme sind unterrepräsentiert.
E3	Ich sehe die Vielfältigkeit und Fähigkeit der Anpassung. Wenn sich jemand anpassen kann, dann ist es die Landwirtschaft. Denn bei der Landwirtschaft sind viele Faktoren nicht beeinflussbar (z.B. Witterung). Das kommt in Diskussionen zu kurz (...). Die Kommunikation ist nicht auf einer Ebene, sondern funktioniert auf zwei.
E4	Motivierte Landwirte leiden oft unter der Gesetzgebung und fühlen sich unverstanden. Sie denken, das machen wir schon alles, warum sieht es denn keiner. Das ist dann ein Quell von Unmut und mangelnder Motivation.
E5	In der Bewertung der Nachhaltigkeit auf den Betrieben [...] bekommen wir einen Blick auf einige Leuchttürme. Viele Betriebe machen aber auch ‚business as usual‘. Was bringt Leuchttürme dazu Vorreiter zu sein? Das hängt oft mit dem Selbstverständnis als Landwirt zusammen. Es sind Unternehmertypen, die sehr innovative und coole Sachen machen, sowohl konventionell als auch biologisch. Die Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Leuchttürmen sind oftmals nicht da. Die Verbände hinken eher hinterher und fördern eher die große Masse als die Leuchttürme. Im Lebensmitteleinzelhandel bestimmen oft die am wenigsten progressiven den Verband.
E6	Leuchttürme sind für mich Firmen, die sich nach [...] Standard schon haben zertifizieren lassen. [...] Die Firmen außerhalb müssen verstehen, dass Nachhaltigkeit in allen Bereichen eindringen muss und dort gelebt werden muss.
E7	Zum Statement ist schon viel gesagt worden. Ich finde, dass es zu sehr auf das E bezogen ist und dass das S und G häufig zu kurz kommt. Wir machen es zu wenig sichtbar. Wir sind schon gut und haben viele Innovationen, die wir auch sehen können (z.B. in der Tierhaltung). Die Transformation muss sichtbar gemacht werden, dann haben wir ein ganz anderes Bild.
E8	Wie können wir die Nachhaltigkeitstransformation in der Landwirtschaft voranbringen? Wie können wir es messen und bewerten? Wie schaffen wir eine Einheitlichkeit? Wie können wir unterstützen? Wir müssen Möglichkeiten für neue Wege für die Transformationsfinanzierung und für die Bewertung finden.
E9	Wir organisieren den [...] Award und versuchen den Landwirten eine Bühne zu geben.

Legende: Satzergänzung „Versteckte Leuchttürme in der Landwirtschaft sind, ...“

Quelle: Eigene Darstellung. Expert*innen-Workshop 2024.

Weitergehend ordnet dies E8 ein: „Landwirtschaft ist essenziell für die Entwicklung ländlicher Räume und für die Lebensmittelversorgung und das wird auch immer wieder auf den Tisch gebracht und als großer Effekt der Landwirtschaft gesehen. Aber wenn es auf die Leistung einzelner Betriebe zurück geht, wird es sowohl von innen als auch von außen kaum gesehen.“ Zudem bestätigt E5 die Diskrepanz zwischen der Landwirtschafts- und Verbandssicht: „Die Verbände hinken eher hinterher und fördern eher die große Masse als die Leuchttürme“ (E5). E1 wendet ein, dass „Verbandspolitik [...] ein bisschen anders funktioniert, als es nach außen bewusst ist.“

Als herausfordernd wird die auch vage Definition von Nachhaltigkeit gesehen, was unter Nachhaltigkeit verstanden wird und wodurch sich nachhaltige Betriebe definieren bzw. dem

zuordnen. E7 illustriert dies so: „Vielen [Anmerkung: Landwirt*innen] ist nicht bewusst, wie viel vom schon Geleisteten mit Nachhaltigkeit zu tun hat. Zum Beispiel ist die Anpassung der Fruchtfolge an das Klima ein Risikomanagement. Viele haben das nicht auf dem Schirm, obwohl es täglich auf den Betrieben passiert.“ Dabei sei auch die Vernachlässigung verschiedener Bereiche der Nachhaltigkeitsdefinition zu bedenken: der Fokus auf Ökologie geht zu Lasten des Sozialen und der Governance. Ein Experte merkt an, dass ein gemeinsames Zukunftsbild der Landwirtschaft entwickelt werden sollte: „Wenn sich Industrie, Forschung, Banken, Lebensmittelhandel sich auf das Bild ausrichten, wird über eine Vielzahl von Instrumenten Bewegung in den Markt reinkommen“ (E7).

6.2 Anschlussfähigkeit in Förderkonzepten der Banken (Sustainable Finance)

Ob das Konzept Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft anschlussfähig in Förderkonzepten der Kreditinstitute (Sustainable Finance) ist, diskutierten die Expert*innen (E) anhand der Möglichkeiten und Herausforderungen (siehe Tabelle 21). Was mit „Sustainable Finance“ oder verwandten Begriffen letztlich gemeint sei, ist bisher nicht festgelegt. Nach Dimmelmeier & Egerer (2023) kann dies am institutionellen Rahmen (z.B. Finanzmarkt) oder anzuwendenden Politikinstrumenten bzw. deren Transformationspotential festgeschrieben sein. Zudem muss unterschieden werden, ob ein Förderinstitut (z.B. Rentenbank), eine klassische Bank (z.B. Genossenschaftsbank oder Sparkasse) oder bestimmte bzw. landesspezifische Förderlöcher (z.B. Agrarinvestitionsprogramm (AFP)) betrachtet werden. Gestaltungsraum besteht dann beispielsweise in einer bevorzugten Kreditvergabe in bestimmten Förderprogrammen oder bei den Konditionen, die auf bestimmten Kriterien bzw. Bonitäten stützen.

Insgesamt herrscht Konsens unter den Expert*innen, dass Förderprogramme immer eine Signalwirkung haben und einen Beitrag zur Nachhaltigkeitstransformation der Landwirtschaft leisten können: „Sobald es einen Orientierungspunkt gibt, werden sich viele daran orientieren“, beschreibt dies E8 und meint allen voran „staatliche Gelder“ oder Angebote „größerer Akteure in diesem Bereich“, die dann auch andere, beispielsweise auch andere Banken, folgen lassen. Für eine Nachhaltigkeitstransformation in der Landwirtschaft muss es aus Sicht der Expert*innen jedoch viele verschiedene Instrumente geben, zum Beispiel auch Awards (siehe Kapitel 6.3). Dimmelmeier & Egerer (2023) zeigen korrespondierend, dass die Hebelwirkung von Sustainable Finance in der Outside-In Perspektive geringer ist als von entsprechenden Institutionen oder Gremien (inside-out) angenommen wird.

Möglichkeiten Nachhaltigkeitsexzellenz in Förderansätzen zu berücksichtigen, sehen die Expert*innen bei „Innovationstreibern“ (E8) und Innovationen, die „Vorbildcharakter für Innovationen“ (E2) haben und über das „business as usual“ hinaus gehen oder durch die Be-

rücksichtigung von Innovationen und Technologien „Prototypcharakter“ (E3) erlangen. Beispielsweise nennen sie hierzu eine völlig neue Fruchtfolge, die genau auf den Standort passt, oder Agroforst und Agri-PV. „Das ist für uns als Bank [...] interessant, weil wir dann andere Bereiche haben mit denen sie [Anmerkung: *landwirtschaftliche Betriebe*] einsteigen können“, ergänzt E8.

Eine zentrale Herausforderung bei der Anschlussfähigkeit von Nachhaltigkeitsexzellenz bzw. von Leuchtturmprojekten in Förderkonzepten oder Kreditprogrammen stellt jedoch deren fehlende Skalierbarkeit (E7, E8) dar. Wirtschaftlichkeit und eine entsprechende Erreichbarkeit potenzieller Kreditnehmer*innen sind die Maxime von Förderprogrammen oder Kreditvergaben: „Grundlegend finanzieren wir als Bank alles was wirtschaftlich sinnvoll ist“, erklärt E 7. E 8 ergänzt: „Es ist schwer ein Programm oder Kredit anzulegen, [...] das über die Kriterien und Anforderungen nur ganz wenig Betriebe abdeckt.“ Kreditvergaben sind „Massengeschäft“ (E8). Dabei müssen Banken in der Lage sein, ein solches Massengeschäft zu bedienen. Ein Förderkonzept, das versteckte Leuchttürme in den Blick nimmt, würde nur einen kleinen, exzellenten Teil der Betriebe abdecken, die diesen Kredit nachfragen. E7 erweitert die Maxime mit Blick auf die Wirkung und Nachhaltigkeitstransformation in der Landwirtschaft: „Wenn ich viele dazu animiere ein bisschen etwas zu machen, habe ich mehr gewonnen als wenn ich wenige dazu animiere etwas Großes zu machen“ (E7). Weiter sind die Heterogenität und Individualität der Landwirtschaft herausfordernd: „Was A gut macht, muss nicht für B die Lösung sein“ (E7).

Ein aktuell niedriger Zinssatz begrenzt außerdem die Wirksamkeit von Förderprogrammen. Der Zinssatz einer Förderung sei ohnehin nicht das Hauptentscheidungskriterium der Landwirt*innen für eine Investition (E7, E8), sondern dies basiert meist darauf, wie die Landwirt*innen strategisch ihr Unternehmen ausrichten möchten. Ein günstiger Zinssatz stellt dann ein zusätzliches Entscheidungskriterium, ein „add on“ (E8) dar. Grundlegend sind die Konditionen in der Kreditvergabe für landwirtschaftliche Betriebe auch per se schlechter, so die Expert*innen aus dem Bankensektor. Landwirtschaft ist sehr volatil und damit ein stark risikobehafteter Wirtschaftsbereich, dessen Bonität entsprechend eingeordnet wird.

Tabelle 21: Anschlussfähigkeit von Nachhaltigkeitsexzellenz in Förderkonzepten (Sustainable Finance)

Möglichkeiten	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> • Integration von Innovation und Technologie • Viele Betriebe erreichen (breite Masse zur Transformation bewegen) → höherer Mehrwert als wenn nur wenige, große Betriebe gefördert werden 	<ul style="list-style-type: none"> • Skalierbarkeit (geeignete Kriterien, eingeschränkte Nachfrage bei Nachhaltigkeits-Exzellenz) • Ein aktuell geringer Zinssatz • Landwirtschaft ist per se risikobehaftet (schlechte Bonität) • Geringe Relevanz des Zinssatzes bei Unternehmensentscheidungen • Breite Definition / fehlende Definition von Nachhaltigkeit • Vernachlässigung einzelner Nachhaltigkeitsdimensionen • Vielzahl an Betrieben / heterogene Betriebe führt zu eingeschränkter Nachahmbarkeit • Gemeinsames Zukunftsbild der Landwirtschaft fehlt
<p>Sonstiges</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es muss zwischen verschiedenen Arten von Fördergebern unterschieden werden • Zinssatz als "add on", aber nicht als alleinige Entscheidungsgrundlage für Landwirt*innen • Ein Tool für alle nicht möglich, viele Instrumente nötig • Branchen-Leitfäden notwendig • Politik wird als Treiber für Nachhaltigkeitsexzellenz adressiert • Leistungen der Landwirtschaft werden von der Gesellschaft als selbstverständlich wahrgenommen (Soziales / Governance) • Geringes Interesse am Thema Nachhaltigkeitsexzellenz von Landwirt*innen und vor allem ihren Verbänden (geringe Umfrageteilnahme) 	

Quelle: Eigene Darstellung, Expert*innen-Workshop 2024.

6.3 Anschlussfähigkeit in Belohnungssystemen (Wettbewerbe)

Das Instrument Awards und dessen positive Anreizsetzung und Strahlkraft finden unter Expert*innen grundlegend großes Interesse, wie mehrfach in ihren vorangegangenen Statements angeklungen ist. Welche weiteren Möglichkeiten und Herausforderungen Nachhaltigkeitsexzellenz der Landwirtschaft in außerökonomischen Wettbewerben (Awards) gegenüberstehen, wurde in einer weiteren Runde des Workshops diskutiert (siehe Tabelle 22).

Awards können besondere Leistungen sichtbar machen und herausstellen (siehe Kapitel 1), dies wird von den Expert*innen als interessanter Ansatz, gerade in einer kommunikativ eher zurückhaltenden Landwirtschaft begrüßt, die ihre Leistungen zu wenig selbst würdigt oder als besonders herausstellen lässt. E7 unterstreicht mit folgenden Worten, dass „die mangelnde Sichtbarkeit ein großes Problem in der Landwirtschaft ist. Gerade da liefern Awards, Nachhaltigkeitsexzellenz und Leuchttürme einen positiven Beitrag.“ Für E3 ist „das wichtigste Thema kommunizieren, kommunizieren, kommunizieren, und zwar in allen Bereichen“ der Landwirtschaft. Wichtige Vorreiter sind für E 2 „Macher-Typen auf dem Hof, die eine Vision entwickeln, wo sie im Naturschutz hinmöchten.“ Wenn Awards dieses Unternehmertum nach vorne stellen und nicht nur ein Ergebnis, „ist dies ein guter Ansatz“ (E2). Damit können auch

die Art der Betriebsführung und Governance-Ansätze in den Blick genommen werden, die in der Nachhaltigkeitsbeurteilung der Landwirtschaft meist noch fehlen. Konsens ist, dass Awards „ein zusätzliches Mosaiksteinchen im Gesamtkonstrukt“ (E2) sind, aber nicht der „Haupthebel“ (E2) oder die Nachhaltigkeitstransformation alleine trägt.

Ein großes Potential wird von den Expert*innen auch bei der Stärkung des Selbstbewusstseins der Landwirt*innen gesehen. Vielen Landwirt*innen sind sich unsicher über eine Teilnahme an Awards, „da sie dachten, dass das was sie machen auch alle anderen machen“, so eine Expertin (E9) oder sie ihre Aktivitäten nicht mit Nachhaltigkeit verbunden haben und daher nicht unter diesem Begriff für dieses Thema erreichbar sind. Gefragt sind aus Expert*innen-Sicht auch Verbände. Diese sollten „Enabler, Helfer und Bewerber von Nachhaltigkeit, der Begriffsdefinition von Nachhaltigkeit [und] Awards“ (E6) sein. Dies könnte beispielsweise durch die Streuung des CSR-Award-Finders unter den Mitgliedbetrieben geschehen und die Anregung mitzumachen (E5).

Die Heterogenität der Landwirtschaft ist bei der Anschlussfähigkeit in Awards ebenfalls eine Herausforderung. Dazu merkt E7 an: „Auch wenn Awards für manche Landwirte nicht das richtige Instrument sind, heißt es nicht, dass es für keinen das richtige Instrument ist.“ Die Leistungen der Landwirtschaft müssen nach außen getragen werden. Vor allem die Streuung im regionalen Umfeld (die „regionale Leuchtkraft“ (E3)) ist dabei bedeutsam: „Ein Landwirt in Bayern ist relativ irrelevant in Frankfurt oder Berlin“ (E3). Awards können eine Bestätigung innerhalb der Bubble darstellen. Eine Erhöhung der medialen Aufmerksamkeit ist daher essentiell.

Tabelle 22: Anschlussfähigkeit von Nachhaltigkeitsexzellenz in Wettbewerben

Möglichkeiten	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> • Es benötigt die „Macher-Typen“, Unternehmertum stützen durch Awards • Selbstbewusstsein der Landwirt*innen stärken, Exzellenz anerkennen (extern und durch die Landwirt*innen selbst) • Mediale Aufmerksamkeit erhöhen (regionale Zeitschriften / Leuchtkraft), Bestätigung nach außen transportieren (Vergleichbarkeit), Gesellschaftliche Anerkennung finden • Aufmerksamkeit über die „Bubble“ hinaus gewinnen 	<ul style="list-style-type: none"> • Heterogene Landwirtschaft / Betriebe • Präsenz / Bekanntheitsgrad der Awards, Bewerberzahlen, mediale Aufmerksamkeit • Award schaffen mit hoher Strahlkraft • Zeitaufwand der Bewerbung • Landwirt*innen fühlen sich oft nicht awardwürdig, müssen erst für Awards gewonnen werden
<p>Sonstiges</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbände sind gefragt (Enabler, Bewerber von Nachhaltigkeit), CSR-Award Finder publik machen • Bekanntheit der Awards nur in der „Bubble“ 	

Quelle: Eigene Darstellung, Expert*innen-Workshop 2024.

Des Weiteren ist die Sichtbarkeit und Bekanntheit von Awards für landwirtschaftliche Unternehmen innerhalb der „Award-Bubble“ und auch innerhalb der Gesellschaft steigerungsfähig. Oft sind Awards nur innerhalb eines bestimmten Interessentenkreises bekannt. „Es braucht einen Award, der vielleicht auch von der Politik unterstützt wird, mit einer übergeordneten Strahlkraft“ (E7). Das mit dem Award verbundene Medienecho sowie die Kommunikation über den Award und dessen Gewinner ist noch nicht so groß und sollte aus Sicht der Expert*innen gestärkt werden und über die Award-Bubble hinausgehen. Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft könnten dann mit verschiedenen Stakeholdern kommunizieren werden, um das „Thema nach vorne zu bringen“ (E1).

7 Fazit

Im Projekt NEAL wurde die Bedeutung von exzellenter Mikro-Nachhaltigkeit und die Rolle von Nachhaltigkeitsawards sowie weiterer unterstützender Instrumente einer nachhaltigen Transformation in der Landwirtschaft untersucht. Die Erkenntnisse des Projektes sollen landwirtschaftlichen Unternehmen, Verbänden sowie weiteren relevanten Akteuren der landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten eine Orientierung geben in den Fragen:

- Welche Nachhaltigkeitsthemen benötigen in Zukunft ein größeres Augenmerk?
- Wie können Landwirt*innen in ihrer Nachhaltigkeitstransformation gefördert werden?
- Welche Rolle spielen Nachhaltigkeitsawards in der Nachhaltigkeitstransformation?

Für das Forschungsprojekt NEAL wurden dazu (a) 310 Landwirt*innen und 59 landwirtschaftsnahe Verbände in einem bundesweiten Nachhaltigkeits-Crowd-Screening im Frühjahr 2022 online befragt und hierbei insgesamt 236 herausragende, awardwürdige Nachhaltigkeitsaktivitäten identifiziert, die in der Landwirtschaft bereits umgesetzt oder geplant werden. Mittels Awards-Matching und Clustering wurde (b) der webbasierte, interaktive CSR-Award Finder mit über 150 Wettbewerben erstellt und Ende 2022 online gestellt. Der CSR-Award Finder macht die Welt der Awards für Unternehmen übersichtlicher und einfacher zugänglich, insbesondere erleichtert dies den Zugang kleiner Unternehmen und landwirtschaftliche Betriebe.

Zentrale Aussagen der Studie lauten:

1. *Nachhaltigkeit ist für Landwirt*innen ein relevantes Thema* und viele „versteckte“ nachhaltige Tätigkeiten werden auf den befragten Betrieben bereits umgesetzt.
2. *Bio-Betriebe zeigen sich als Vorreiter von Nachhaltigkeitsexzellenz* in der Landwirtschaft. Ein zertifizierter Governance-Ansatz der ökologischen Wirtschaftsweise und die hohe Kommunikationsbereitschaft ihre Tätigkeiten positiv darzustellen bzw. darstellen zu lassen, sind prägend für die Bio-Branche. Leuchttürme und Ideengeber sind ebenfalls exzellente, jedoch oft eher verborgene Ansätze in konventionellen Betrieben. Weiterentwicklungen in der Landwirtschaft sind angesichts einer permanenten Reise der Nachhaltigkeitstransformation und in Exzellenzansätzen unerlässlich, auch bei Bio-Betrieben.
3. *Bodennutzung, Biodiversität, regionale Wertschöpfung und Tierwohl sind wichtige Bereiche*, in denen viele nachhaltigkeitsbezogene Maßnahmen von Landwirt*innen umgesetzt und als besonders hervorgehoben werden. Die neuen herausragenden

Themen einer awardwürdigen Nachhaltigkeitsexzellenz könnten aus Sicht von Landwirt*innen und ihren Verbänden Kooperationen, Gesundheit, Risiko- & Krisenabsicherung sowie besondere Eigentümerstrukturen sein.

4. *„Blinde Flecken“ in Nachhaltigkeitsansätzen korrespondieren mit Bewertungen der Landwirtschaft.* Sowohl in der Sicht von Landwirt*innen und Verbänden als auch in Nachhaltigkeitsbewertungsansätzen dominiert der Blick auf die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit. Die soziale sowie wirtschaftliche (inklusive Governance) Dimensionen werden in der Landwirtschaft – und entsprechenden Bewertungsansätzen – selten herausgestellt. Dies sind „blinde Flecken“ in doppelter Hinsicht.
5. *Leuchttürme der Mikro-Ebene kommen auf der Makro-Ebene kaum an.* Obwohl die Zusammenhänge von Nachhaltigkeitsexzellenz auf allen Ebenen und über die Ebenen hinweg sehr eng verknüpft sind, haben Landwirt*innen und ihre Verbände kaum die Makro-Ebene, Gesellschaft und Umwelt, bei ihren Anstrengungen im Blick. Die Landwirt*innen beschreiben Nachhaltigkeitsexzellenz vor allem mit Blick auf den eigenen Betrieb, die Mikro-Ebene, Verbände legen den Blick zusätzlich auf die Meso-Ebene, die Branche.
6. *Eine heterogene und multifunktionale Landwirtschaft benötigt vielfältige, multiple Instrumente* zur Förderung von Nachhaltigkeit auf Betriebsebene. Darunter sind informatorische Instrumente, wie der CSR-Award Finder, und Anreizinstrumente, wie Awards für Leuchtturmprojekte aus Sicht der Befragten ebenso förderlich wie regulatorische oder finanzielle Instrumente. Finanzielle Anreize bzw. staatliche Förderungen gelten als die stärksten Treiber von Nachhaltigkeit. Eine Nachhaltigkeitsstrategie oder systematische Managementansätze auf Betriebsebene fehlen oft.
7. *Nachhaltigkeitstransformation in der Landwirtschaft benötigt mehr gemeinsame Anstrengungen.* Die Sichtweisen von Landwirt*innen und ihren Verbänden differieren teilweise in der Beurteilung von Einflussfaktoren einer Nachhaltigkeitstransformation in der Landwirtschaft oder der Wirkung von Nachhaltigkeitsexzellenz.
8. *Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft benötigt mehr Mut und Sichtbarkeit.* Innovationen und Nachhaltigkeitsengagement landwirtschaftlicher Unternehmen sind in der Öffentlichkeit, auch für Vergabeinstitutionen von Awards, wenig sichtbar. Das Interesse und die Teilnahme an Awards von landwirtschaftlichen Unternehmen sind im Vergleich zu anderen Branchen gering. Interesse an dem etablierten Award-Finder besteht.

Die Ergebnisse im Projekt NEAL unterstreichen: Ein Ansatz alleine ist nicht ausreichend. Aufgrund der Heterogenität der landwirtschaftlichen Betriebe gilt dies gerade auch für die Landwirtschaft. Sustainable Finance und Awards sind dabei zwei verschiedene Ansätze bzw. Instrumente, die beide als wichtig und unterstützend gelten, um die Nachhaltigkeitstransformation landwirtschaftlicher Systeme und Betriebe voranzubringen. Beiden Ansätzen wird bescheinigt, ein wichtiges Instrument unter vielen zu sein, aber singulär einen eher geringen Hebel zu haben, da nicht alle landwirtschaftlichen Betriebe damit eingebunden werden können oder sich dadurch angesprochen fühlen. Die Ergebnisse im Projekt NEAL zeigen außerdem, Awards sind in die Toolbox der bekannten Instrumente und Anreize zur Stärkung der Nachhaltigkeitstransformation einzubinden. Sie stehen damit neben ökonomischen Anreizen im Markt oder regulativen Anreize, die vom Staat gesetzt werden. Awards setzen am Positiven und an der Sichtbarmachung des Vorbildhaften und Innovativen in der Landwirtschaft an. Sie können damit das verborgene Besondere, die nachhaltigen Aktivitäten und die versteckten Leuchttürme in der Landwirtschaft, nach außen tragen und zum Leuchten bringen, und damit die Nachhaltigkeits-Motivation der Landwirt*innen erheblich steigern.

8 Projekt-Reflektion

8.1 Zielerreichung

Die geplanten Ziele für NEAL konnten ausnahmslos erreicht werden. Die Ergebnisse wurden in Kapitel 4 bis 6 dargelegt. In der Zielsetzung und den geplanten Methoden des Projekts NEAL bedurfte es keiner Änderungen, siehe Kapitel 3.

- Die Teilnahme an den Umfragen und die Qualität und Vielfalt der Beschreibungen von „Mikro-Nachhaltigkeit“ liegt über den Erwartungen.
- Die beiden bundesweiten Umfragen zur Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft unter landwirtschaftlichen Betrieben sowie landwirtschaftsnahen Verbänden (Jahr 1) wurden ausgewertet,
- CSR-Award-Finder, webbasiert, ist umgesetzt und nutzbar (www.https://csr-award-finder.uni-hohenheim.de).
- Ein Update des CSR-Award Finders wurde vorbereitet und umgesetzt, Vergabeinstitutionen wurden zur Aktualisierung ihres Eintrags in der Datenbank aufgerufen.
- Mehrere Veröffentlichungen zu landwirtschaftlichen Leuchttürmen der Alltagspraxis (Mikro-Nachhaltigkeit) wurden erstellt und publiziert.
- Mehrere Präsentationen über das Projekt NEAL in Fachforen und Fachpresse waren möglich.
- Weitere Kommunikation der Projektergebnisse wurde über social media (LinkedIn) verbreitet.

8.2 Resonanz und Veröffentlichungen

Das Projekt NEAL wurde über die gesamte Projektlaufzeit hinweg in verschiedenen wissenschaftlichen Publikationen, Vorträgen, Pressemitteilungen und Medienberichten erfolgreich vorgestellt. In den folgenden Abschnitten sind die Veröffentlichungen sowie ein Medienspiegel des Projekts NEAL thematisch aufgelistet. Die Öffentlichkeitsarbeit im Projekt NEAL und dessen Vorstellung war umfassend, wie folgende Beispiele zeigen:

- In mehreren Pressemeldungen der Universität Hohenheim sowie redaktionellen Beiträgen bzw. Interviews, z.B. auf dem Portal für nachhaltige Unternehmensführung Haufe Sustainability oder im Unternehmermagazin Pharmabarometer, wurde das

Thema Nachhaltigkeitsexzellenz, die Wirkung von Awards auf eine nachhaltige Transformation oder der CSR-Award Finder vorgestellt bzw. Umfrageaufrufe zur Teilnahme an den Umfragen im Projekt NEAL gestartet.

- Auf der Internetseite des AK BEST und dem Fachgebiet Agrarmärkte an der Universität Hohenheim wurde das Projekt NEAL vorgestellt und unter aktuelle Themen, Informationen zum Projekt NEAL geteilt. (<https://marktlehre.uni-hohenheim.de/laufendeforschungsprojekte>)
- In LinkedIn sind unter dem Hashtag #akbest, #neal sowie #csrawardfinder Einträge des Forschungsteams zum Projekt NEAL gebündelt.
- Das Projekt NEAL wurde eingeladen an einem Konferenz-Workshop über Preise & Rankings in der CSR-Kommunikation auf dem CSR-Kommunikationskongress 2022 in Osnabrück mitzuwirken und die neuen Studienergebnisse vor einem Fachpublikum vorzustellen und zu diskutieren (<https://nkomm.org/preise-rankings-in-der-csr-kommunikation/>). Vortragende aus dem Projekt NEAL war Laura Hellstern.
- Youtube-Videos wurden im November 2023 im Rahmen eines Vortrags von Dr. Beate Gebhardt zu den Anreizen zum Besserwerden auf der GreenTech-Konferenz 2023 erstellt und hierbei der CSR-Award-Finder und dessen Funktionsweise vorgestellt.
- Mehrere Artikel, Tagungsbeiträge und Vorträge vor Fachpublikum wurden veröffentlicht.
- Eine gemeinsame Publikation zu den unentdeckten Leuchttürmen in der Landwirtschaft basierend auf der semantischen Netzwerkanalyse in einem englischsprachigen Journal ist in Vorbereitung und wird Teil des Promotionsvorhabens der wissenschaftlichen Mitarbeiterin Laura Hellstern sein.
- Der Tagungsbeitrag von Hellstern, Gebhardt & Hess wurde auf der GEWISOLA 2023 als bester Vortrag 2023 ausgezeichnet.
- Der vorliegende Abschlussbericht wird mit Zustimmung der Rentenbank wortgleich in der Schriftenreihe „Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte“, der Universität Hohenheim, Stuttgart, unter der Nummer 40 erscheinen.
- Beim Online-Expert*innengespräch „Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft – Nachhaltigkeitstransformation aus Sicht der Landwirtschaft denken“ an der Universität Hohenheim konnte das Projekt NEAL am 6. Mai 2024 in mehreren Impulsvorträgen vom Forschungsteam vorgestellt, in Gruppen mit 12 Expert*innen themenbezogen diskutiert und die gewonnenen Erkenntnisse in das Projekt eingebracht werden.
- Ein Medienspiegel der Medienberichte und social media Beiträge / Kommentare über den CSR-Award Finder wurde erstellt. U.a. wurde die Pressemitteilung in folgenden Medien und Foren aufgegriffen: Deutscher Nachhaltigkeitskodex, imug | CSR, RNE, UPJ, CSR Kompetenzzentrum, Forum Wirtschaftsethik, B.A.U.M. de, Umweltdialog, CSR Netzwerk Nürnberg, csr reporter, Magazin für nachhaltige Beschaffung,

GaLaBau, gartenbau profi, Spargel- und Erdbeerprofi, agrarwelt, Bioökonomie-bw I Gesundheitsindustrie-bw, nerdswire, Finanzen.net, Bochumer Zeitung, Goodnews. Die Meldungen werden u.a. via linkedIn, twitter geteilt, außerdem über Newsletter verbreitet.

8.2.1 Liste der Veröffentlichungen

Artikel / Berichte

Gebhardt, B. (2024, im Druck): CSR-Kommunikation und Nachhaltigkeitswettbewerbe. In: Heinrich, P. (ed.): CSR und Kommunikation. 3. Auflage, Springer.

Hellstern, L., Hess, S. & Gebhardt (2024, in Vorbereitung): Exploring Sustainability Excellence through the Lens of Farmers' Self-Assessment: Results from a Mixed Methods Study in Germany.

Gebhardt, B. & Hellstern, L. (2024): Treiber und Hemmer einer Nachhaltigkeitstransformation aus Sicht landwirtschaftlicher Betriebe und ihrer Verbände. 17. Wissenschaftstagung Ökolandbau, 6.-8. März 2024, Gießen.

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.

Hellstern, L. Gebhardt, B. & Hess, S. (2023): Farmers' Sustainability Excellence in Light of a Self-Assessment: Results from a Mixed Methods Study in Germany. Congress Agri-food systems in a changing world: Connecting science and society of EAAE (European Association of Agricultural Economists), Rennes, August 29-September 1, 2023.

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

Vorträge

Gebhardt, B. & Hellstern, L. (2024): Exzellente Mikro Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft: Sichtweise der Betriebe und ihrer Verbände. Vortrag am 06.05.2024 auf dem Expert*innengespräch „Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft Nachhaltigkeitstransformation aus Sicht der Landwirtschaft denken“, online.

Gebhardt, B. (2024): Deutsche Nachhaltigkeitspreis unter der Lupe – Impuls. Vortrag am 08.03.2024 beim B.A.U.M.-Unternehmenstreff Nachhaltigkeit, online.

Gebhardt, B. (2023): Anreize zum Besser-Werden. Die Rolle von CSR-Awards. Vortrag, GreenTech.LIVE Conference, 24.11.2023, online.

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.

Hellstern, L. Gebhardt, B., Hess, S. (2023). Farmers' Sustainability Excellence in Light of a Self-Assessment: Results from a Mixed Methods Study in Germany, Congress Agri-food systems in a changing world: Connecting science and society of EAAE (European Association of Agricultural Economists), Rennes, August 29-September 1, 2023

Hellstern, L. Gebhardt, B., Hess, S. (2023). Farmers' Sustainability Excellence in Light of a Self-Assessment: Results from a Mixed Methods Study in Germany. Research seminar, University of Hohenheim, Stuttgart, 12.07.2023

Gebhardt, B. (2023): Awards – Quo vadis? Vortrag auf dem B.A.U.M. e.V. Strategietreffen am 09.02.2023, online.

Gebhardt, B. und Hellstern, L. (2022): Awards. Ein kleiner Anstupser zur Nachhaltigkeits- transformation? Vortrag am 04.11.2022 auf dem 4. CSR-Kommunikationskongress, Osnabrück.

Videos

<https://www.youtube.com/watch?v=QjRarUja-VY>

https://www.youtube.com/watch?v=BTrHD50u_04

<https://www.tiktok.com/@greentechlive/video/7316454541866716449>

Auszeichnungen aus dem Projekt NEAL

Bester Vortrag Award 2023, GEWISOLA

Hellstern, L.*, Gebhardt, B., Hess, S. (2023): Sustainability Excellence in light of German Farmers' Self-Assessment: Results from a mixed methods study. Beitrag auf der 63. Jahrestagung der GEWISOLA „Nachhaltige Ernährungssysteme und Landnutzungswandel“, Göttingen, 20.-22.09.2023. (*Referentin)

<https://www.gewisola.de/auszeichnungen>

Abbildung 30: Vortrag und Preisverleihung auf der GEWISOLA 2023



Fotos: Dominik Baaken (l), Franziska Mittag (r)

8.2.2 Liste der Öffentlichkeitsarbeit und Medienresonanz

23.08.2022 | Fachgebiet Agrarmärkte | Universität Hohenheim

<https://marktlehre.uni->

[hohenheim.de/63333?tx_ttnews%5Btt_news%5D=56190&cHash=539a8dd1c0483101ab9316ca918cdf32](https://marktlehre.uni-hohenheim.de/63333?tx_ttnews%5Btt_news%5D=56190&cHash=539a8dd1c0483101ab9316ca918cdf32)

21.09.2022 | Universität Hohenheim

Pressemitteilung. Nachhaltigkeitspreise: CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online

<https://www.uni->

[hohenheim.de/pressemitteilung?tx_ttnews%5Btt_news%5D=56398&cHash=0ec37115cc44e6c3f00309423dacad057](https://www.uni-hohenheim.de/pressemitteilung?tx_ttnews%5Btt_news%5D=56398&cHash=0ec37115cc44e6c3f00309423dacad057)

<https://twitter.com/hashtag/nachhaltigkeitspreise>

<https://www.linkedin.com/school/universitat-hohenheim/mycompany/>

26.09.2022 | Fachgebiet Agrarmärkte | Universität Hohenheim

<https://marktlehre.uni->

[hohenheim.de/63333?tx_ttnews%5Btt_news%5D=56436&cHash=947f7259d008b5fe306679c37d8934bf](https://marktlehre.uni-hohenheim.de/63333?tx_ttnews%5Btt_news%5D=56436&cHash=947f7259d008b5fe306679c37d8934bf)

21.09.2022 | idw

Nachhaltigkeitspreise: CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online

<https://nachrichten.idw-online.de/2022/09/21/nachhaltigkeitspreise-csr-award-finder-fuer-betriebe-und-unternehmen-geht-online>

21.09.2022 | Presseportal

Nachhaltigkeitspreise: Neues Tool geht online

<https://www.presseportal.de/pm/118695/5326567>

21.09.2022 | UPJ

CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online

<https://www.upj.de/news/csr-award-finder-fuer-betriebe-und-unternehmen-geht-online>

21.09.2022 | Bioökonomie-bw | Gesundheitsindustrie-bw

[Nachhaltigkeitspreise: CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online](#)

21.09.2022 | nerdswire

CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online

<https://nerdswire.de/csr-award-finder-fuer-betriebe-und-unternehmen-geht-online/>

22.09.2022 | news reader

<https://news.feed-reader.net/50960-hohenheim.html>

22.09.2022 | GaLaBau

Nachhaltigkeitspreise: CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online

<https://www.soll-galabau.de/aktuelle-news/ansicht-aktuelles/datum/2022/09/22/nachhaltigkeitspreise-csr-award-finder-fuer-betriebe-und-unternehmen-geht-online.html>

22.09.2022 | CSR Kompetenzzentrum
Nachhaltigkeitspreise: CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online
<https://csr-kompetenzzentrum.de/nachhaltigkeitspreise-csr-award-finder-fuer-betriebe-und-unternehmen-geht-online/>

23.09.2022 | Forum Wirtschaftsethik
Nachhaltigkeitspreise: CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online
<https://www.forum-wirtschaftsethik.de/nachhaltigkeitspreise-csr-award-finder-fuer-betriebe-und-unternehmen-geht-online/>

27.09.2022 | gartenbau profi
Internetplattform der Uni Hohenheim: Orientierung im Dschungel der Nachhaltigkeitspreise
<https://www.gb-profi.de/nachricht-obst/detail/internetplattform-der-uni-hohenheim-orientierung-im-dschungel-der-nachhaltigkeitspreise-1/>

27.09.2022 | B.A.U.M.
CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen ist online
<https://www.baumev.de/News/10431/CSRAwardFinderfrBetriebeundUnternehmenistonline.html>

27.09.2022 | Spargel und Erdbeerprofi
Internetplattform der Uni Hohenheim: Orientierung im Dschungel der Nachhaltigkeitspreise
<https://www.spargel-erdbeerprofi.de/nachricht-spargelerdbeer/detail/internetplattform-der-uni-hohenheim-orientierung-im-dschungel-der-nachhaltigkeitspreise/>

07.10.2022 | UmweltDialog
CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online
<https://www.umweltdialog.de/de/management/auszeichnungen/2022/CSR-Award-Finder-fuer-Betriebe-und-Unternehmen-geht-online.php>

20.10.2022 | agrarwelt
CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen geht online
<https://www.rind-schwein.de/brs-news/csr-award-finder-fuer-betriebe-und-unternehmen-geh.html>

21.10.2022 | Stadtportal Nürnberg
CSR-Award Finder für Betriebe und Unternehmen
https://www.nuernberg.de/internet/csr_nuernberg/newsletter/unternehmenehrensache_dasnuernbergercsrnetzwerk_81496.html

09.01.2023 | Pharmabarometer
Nachhaltigkeitspreise einfach und passgenau finden.
<https://pharmabarometer.de/innovation/nachhaltigkeitspreise-einfach-und-passgenau-finden/>

23.08.2023 | Haufe Sustainability
Interview: „Viele kleinere Unternehmen nehmen gar nicht an Awards teil.“

https://www.haufe.de/sustainability/debatte/interview-beate-gebhardt-awards-nachhaltigkeit_575768_603266.html#:~:text=nur%20selten%20un-,Unternehmen%20m%C3%BCssen%20teils%20viele%20Informationen%20liefern%20und%20Daten%20vorab%20bereithalten,es%20noch%20um%20mehr%20Bewusstsein.

26.09.2023 | Fachgebiet Agrarmärkte | Universität Hohenheim

https://marktlehre.uni-hohenheim.de/63333?tx_ttnews%5Btt_news%5D=60176&cHash=6f14bdbf1d60561b60fb623ae1439bab

28.12.2023 | techfieber

Uni Hohenheim nimmt Nachhaltigkeits-Awards unter die Lupe

<https://www.techfieber.de/green/2023/12/28/ak-best-nimmt-nachhaltigkeitsawards-unter-die-lupe/>

31.12.2023 | Breaking Latest News

[AK BEST takes a closer look at sustainability awards](#)

Weitere permanente Verlinkung auf CSR-Award Finder (Auswahl)

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

<https://www.oekolandbau.de/landwirtschaft/betrieb/wettbewerbe-und-foerderpreise/>

<https://www.baumev.de/BAUMPreis.html>

<https://pharmabarometer.de/innovation/nachhaltigkeitspreise-einfach-und-passgenau-finden/>

8.3 Positive und negative Erfahrungen

Rückmeldungen und Wirkungen zum CSR-Award Finder

Es ist gelungen, eine übersichtliche und informative Darstellung von Nachhaltigkeitspreisen in Deutschland zu entwickeln, in der man sich schnell zurechtfindet und den Unternehmen hilft, eine interaktive Übersicht über die vielen Nachhaltigkeitsawards zu gewinnen. Es ist die umfangreichste Sammlung in Deutschland. „Eine Klasse Entwicklung“, „einfach zu bedienen“ und „aktuell“, so einige der laufenden Rückmeldungen von Nutzer*innen, auch über die Anfangszeit hinaus. Die Rückmeldungen der Nutzenden des CSR-Award Finders sind sehr positiv. In Vorträgen wurde vom Forschungsteam über diese Resonanz berichtet und visualisiert (siehe Abbildungen 31 und 32).

Abbildung 31: Stimmen zum CSR-Award Finder (Beispiele 1)



Quelle: Gebhardt (2023)

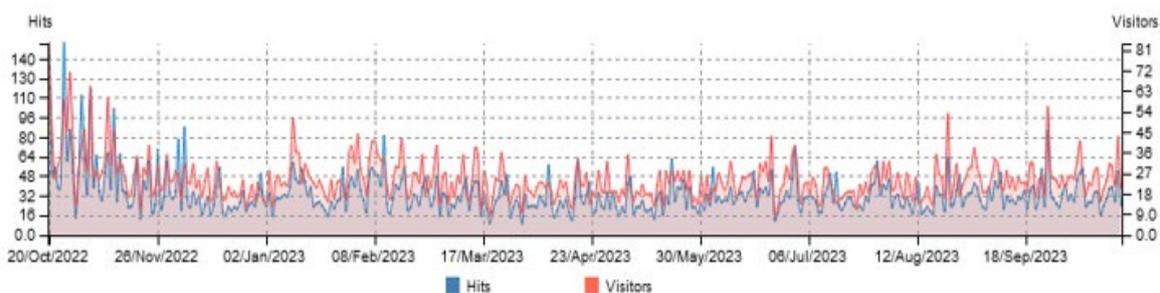
Abbildung 32: Stimmen zum CSR-Award Finder (Beispiele 2)



Quelle: Gebhardt (2023)

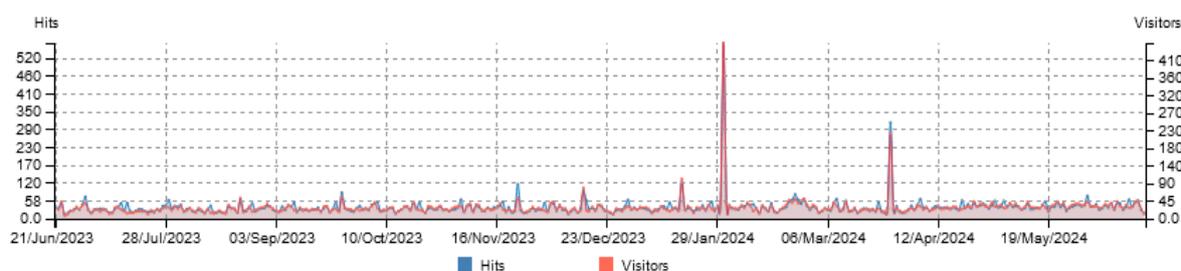
Die Zugriffszahlen auf den CSR-Award Finder bestätigen ebenfalls eine kontinuierliche positive Resonanz und zunehmende Nutzungshäufigkeit. Das Dashboard des CSR-Award Finder zeigt für maximal 12 Monate die Zugriffe und weitere personenunabhängige Daten an. Im Zeitraum 20.10.2022 bis 20.10.2023 werden insgesamt 12.573 Hits und 9.038 Unique Visitors gezählt. Im Schnitt entspricht dies täglich rund 34 Zugriffe. Der Screenshot des Dashboards des CSR-Award Finder in Abbildung 33 umfasst diesen Zeitraum. Für die Zeit von 21.06.2023 bis 20.06.2024 sind es insgesamt 13.914 Hits und 10.553 Unique Visitors (siehe Abbildung 34). Dies entspricht täglich rund 38 Zugriffen. Insgesamt 76 Quellen verweisen auf den CSR-Award Finder.

Abbildung 33: Zugriffe auf den CSR-Award Finder (10/2022 – 10/2023)



Quelle: Eigene Darstellung, Dashboard CSR-Award Finder ([www.https://csr-award-finder.uni-hohenheim.de](https://csr-award-finder.uni-hohenheim.de))

Abbildung 34: Zugriffe auf den CSR-Award Finder (06/2023 – 06/2024)



Quelle: Eigene Darstellung, Dashboard CSR-Award Finder ([www.https://csr-award-finder.uni-hohenheim.de](https://csr-award-finder.uni-hohenheim.de))

Der Zugang zum CSR-Award Finder wurde von mehreren Institutionen permanent auf deren Website verlinkt, darunter von baumev.de und oekolandbau.de, außerdem wurden in mehreren Pressemeldungen und von Institutionen aufgegriffenen Meldungen in Newslettern oder auf Social Media auf den CSR-Award Finder hingewiesen und den Link auf diesem Weg verfügbar gemacht (siehe Kapitel 8.2.2). Die Zugriffe sind insgesamt erfolgreich und ansteigend.

Die Rückmeldung der Vergabeinstitutionen zum Angebot eines CSR-Award Finders und in der Datenbank aufgenommen zu sein, ist ebenfalls positiv. Eine kleine Gruppe von Vergabeinstitutionen unterstützt den Finder sehr aktiv, u.a. mit der Teilnahme und Überprüfung von Testversionen (Pretest) oder bei Befragungen. Der Großteil der Vergabeinstitutionen ist dem Tool gegenüber neutral und duldet die Listung. Negative Rückmeldung zum CSR-Award Finder sind nicht bekannt. Lediglich in einem Fall wurde gebeten, den Award aus der Datenbank zu löschen. Die Rückmeldungen und Anfragen an das Forschungsteam verdeutlichten zudem: Aus Sicht der Vergabeinstitutionen von Awards besteht der Wunsch eines Updates der Datenbank und die Möglichkeit eines Neueintrag oder die Aktualisierung des eigenen Awards. Dies deutet ebenfalls auf ein vorhandenes und aktives Interesse der Vergabeinstitutionen, in dieser Listung enthalten zu sein. Das Tool für ein kontrolliertes Selbst-Update für Vergabeinstitutionen wurde in NEAL 3 entwickelt (siehe Kapitel 3). Die Verstetigung des CSR-Award Finders wurde mit Projekträger und Universitätsverwaltung vorbereitet. Interessenten außerhalb der Universität Hohenheim wurden gefunden.

Programmierung und Herausforderungen des Updates des CSR-Award Finders

Die Erstellung und das Update des CSR-Award Finders waren sehr zeitaufwändig. Klärung des Datenschutzes sowie Abstimmung über organisatorische und technische Belange zwischen den verschiedenen Einrichtungen und internen und externen Beteiligten waren umfangreich. Die Kommunikation zwischen verschiedenen Fachdisziplinen der Beteiligten war immer lösungsorientiert und vertrauensvoll, jedoch teils sehr herausfordernd in den jeweiligen Perspektiven Eingang zu finden.

Der CSR-Award Finder konnte bereits im September 2022 online gehen. Das Update und der Call zum Selbsteintrag der Vergabeinstitutionen hat sich aufgrund von technischen Herausforderungen deutlich zum Projektende hin verschoben. Zeitweise war die Datenbank des CSR-Award Finders nicht online. Das Update und die Aktualisierung der Einträge wurden im August 2024 erfolgreich durchgeführt.

Zusammenarbeit und Rückmeldungen des Projektbeirats

Aus verschiedenen für die Landwirtschaft relevanten Institutionen wurde mit Unterstützung des Rats für Nachhaltige Entwicklung (RNE) ein interessanter Projektbeirat gebildet. Der Projektbeirat setzte sich aus den folgenden drei Institutionen zusammen, ein paar Mitglieder wechselten aufgrund von beruflichen oder zeitlichen Gründen:

- DBV: Udo Hemmerling (ab 05/2024 Robert Kero)
- DLG: Erik Guttulröd, in Vertretung Ulrich Grimm
- NABU: Pierre Johannes

Der Projektbeirat wurde mehrfach vom Forschungsteam konsultiert sowie in den Workshop eingebunden. Die Beiräte reflektierten das Erhebungsdesign, kommunikative Ansprache der Stichprobe, sowie die Ergebnisse und deren Anschlussfähigkeit. Die Zusammenarbeit war sehr unterstützend und vertrauensvoll.

*Rückmeldungen von den Expert*innen des Workshops*

Der Workshop und die Darstellung der Projektergebnisse wurden von allen Teilnehmenden ausdrücklich als sehr positiv, sehr interessant und gelungen sowie klar und präzise gelobt. Der Austausch in der gewählten Runde galt als sehr lebhaft, ganz spannend und sehr interessant und hat den Teilnehmenden neue Einblicke auch in die Sicht der Verbände, der Medien und der Banken gegeben, aber auch in bereits Bekannten bestärkt. Die weitere Verbreitung des CSR-Award Finders wurde vorgeschlagen (siehe Anhang C).

Gutachten und Rückmeldungen zu den wissenschaftlichen Analysen „Mikro-Nachhaltigkeit“

Die Veröffentlichungen und Präsentationen zur Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft finden sehr guten Anklang, auch in den wissenschaftlichen Beurteilungen der Gutachten. Der Beitrag der Autor*innen Hellstern, Gebhardt und Hess „Sustainability Excellence in light of German Farmers' Self-Assessment: Results from a mixed methods study“ wurde auf der GEWSOLA 2023 in Göttingen mit dem Bester Vortrag Award ausgezeichnet. Gutachter des EAAE-Tagungsbeitrag 2023 „Farmers' Sustainability Excellence in Light of a Self-Assessment: Results from a Mixed Methods Study in Germany“ bewerteten diesen sehr positiv und benennen ihn als „exzellent“.

8.4 Langfristige Auswirkungen und Übertragbarkeit

Die vorliegende Studie ist ein wesentlicher Baustein für die zukünftige Weiterentwicklung hochwertiger Nachhaltigkeitswettbewerbe und deren Sichtbarkeit, der Formulierung von Leitlinien für hochwertige Nachhaltigkeitswettbewerbe sowie der Weiterentwicklung von Bewertungsansätzen und Sichtbarkeit für Nachhaltigkeitsexzellenz in der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Weitere zukünftige Projekte und Studien können dies in den Blick nehmen und auf die vorliegenden Ergebnisse aufbauen. Der webbasierte Nachhaltigkeitsaward-Finder könnte in Zukunft weiter gepflegt und als unabhängige Einrichtung verstetigt werden. Eine integrierte webbasierte Lösung auf Basis maschinellen Lernens (KI) könnte die Anwendungsmöglichkeiten und die Effektivität des Nachhaltigkeitsaward-Finders dabei in Zukunft noch weiter optimiert werden. Die Verstetigung des CSR-Award Finders wurde im Projekt NEAL vorbereitet. Eine Möglichkeit der Fortführung an der Universität Hohenheim wurde nicht gefunden. Von anderen Institutionen besteht Interesse.

Durch eine integrierte webbasierte Lösung auf Basis maschinellen Lernens (KI) könnte die Anwendungsmöglichkeiten und die Effektivität des CSR-Award Finders dabei in Zukunft noch weiter optimiert werden. Gemäß dem Motto „Mehr geht immer“, wäre aus Sicht des Forschungsteam eine noch größere Bekanntheit des CSR-Award Finders bei den Unternehmen und damit ein Zuwachs an potentiellen Nutzenden wünschenswert. Zusätzliche permanente Verlinkungen sowie eine wiederholende kommunikative Unterstützung könnten dies in Zukunft fördern, um das Interesse von Unternehmen, auch aus der Landwirtschaft, und deren Nutzung des CSR-Award Finders zu halten oder zu verstärken.

Wünschenswert ist es nicht zuletzt, wenn (1) die Ergebnisse im Projekt NEAL zu den Nachhaltigkeitsbewertungsansätze aufgriffen würden und Soziale Themen sowie Governance stärker Eingang in den Bewertungen landwirtschaftlicher Betriebe und deren Selbstdarstellung finden. (2) Die oft versteckten herausragenden Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Landwirtschaft deutlicher kommuniziert werden und möglicherweise zur Nachahmung und Weiterentwicklung der landwirtschaftlichen Betriebe anregen. (3) Landwirtschaftliche Betrieb und ihre Verbände gemeinsam und kraftvoll die Nachhaltigkeitstransformation vorantreiben und ein positives exzellentes Bild der Landwirtschaft entsprechend ihrem Engagement kommunizieren.

9 Literatur

- Allen, P., van Dusen, D., Lundy, J., Gliessman, S. (1991). Integrating social, environmental, and economic issues in sustainable agriculture. *American Journal of Alternative Agriculture*, 6 (1), DOI: 10.1017/S0889189300003787.
- Aragón-Correa, J., Hurtado-Torres, N., Sharma, S., Garcia-Morales, V.J. (2008). Environmental strategy and performance in small firms: a resource-based perspective. *Journal of Environmental Management*, 86, 88–103. DOI: 10.1016/j.jenvman.2006.11.022.
- Bai, Z., Caspari, T., Gonzalez, M., Batjes, N., Mäder, P., Bünemann, E. et al. (2018). Effects of agricultural management practices on soil quality: A review of long-term experiments for Europe and China. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 265, 1–7. DOI: 10.1016/j.agee.2018.05.028.
- Batáry, P., Báldi, A., Kleijn, D., Tschardtke, T. (2011). Landscape-moderated biodiversity effects of agri-environmental management: a meta-analysis. *Proceedings of the Royal Society B*, 278, 1894–1902. DOI: 10.1098/rspb.2010.1923.
- Baker, S. (2007). Followership: the theoretical foundations of a contemporary construct. *Journal of Leadership and Organisational Studies*, 14(1), 50-60. DOI: 10.1177/00028312073043
- Beckmann, M., Schaltegger, S. (2014). Unternehmerische Nachhaltigkeit. In: Heinrichs, Harald und Gerd Michelsen (Hrsg.): *Nachhaltigkeitswissenschaften*, Springer Verlag; Berlin, Heidelberg, 321–367.
- Beillouin, D., Ben-Ari, T., Malézieux, E., Seufert, V., Makowski, D. (2020). Positive but variable effects of crop diversification on biodiversity and ecosystem services. *Global Change Biology*, 7(19), 4697-4710. DOI: 10.1111/gcb.15747.
- BFH (Berner Fachhochschule), HAFL (Hochschule für Agrar- Forst- und Lebensmittelwissenschaften (2022). RISE (Response-Inducing Sustainability Evaluation) – Massnahmenorientierte Nachhaltigkeitsanalyse landwirtschaftlicher Betriebe. URL: https://www.bfh.ch/dam/jcr:20c2bdc6-d09a-4bb5-8185-984d27226969/de_Was_ist_RISE_2022.pdf.
- Binswanger, M. (2010). Sinnlose Wettbewerbe. Warum wir immer mehr Unsinn produzieren. Herder: Freiburg.
- BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) (2017). Gute fachliche Praxis bei der landwirtschaftlichen Bodennutzung. URL:

https://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Pflanzenbau/Boden/_Texte/LandwirtschaftlicheBodennutzung.html

BMU (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz) (2019). Monitoringbericht 2019 zur Deutschen Anpassungsstrategie an den Klimawandel. URL:

https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Klimaschutz/monitoringbericht_2019_bf.pdf.

Böhm, J., Albersmeier, F., Spiller, A. (2009). Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit. Josef-EUL-Verlag, Siegburg.

BÖLW (Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft) (o.J.). Wie ist die Ökologische Landwirtschaft entstanden? Tradition und Innovation: Die Geschichte der Ökolandwirtschaft in Deutschland. URL: <https://www.boelw.de/service/bio-faq/bio-basics/artikel/wie-ist-die-oekologische-landwirtschaft-entstanden/>.

Bovaird, T., Löffler, E. (2009). More quality through competitive quality awards? An impact assessment framework. *International Review of Administrative Sciences*, 75 (3), 383–401. DOI: 10.1177/0020852309337687.

Breitschuh, T., Breitschuh, G., Eckert, H., Gernand, U., Geyer, M. (2019a). Betriebsbewertungssystem KSNL – Anwendung und ausgewählte Kriterien. URL: https://www.ktbl.de/fileadmin/user_upload/Artikel/KSNL/KSNL.pdf.

Breitschuh, T., Breitschuh, G., Eckert, H., Gernand, U., Geyer, M. (2019b). Nachhaltig wirtschaften mit KSNL – Umwelt-, wirtschafts-, sozial- und tierverträglich. URL: <https://www.ktbl.de/fileadmin/produkte/leseprobe/40128excerpt.pdf>.

Brunner, F., Wagner, K. (2011). Taschenbuch Qualitätsmanagement: Leitfaden für Studium und Praxis. 5., überarb. Aufl., Hanser, München, – Wien.

Buckwell, A., Nordang Uhre, A., Williams, A., Poláková, J., Blum, W., Schiefer, J., . . . Haber, W. (2014). Sustainable Intensification of European Agriculture: A review sponsored by the RISE Foundation.

Buddenberg, J., Buhl, J., Liedtke, C. (2014). Transition Enabling auf nationaler und Unternehmensebene – Ein Überblick unter besonderer Berücksichtigung der Bedeutung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises. In: Meffert, Heribert et al. (Hrsg.): Sustainable Marketing Management. Wiesbaden, 375–410.

Bundesregierung (2021). Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Weiterentwicklung 2021. URL: <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975274/1873516/9d73d857a3f7f0f8df5ac1b4c349fa07/2021-03-10-dns-2021-finale-langfassung-barrierefrei-data.pdf?download=1>.

- Bundesregierung (n.d.). Die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele verständlich erklärt. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltigkeitsziele-erklaert-232174>.
- Crowder, D., Reganold, J. (2015). Financial competitiveness of organic agriculture on a global scale. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(24), 7611–7616. DOI: 10.1073/pnas.1423674112.
- Dahlgaard-Park, S., Dahlgaard, J. (2006). In Search of Excellence – Past, Present and Future. In: Schnauber, H. (Hrsg.): *Kreativ und konsequent*. Carl Hanser Verlag: München, 57–84.
- Deutscher Nachhaltigkeitskodex (2022). Checkliste für die Erklärung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex. URL: https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/media/0bpfewrm/dnk_checkliste_2023.pdf.
- Deutscher Nachhaltigkeitskodex (n.d.). Entstehung und Anliegen. URL: <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de/ueber-den-dnk/entstehung-und-anliegen/#>.
- Dietsche, C. (2014). Nachhaltigkeitsratings. Mitbestimmungsförderung. URL: www.boeckler.de (Stand: 24.04.2019).
- Dimmelmeier, A., Egerer, E. (2023). Das Transformationspotential des deutschen Sustainable Finance Diskurses: Eine Einschätzung auf Basis von Logiken und Frames. *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, 92(1), 11–36. DOI: 10.3790/vjh.92.1.11.
- DLG (n.d.). DLG-Standard „Nachhaltige Landwirtschaft“. URL: <https://www.dlg-nachhaltigkeit.info/de/dlg-standard>.
- Döpfner, C., Schneider, H.-A. (2012). *Nachhaltigkeitsratings auf dem Prüfstand. Pilotstudie zu Charakter, Qualität und Vergleichbarkeit von Nachhaltigkeitsratings*. Frankfurt.
- Duenbostl, C., Pöchtrager, S., Haas, R. (2011). Nachhaltigkeit in der Agrar- und Ernährungswirtschaft – Bedeutung für den Konsumenten. *Jahrbuch der ÖGA 2011*, 1–10.
- EC (European Commission) (2017). *Financing Sustainability. Triggering Investments for The Clean Economy*. EPCS Strategic Notes, Nr. 25.
- EC (European Commission) (2020). *Commission Staff Working Document: Analysis of links between CAP Reform and Green Deal*. SWD (2020) 93 final. https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2020-05/analysis-of-links-between-cap-and-green-deal_en_0.pdf.

- Engert, S., Rauter, R., Baumgartner, R. J. (2016). Exploring the integration of corporate sustainability into strategic management: a literature review. *Journal of Cleaner Production*, 112(4), 2833-2850. DOI: 10.1016/j.jclepro.2015.08.031.
- EP (Europäisches Parlament) (2022). Sustainable economy: Parliament adopts new reporting rules for multinationals. URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/de/press-room/20221107IPR49611/sustainable-economy-parliament-adopts-new-reporting-rules-for-multinationals>.
- Faster Capital (2024). Semantische Netzwerkanalyse Ein leistungsstarkes Tool fuer den Startup Erfolg. URL: <https://fastercapital.com/de/inhalt/Semantische-Netzwerkanalyse--Semantische-Netzwerkanalyse--Ein-leistungsstarkes-Tool-fuer-den-Startup-Erfolg.html#Die-Rolle-semantischer-Netzwerke-beim-Verst-dnis-des-Verbraucherverhaltens>.
- Fecke, W., Michels, M., Hobe, C-F. von, Musshoff, O. (2018). Wie kommunizieren Landwirte in Zeiten der Digitalisierung? *Berichte über Landwirtschaft*, 96(2). URL: <https://www.buel.bmel.de/index.php/buel/article/view/194/pdf>.
- Feola, G. (2015). Societal transformation in response to global environmental change: A review of emerging concepts. *Ambio*, 44, 376–390. DOI: 10.1007/s13280-014-0582-z.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the UN) (2014). SAFA (Sustainability Assessment of Food and Agriculture Systems) Guidelines Version 3.0. URL: <https://www.fao.org/3/a-i3957e.pdf>.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the UN) (2022). FAO Strategy on Climate Change 2022-2031. Rome. URL: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/f6270800-ee7-498f-9887-6d937c4f575a/content>.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the UN) (2024). Sustainable Food and Agriculture. URL: <https://www.fao.org/sustainability/background/en/>.
- Gebhardt, B. (2006). Ökokaufhaus – Konzept der Zukunft? Empirische Analyse der Effekte eines innovativen Unternehmenskonzepts auf Umwelt und Gesellschaft. Dissertation. Oekom-Verlag: München.
- Gebhardt, B. (2016). Ausgezeichnet! Nachhaltigkeitspreise für Unternehmen der Ernährungswirtschaft. *Schriften zum Nachhaltigkeitsmanagement*, Dr. Kovac: Hamburg.
- Gebhardt, B. (2018a). Nachhaltigkeitsawards – ein politisches Instrument der individuellen Verhaltensbeeinflussung? 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. (2020a). Nachhaltigkeitswettbewerbe in Deutschland 2020. Übersicht und Methodik der Bestandsaufnahme. Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte Nr. 28, Universität Hohenheim, Stuttgart.
- Gebhardt, B. (2020b). Quo vadis Nachhaltigkeitswettbewerb - Bedeutungsverlust als existenzielle Herausforderung? Keynote am 04.11.2020 auf dem Expertenworkshop „Möglichkeiten und Ansätze zur Qualitätssicherung von Nachhaltigkeitsawards für Unternehmen“, online.
- Gebhardt, B. (2021): Ökonomische und ethische Herausforderungen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft. In: Dietz, A.; Jung, S.; Wegner, D. (Hg.): Zwischen Mitleidsökonomie und Professionalisierung - Tafeln in wirtschaftsethischer Perspektive. ATWT-Jahrestagung 2020. LIT-Verlag, Münster, 171–200. ISBN: 978-3-643-14693-9.
- Gebhardt, B. (2023): Anreize zum Besser-Werden. Die Rolle von CSR-Awards. Vortrag, GreenTech.LIVE Conference, 24.11.2023, online. <https://www.youtube.com/watch?v=QjRarUja-VY>.
- Gebhardt, B. (2024, im Erscheinen). CSR-Kommunikation und Nachhaltigkeitswettbewerbe. In: Heinrich, P. (ed.): CSR und Kommunikation. 3. Auflage, Springer.
- Gebhardt, B., Deixler, I., Wißmann, I., Jungmair, J.A., Pöchtrager, S. (2020). Exzellenz in der österreichischen und deutschen Molkereibranche – ein Vergleich. Die Bodenkultur – Journal of Landmanagement, Food and Environment, (72)2, 101–120. DOI: 10.2478/boku-2020-0010.
- Gebhardt, B., Fülle, J. (2018). Bedeutung von Nachhaltigkeitswettbewerben für Unternehmen in Deutschland. Ergebnisse der Unternehmensstudie 2017, Universität Hohenheim, Stuttgart.
- Gebhardt, B., Hellstern, L. (2023). Die Kraft von Awards. Umfrage unter Unternehmen und Vergabeinstitutionen in Deutschland 2023. Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte Nr. 37, Universität Hohenheim, Stuttgart.
- Gebhardt, B., Hellstern, L. (2024a). SIEGER! Business-Awards als Instrument zur Steuerung der Nachhaltigkeitstransformation – Ansätze für Qualitätssicherung und Schärfung der strategischen Weiterentwicklung. Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte Nr. 38, Universität Hohenheim, Stuttgart
- Gebhardt, B., Hellstern, L. (2024b). Exzellente Mikro Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft: Sichtweise der Betriebe und ihrer Verbände. Vortrag am 06.05.2024 auf dem

- Expert*innenworkshop „Nachhaltigkeitsexzellenz in der Landwirtschaft Nachhaltigkeits-
transformation aus Sicht der Landwirtschaft denken“, online. DOI:
10.13140/RG.2.2.35050.32963.
- Gebhardt, B., Kefer, I. (2018). Unternehmerische Bewertung in Nachhaltigkeitswettbewerben.
Kurzfassung, Universität Hohenheim, Stuttgart. DOI: 10.13140/RG.2.2.28096.38406.
- Gebhardt, B., Kefer, I. (2019). Ansätze und Herausforderungen der Implementierung von ESG-
Kriterien in Wettbewerben und der unternehmerischen Nachhaltigkeitsbewertung.
Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung, 3, 81–96. DOI: 10.3790/vjh.88.3.81.
- Gebhardt, B., Kefer, I. (2020). Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen in Wettbewerben.
30. ÖGA-Jahrestagung „Der ‚Europäische Grüne Deal‘ – Bedeutung für die Agrar-
wirtschaft und den ländlichen Raum“, 17. September 2020, 37-38. URL:
[https://oega.boku.ac.at/fileadmin/user_upload/Tagung/2020/OEGA_Tagungsband_2020.
pdf](https://oega.boku.ac.at/fileadmin/user_upload/Tagung/2020/OEGA_Tagungsband_2020.pdf).
- Gebhardt, B., Hempel, C. (2023). Transformations- und Resilienz-förderndes Potenzial
staatlicher Kennzeichnungssysteme für regionale Bio-Lebensmittel aus der Multi-Akteurs-
Perspektive. In: Edmund Rehwinkel-Stiftung der Landwirtschaftlichen Rentenbank (Hg.):
Sammelband zum Symposium der Edmund Rehwinkel-Stiftung: Implikationen einer
veränderten Rollenverteilung zwischen Staat und Markt für die zukünftige Landwirtschaft,
Band 39, Frankfurt, 58-100.
- Gebhardt, B., Wischmann, I. (2017). Bedeutung von Nachhaltigkeitsawards in der Bio-Branche
am Beispiel der milchverarbeitenden Industrie. In: Wolfrum, S.; Heuwinkel, H., Reents, H.;
Wiesinger, K.; Hülsbergen, K.-J. (Hg.): Ökologischen Landbau weiterdenken:
Verantwortung übernehmen, Vertrauen stärken. Dr. Köster: Berlin, 674-677.
- Geisler, S., Schrader, U. (2001). Auswertung wissenschaftlicher Anforderungen an die
Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen. Lehr- und Forschungsbericht, Nr. 50.
Lehrstuhl Markt und Konsum. Universität Hannover: Hannover.
- Gerten, D., Heck, V., Jägermeyr, J., Bodirsky, B. L., Fetzer, I., Jalava, M., . . . Schellnhuber,
H. J. (2020). Feeding ten billion people is possible within four terrestrial planetary
boundaries. *Nature Sustainability*, 3(3), 200–208. DOI: 10.1038/s41893-019-0465-1.
- GfK (Growth from Knowledge) (2024). Preisbereitschaft für nachhaltigen Konsum steigt.
Pressemitteilung vom 07.02.2024, URL: [https://www.gfk.com/de/presse/preisbereitschaft-
fuer-nachhaltigen-konsum-steigt](https://www.gfk.com/de/presse/preisbereitschaft-fuer-nachhaltigen-konsum-steigt)

- Graafland, J., Smid H. (2016). Environmental impacts of SMEs and the effects of formal management tools: evidence from EU's largest survey. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 23, 297–307. DOI: 10.1002/csr.1376.
- GRI (Global Reporting Initiative) (2015). Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung – Berichterstattungsgrundsätze und Standardangaben.
- Gutzler, C., Helming, K., Balla, D., Dannowski, R., Deumlich, D., Glemnitz, M. et al. (2015). Agricultural land use changes – a scenario-based sustainability impact assessment for Brandenburg, Germany. *Ecological Indicators*, 48, 505–517. DOI: 10.1016/j.ecolind.2014.09.004.
- Haller, L.; Moakes, S.; Niggli, U.; Riedel, J. Stolze, M.; Thompson, M. (2020). Entwicklungsperspektiven der ökologischen Landwirtschaft in Deutschland. UBA-Texte 32/2020- URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2020-03-17_texte_32-2020_oekologische-landwirtschaft.pdf.
- Hannus, V. (2022). Sustainability Management at Fam Lever - Preferences and Innovation. Dissertation, Technischen Universität München.
- Heissenhuber, A., & Lippert, C. (2000). Multifunktionalität und Wettbewerbsverzerrungen. *German Journal of Agricultural Economics/Agrarwirtschaft*, 49(7), 249-252.
- Hole, D. G., Perkins, A. J., Wilson, J. D., Alexander, I. H., Grice, P. V., Evans, A. D. (2005). Does organic farming benefit biodiversity? *Biological Conservation*, 122(1), 113–130. DOI: 10.1016/j.biocon.2004.07.018.
- Johnson, M. P., Schaltegger, S. (2015). Two Decades of Sustainability Management Tools for SMEs: How Far Have We Come? *Journal of small business management*, 54(2), 481–505. DOI: 10.1111/jsbm.12154.
- Jünger, J., Gärtner, C. (2023). Netzwerkanalyse. In: *Computational Methods für die Sozial- und Geisteswissenschaften*. Springer VS, Wiesbaden. DOI: 10.1007/978-3-658-37747-2_10.
- Kiesnere, A. L., Baumgartner, R. J. (2019). Sustainability Management in Practice: Organizational Change for Sustainability in Smaller Large-Sized Companies in Austria. *Sustainability*, 11(3), 572. DOI: 10.3390/su11030572.
- König, B., Kuntosch, A., Bokelmann, W., Doernberg, A., Schwerdtner, W., Busse, M., Siebert, R., Koschatzky, K., Stahlecker, T. (2012). Nachhaltige Innovationen in der Landwirtschaft: komplexe Herausforderungen im Innovationssystem. In: *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung*, 81(4), 71-92. DOI: 10.3790/vjh.81.4.71.

- Kuckartz, U., Rädiker, S. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung: Grundlagentexte Methoden* (5. Auflage) [Qualitative Content Analysis. Methods, Practice, Computer Support: Basic Texts Methods (5th edition)]. Grundlagentexte Methoden. Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Leibenath, M., Gaiing, L., Binbaum, A. (2024). *Landscapes for Future – Landschaften und sozial-ökologische Transformationen*. Springer VS: Wiesbaden.
- Löffler, E. (2001): *Quality Awards as a Public Sector Benchmarking Concept in OECD Member Countries. Some Guidelines for Quality Award Organizers*, In: *Public Administration and Development* 21 (1), 27-40, DOI: 10.1002/pad.167.
- Loew, P., Osterburg, B. (2024). *Evaluation of nitrogen balances and nitrogen use efficiencies on farm level of the German agricultural sector*. *Agricultural Systems*, 213, 103796. DOI: 10.1016/j.agsy.2023.103796.
- Lozano, R. (2012). *Are Companies Planning their Organisational Changes for Corporate Sustainability? An Analysis of Three Case Studies on Resistance to Change and their Strategies to Overcome it*. *Corporate Social Responsibility and Environmental management*, 20(5), 275-295. DOI: 10.1002/csr.1290.
- Mann, S., Wüstemann, H. (2005). *Multifunktionalität als Erklärungsansatz*. *German Journal of Agricultural Economics* 54(8), 329–330.
- Mast, C. (2013). *Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden*. UVK Verlagsgesellschaft: Konstanz/München.
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2008). *Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele*. 12. Auflage, Springer VS: Wiesbaden.
- Meyer, R., Prierer, C. (2021). *Nachhaltigkeitsbewertung landwirtschaftlicher Systeme – Herausforderungen und Perspektiven. Endbericht zum TA-Projekt, Büro für Technikfolgenabschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB)-Arbeitsbericht Nr. 188, Berlin*. URL: https://www.tab-beim-bundestag.de/projekte_nachhaltigkeitsbewertung-landwirtschaftlicher-systeme.php.
- Meyer-Höfer, M. von (2016). *Erwartungen schweizerischer und deutscher Verbraucher an nachhaltige Lebensmittel*. *Journal of Socio-Economics in Agriculture*, 9, 1–13.
- Meyer-Höfer, M. von, Spiller, A. (2013). *Anforderungen an eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft: Die Rolle des Konsumenten*. In: *KTBL (Hrsg.): Steuerungsinstrumente für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft – Stand und Perspektiven*, Darmstadt 2013, 7–14.

- Mondelaers, K., Aertsens, J., van Huylenbroeck, G. (2009). A meta-analysis of the differences in environmental impacts between organic and conventional farming. *British Food Journal*, 111(10), 1098–1119. DOI: 10.1108/00070700910992925.
- Mont, O., Lehner, M., Hesikanen, E. (2015). Nudging. A tool for sustainable behaviour? Report 6643, Swedish environmental protection agency, Stockholm.
- Parguel, B., Benoît-Moreau, F., Larceneux, F. (2011). How Sustainability Ratings Might Deter 'Greenwashing': A Closer Look at Ethical Corporate Communication. *Journal of Business Ethics*, 102, 15–28. DOI: 10.1007/s10551-011-0901-2.
- Persson, L., Carney Almroth, B. M., Collins, C. D., Cornell, S., Wit, C. A. de [Cynthia A.], Diamond, M. L., . . . Hauschild, M. Z. (2022). Outside the Safe Operating Space of the Planetary Boundary for Novel Entities. *Environmental Science & Technology*, 56(3), 1510–1521. DOI: 10.1021/acs.est.1c04158.
- Peters, T. J., Waterman, R. H. (2015). *In search of excellence* ([New] edition). London: Profile Books.
- Pokorny, J. J., Norman, A., Zanesco, A. P., Bauer-Wu, S., Sahdra, B. K., Saron, C. D. (2018). Network analysis for the visualization and analysis of qualitative data. *Psychological Methods*, 23(1), 169–183. DOI: 10.1037/met0000129.
- Pretty, J. (2013). *Regenerating Agriculture. Policies and Practice for Sustainability and Self-Reliance*. Earthscan, New York.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE), Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVEBVE) (2022). BVE-Branchenleitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). URL: https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/media/du3d1u1p/dnk_bve_branchenleitfaden_ernaehrung_2022.pdf.
- Richardson, K., Steffen, W., Lucht, W., Bendtsen, J., Cornell, S. E., Donges, J. F., Drüke, M., Fetzer, I., ... Rockström, J. (2023). Earth beyond six of nine planetary boundaries. *Science Advances*, 9(37), 1–16. DOI: 10.1126/sciadv.adh2458.
- Rockström, J., Steffen, W., Noone, K. et al. (2009). A safe operating space for humanity. *Nature* 461, 472–475. DOI: 10.1038/461472a.
- Roller, G., Palmes, D. (2020). Branchenleitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) für Weinbaubetriebe. URL: https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/media/iq5fstv5/dnk_branchenleitfaden_weinbaubetriebe_2020.pdf.

- Rottwilm I., Theuvsen, L. (2016). Nachhaltigkeitskommunikation in der Ernährungswirtschaft. In: Willers, C. (Hrsg.): CSR und Lebensmittelwirtschaft, Springer, Berlin, 119–138
- Schader, C. (2016). Nachhaltigkeit messen und bewerten. ÖKOLOGIE & LANDBAU, 12–15. URL: https://orgprints.org/id/eprint/29958/1/schader-2016-OEL178_p12-15.pdf.
- Schaltegger, S., Windolph, S., Harms, D. (2010). Corporate Sustainability Barometer. Wie nachhaltig agieren Unternehmen in Deutschland? Lüneburg.
- Schaltegger, S., Hörisch, J., Windolph, S., Harms, D. (2012). Corporate Sustainability Barometer 2012: Praxisstand und Fortschritt des Nachhaltigkeitsmanagements in den größten Unternehmen Deutschlands. URL: [http://fox.leuphana.de/portal/de/projects/corporate-sustainability-barometer-2012-praxisstand-und-fortschritt-des-nachhaltigkeitsmanagements-in-grossen-unternehmen\(00fae087-b5d2-4113-aac9-afec449c1f00\).html](http://fox.leuphana.de/portal/de/projects/corporate-sustainability-barometer-2012-praxisstand-und-fortschritt-des-nachhaltigkeitsmanagements-in-grossen-unternehmen(00fae087-b5d2-4113-aac9-afec449c1f00).html).
- Schaltegger, S., Christ, K., Wenzig, J., Burrit, R. (2021). Corporate sustainability management accounting and multi-level links for sustainability – A systematic review. *International Journal of Management Review*, 24(4), 480–500. DOI: 10.1111/ijmr.12288.
- Scheungraber, L. (2023). So wird Leistung sichtbar Innovatives Nachhaltigkeitsreporting für die Landwirtschaft. In: Forum nachhaltig Wirtschaften vom 17.11.2023. URL: <https://www.forum-csr.net/News/20375/So-wird-Leistung-sichtbar.html>.
- Schrode, A., Meyer-Ohlendorf, L., Engelhardt, H., Fesenfeld, L., Jacob, K., Frank, L., Späth, P. (2021). Sozial-ökologische Transformation des Ernährungssystems – Politische Interventionsmöglichkeiten auf Basis aktueller Erkenntnisse der Transformationsforschung. UBA-Abschlussbericht 17/2021. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/texte_137-2021_sozial-oekologische_transformation_des_ernaehrungssystems.pdf.
- Seo, H. (2020). Nachhaltiger Handel(n)?! Aktivitäten des Lebensmitteleinzelhandels zum nachhaltigen Konsum im Ernährungsbereich aus Umweltsicht. UBA Texte 28/2020. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2020-02-05_texte_28-2020_nachhaltiger_handel.pdf.
- Seufert, V., Ramankutty, N. (2017). Many shades of gray - The context-dependent performance of organic agriculture. *Science Advances*, 3 (3), e1602638. DOI: 10.1126/sciadv.1602638.
- Seufert, V., Ramankutty, N., Foley, J. A. (2012). Comparing the yields of organic and conventional agriculture. *Nature*, 485(7397), 229–232. DOI: 10.1038/nature11069.

- Sroufe, R. (2017). Integration and organizational change towards sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 162, 315-329. DOI: 10.1016/j.jclepro.2017.05.180.
- Statistisches Bundesamt (StBA) (2020a). Land- und Forstwirtschaft, Fischerei. Betriebswirtschaftliche Ausrichtung und Standardoutput. Landwirtschaftszählung. Fachserie 3, Reihe 2.1.4, 2020, S. 5. URL: https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Landwirtschaftliche-Betriebe/Publikationen/Downloads-Landwirtschaftliche-Betriebe/betriebswirtschaftliche-ausrichtung-standardoutput-2030214209004.pdf?__blob=publicationFile.
- Statistisches Bundesamt (StBA) (2020b). Land- und Forstwirtschaft, Fischerei. Rechtsformen und Erwerbscharakter. Landwirtschaftszählung. Fachserie 3, Reihe 2.1.5, 2020, S. 72. URL: https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Landwirtschaftliche-Betriebe/Publikationen/Downloads-Landwirtschaftliche-Betriebe/rechtsformen-erwerbscharakter-2030215209004.pdf?__blob=publicationFile.
- StBA (Statistisches Bundesamt) (2023). Anteile Kleine und Mittlere Unternehmen 2021 nach Größenklassen in %. URL: <https://www.destatis.de>.
- StBA (Statistisches Bundesamt) (2024). Landwirtschaftliche Betriebe. Landwirtschaftliche Betriebe insgesamt und Betriebe mit ökologischem Landbau nach Bundesländern 2023. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Landwirtschaft-Forstwirtschaft-Fischerei/Landwirtschaftliche-Betriebe/Tabellen/oekologischer-landbau-bundeslaender.html>.
- StBA (Statistisches Bundesamt) (n.d.). Gesellschaft und Umwelt – Nachhaltigkeitsindikatoren. URL: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Nachhaltigkeitsindikatoren/_inhalt.html
- Stubbs, W.M., Farrelly, M., Fabianke, K., Burch, S., Ramesh, P. (2023). Sustainable business models in 'lighthouse' small to medium enterprises. *Journal of Management & Organization*, 1–24. DOI: 10.1017/jmo.2023.53.
- SVRV (Sachverständigenrat für Verbraucherfragen) (2018). Verbrauchergerechtes Scoring. Gutachten. Sachverständigenrat für Verbraucherfragen: Berlin.
- Tauschek, M. (2013). Zur Kultur des Wettbewerbs. Eine Einführung. In: Tauschek, M. (Hrsg.) *Kulturen des Wettbewerbs. Formationen kompetitiver Logiken*. Waxmann: Münster, 7–36.
- Termeer, K. (2021). No 'one size fits all' approach for sustainable transitions. URL: <https://www.wur.nl/en/newsarticle/No-one-size-fits-all-approach-for-sustainable-transitions.htm>.

- Tödting, F., Trippel, M. (2005). One size fits all? *Research Policy*, 34 (8), 1203–1219. DOI: 10.1016/j.respol.2005.01.018.
- UBA (Umweltbundesamt) (2015). Umwelt, Haushalte und Konsum. Daten zur Umwelt. Ausgabe 2015. Dessau-Roßlau. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/daten_zur_umwelt_umwelt_haushalte_und_konsum_2.pdf.
- UBA (Umweltbundesamt) (2019). Beitrag der Landwirtschaft zu den Treibhausgas-Emissionen. URL: <https://www.umweltbundesamt.de/daten/land-forstwirtschaft/beitrag-der-landwirtschaft-zu-den-treibhausgas>.
- UN (United Nations) (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future.
- UN (United Nations) (2002). Bericht des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung, Johannesburg (Südafrika).
- UN (United Nations) (2012). Ergebnisdokument der Konferenz der Vereinten Nationen über nachhaltige Entwicklung (Rio+20).
- UN (United Nations) (2015): Transforming our world: The 2030 Agenda for sustainable development, A/RES/70/1. URL: org/post2015/transformingourworld/publication; <https://sustainabledevelopment.un>.
- UNEP 2016 – Westhoek, H; Ingram J; Van Berkum, S; Özay, L; Hajer, M: United Nations Environment Programme (Hrsg.) (2016). Food Systems and Natural Resources. A Report of the Working Group on Food Systems of the International Resource Panel. URL: <file:///C:/Users/markt/Downloads/Food%20systems%20Full%20Report%20ENGLISH.pdf>.
UNEP 2016
- Wuepper, D., Wimmer, S., Sauer, J. (2020). Is small family farming more environmentally sustainable? Evidence from a spatial regression discontinuity design in Germany. *Land Use Policy*, 90, 104360. DOI: 10.1016/j.landusepol.2019.104360.
- Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU), Engel & Zimmermann AG (2013) Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitskommunikation - Wo steht die Lebensmittelwirtschaft? URL: https://www.mehrwert-nachhaltigkeit.de/data/Studien/2013-11-22_studie_znu__web.pdf (Stand 07. August 2014)

10 Anhang

Im Anhang sind alle Tabellen, auf die im vorliegenden Studienbericht verwiesen wird, in drei Abschnitten zusammengestellt.

Anhang A: Die Auswahl der Nachhaltigkeitsindikatoren aus den landwirtschaftsnahen sowie allgemeinen Ansätzen sind hier dar- und gegenübergestellt. Außerdem sind die Nachhaltigkeitskategorien, die im Codierschema der semantischen Netzwerkanalyse eingehen mit Ankerbeispielen hinterlegt.

Anhang B: Hier sind die Ergebnisse aus den Online-Befragungen unter Landwirt*innen (Umfrage A) (siehe Anhang B1) und Verbände (Umfrage B) (siehe Anhang B2) mit Gruppeneinteilungen (BIO-KON) und den Ergebnissen der statistischen Analysen (siehe Anhang B3) nachlesbar.

Anhang C: Hier werden Ergebnisse der qualitativen Analyse aus dem Expert*innen-Workshop gezeigt.

Anhang A - Nachhaltigkeitsbewertungsansätze

Gegenüberstellung der Nachhaltigkeitsindikatoren und der ausgewählten Nachhaltigkeitsbewertungsansätzen

Ansätze	Schlüsselbegriffe			
	Wassernutzung, -qualität, -schutz	Bodennutzung, -qualität, -schutz	Energieverbrauch & klimarelevante Emissionen	Materialverbrauch
SAFA	„Wasser“	„Land“	„Material und Energie“ „Atmosphäre“	„Material und Energie“
RISE	„Wassernutzung“	„Bodennutzung“	„Energie und Klima“	„Materialeinsatz und Umweltschutz“
DLG „Nachhaltige Landwirtschaft“	„Wasserschutz“	„Bodenschutz“ „Humusbilanz“	„Treibhausgasbilanz“ „Stickstoff-Nutzungs-effizienz“	
KSNL	/	„Boden-pH-Klasse“ „Humussaldo“ „Erosionsdisposition“ „Verdichtungs-gefährdung“	„Energiesaldo Betrieb“ „Energiesaldo Pflanzenbau“ „Spez. THG-Emissionen“ „NH ₃ -Emission“	
SDG	„Leben unter Wasser“ „Sauberes Wasser und Sanitär-einrichtungen“	„Leben an Land“	„Bezahlbare und saubere Energie“ „Maßnahmen zum Klimaschutz“	/
GRI	„Wasser“ „Abwasser und Abfall“	/	„Energie“ „Emissionen“	„Materialien“
DNK	/	/	„Klimarelevante Emissionen“	„Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen“
	Biodiversität	Transport & Verkehr	Düngung	Tierwohl, -schutz & -haltung
SAFA	„Biodiversität“	/	/	„Tierwohl“
RISE	„Biodiversität“	/	/	„Tierhaltung“
DLG „Nachhaltige Landwirtschaft“	„Biodiversität“	/	/	/
KSNL	„Fruchtarten-diversität“	/	„N-Flächensaldo“ „Phosphorsaldo“	„Kriterien tiergerechter Landwirtschaft“
SDG	/	/	/	/
GRI	„Biodiversität“	„Transport“ „Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte“	/	/
DNK	/	/	/	/

	Lieferanten(-beziehung)	Regionale Wertschöpfungskette	Innovation & Technologie	Wirtschaftliche Leistung
SAFA	/	„Lokale Wirtschaft“	/	„Investment“
RISE	/	/	/	„Wirtschaftlichkeit“
DLG „Nachhaltige Landwirtschaft“	/	/	/	„Ordentliches kalkulatorisches Ergebnis“ „Netto-Cashflow II“ „Ausschöpfung der langfristigen Kapitaldienstgrenze“ „Gewinnrate“ „Eigenkapitalquote“
KSNL	/	/	/	„Einkommen/AK“ „Rentabilitätsrate“ „Gesamtkapitelren.“ „Eigenkapital-rentabilität“ „Rel. Faktorentlohnung“ „Kapitaldienst-fähigkeit“ „Cash flow III“ „Eigenkapitalquote“ „Eigenkapital-veränderung“ „Nettoinvestition“ „Betriebs-einkommen“
SDG	/	/	„Industrie, Innovation und Infrastruktur“	„Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“
GRI	/	„Beschaffung“	/	„Wirtschaftliche Leistung“ „Marktpräsenz“ „Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen“
DNK	/	„Tiefe der Wertschöpfungskette“	/	/
	(Stakeholder-) Kooperation	Kunden & Endabnehmer(-beziehung)	Kommunikation (intern & extern)	Beschäftigungsverhältnis & Bezahlung
SAFA	/	„Faire Handelspraktiken“	/	„angemessener Lebensunterhalt“ „Arbeitnehmerrechte“
RISE	/	/	/	„Arbeitsbedingungen“
DLG „Nachhaltige Landwirtschaft“	/	/	/	„Entlohnung“ „Arbeitszeit“ „Urlaub“ „Arbeitnehmerbelange“
KSNL	/	/	/	„Bruttolohnniveau“ „Arbeitsbedingungen“

				„Urlaub“ „Arbeitsplatz-angebot“ „Arbeitgeber“
SDG	„Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“	/	/	/
GRI	/	/	/	„Arbeitspraktiken und menschen-würdige Beschäftigung“
DNK	/	/	/	„Arbeitnehmer-rechte“
	Aus- & Weiterbildung	Arbeits- & Gesundheitsschutz	Chancengleichheit & Vielfalt	Gemeinwesen & Philanthropie
SAFA	/	„Menschliche Gesundheit und Sicherheit“	„Gerechtigkeit“ „kulturelle Vielfalt“	/
RISE	/	/	/	„Lebensqualität“
DLG „Nachhaltige Landwirtschaft“	„Aus- und Weiterbildung“	„Arbeits- und Gesundheitsschutz“	/	„Gesellschaftliches Engagement“
KSNL	„Qualifikation“	/	„Anteil Frauen“ „Altersstruktur“	„Gesellsch. Aktivitäten“
SDG	„Hochwertige Bildung“	„Gesundheit & Wohlergehen“	„Keine Armut“ „Kein Hunger“ „Geschlechter-gleichheit“ „Weniger Ungleich-heiten“	„Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“
GRI	/	/	„Menschenrechte“	„Gesellschaft“
DNK	„Qualifizierung“	„Anreizsysteme“	„Chancengleichheit“ „Menschenrechte“	„Gemeinwesen“
	Partizipation & Unternehmenskultur	Managementsystem	Eigentümerstruktur	Compliance & Rechtssicherheit
SAFA	„Partizipation“ „Unternehmensethik“	„ganzheitliches Management“	/	„Rechenschafts-pflicht“ „Rechtsstaatlichkeit“
RISE	/	„Betriebsführung“	/	
DLG „Nachhaltige Landwirtschaft“	/	/	/	„Betriebskodex/ Compliance Verordnung“
KSNL	/	/	„Anteil Eigentümer“	/
SDG	/	/	/	/
GRI	/	/	/	„Compliance“
DNK	„Beteiligung von Anspruchsgruppen“	„Kontrolle“ „Innovations- und Produkt-management“ „Ressourcen-management“	/	„Regeln und Prozesse“ „Politische Einflussnahme“ „Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten“

	Risiko- & Krisenabsicherung	Keine Zuordnung möglich
SAFA	„Anfälligkeit“	„Produktqualität und Information“
RISE	/	/
DLG „Nachhaltige Landwirtschaft“	„Risikomanagement“	„Phosphorsaldo“ „Pflanzenschutz“
KSNL	/	„Pflanzenschutz-intensität“
SDG	/	„Nachhaltige Städte und Gemeinden“ „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“
GRI	/	„Produkte und Dienstleistungen“ „Beschwerde-verfahren hinsichtlich ökologischer Aspekte“ „Produkt-verantwortung“
DNK	/	„Strategie“ „Wesentlichkeit“ „Ziele“ „Verantwortung“

Quelle: Eigene Darstellung basierend auf BFH und HAFL (2022), Breitschuh et al. (2019a und 2019b), Bundesregierung (n.d.), Destatis (n.d.), Deutscher Nachhaltigkeitskodex (2022), DLG (n.d.), GRI (2015), FAO (2014).

Codierschema der semantischen Netzwerkanalyse

Kategorie	Inhaltliche Beschreibung	Anwendung	Beispiele
(Stakeholder-) Kooperation	Der Begriff Kooperation beschreibt die Zusammenarbeit.	Diese Kategorie wird angewendet, wenn verschiedene Betriebe untereinander oder Betriebe mit anderen Organisationen (z.B. Verbänden) kooperieren um nachhaltige Ziele zu erreichen. Außerdem fällt die Kooperation von Betrieben und Verbrauchern sowie von Betrieben und dem Handel in diese Kategorie. Die Kategorie „Kooperation“ unterscheidet sich von der Kategorie „Regional“ dadurch, dass alle Aktivitäten, die mit einem Zu-/Verkauf in Verbindung stehen, nicht in die Kategorie „Kooperation“ fallen.	„Kooperation mit einer Naturschutz[s]tiftung“ „In Zusammenarbeit mit einem Pferdebetrieb“
Regionale Wertschöpfungskette	Regional bedeutet, dass sich etwas auf eine bestimmte Region beschränkt.	Diese Kategorie wird angewendet, wenn Produkte auf dem Betrieb verarbeitet oder vermarktet werden oder wenn die Produkte in der Nähe des Betriebes vermarktet oder verarbeitet werden. Außerdem schließt diese Kategorie den regionalen Kauf oder Verkauf von Betriebsmitteln mit ein.	„der hofeigenen Direktvermarktung und Beschickung regionaler Wochenmärkte und der Veredelung im eigenen Biorestaurant am Hof.“ „Die Fütterung versuchen wir, mit regionalen Futtermitteln umzusetzen. Bei den Legehennen geschieht dies durch Ergänzerfüttermittel von einer relativ regional gelegenen Futtermühle“
Aus- und Weiterbildung	Die Bildung von Konsumenten sowie die Bildung der Mitarbeiter ist ein wichtiger Bestandteil der sozialen Nachhaltigkeit.	Diese Kategorie wird angewendet, wenn Maßnahme zur Bildung von Konsumenten/ Kunden oder der eigenen Mitarbeiter oder Betriebsleiter beschrieben werden.	„Qualitativ hochwertige Ausbildung von Azubis“ „Lernort für Schulklassen, Kindergärten und Familien“
Faire Arbeitsbedingungen	Das Beschäftigungsverhältnis und die Arbeitsbedingungen sind wichtige Elemente der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit.	Diese Kategorie wird angewendet, wenn das Mitarbeiterverhältnis, die Unterbringung, die Bezahlung oder weitere soziale Aspekte wie Inklusion als Maßnahmen genannt werden.	„Faire Arbeitsbedingungen - Übertarifliche Entlohnung, Mittagessen, Arbeitskleidung durch den Betrieb gestellt (mit Eigenbeteiligung), Stundenkonto, etc.“
Ökologischer Landbau		Diese Kategorie wird angewandt, wenn eine Umstellung von konventionellen auf ökologischen Landbau als Maßnahme beschrieben wird. Außerdem wird sie angewendet, wenn explizit genannt wird, dass es sich um einen ökologisch wirtschaftenden Betrieb handelt.	„Umstellung auf biologischen Landbau“ „Ich betreibe einen Landwirtschaftlichen Familienbetrieb, der seit über 20 Jahren biologisch geführt ist.“

Extensivierung und Landschaftspflege	Extensivierung meint die Verringerung der betrieblichen Produktion und kann sich sowohl auf den Ackerbau als auch auf das Grünland beziehen. Die Landschaftspflege beschreibt den Erhalt und die Pflege von Landschaften und Kulturlandschaften durch die Landwirte.	Diese Kategorie wird angewendet, wenn der Begriff „Extensivierung“ oder „extensiv“ als Maßnahme genannt wird. Die Reduktion des Dünge- und Pflanzenschutzmittel-einsatzes wird nicht dieser Kategorie zugeordnet. In diese Kategorie fallen Flächenstilllegung, Einsatz von Ziegen/ Schafen zur Pflege und Streuobstanbau. Außerdem wird die Kategorie angewendet, wenn die Pflege und der Erhalt von Landschaften als Maßnahmen genannt werden.	„Extensives Grünland“ „Rindern auf großen extensiv genutzten Weiden“ „erhaltung und Pflege von Ausgleichsflächen oder Begleitflächen unserer Kanäle“
Stärkung des Kreislaufgedankens	„Eine Kreislaufwirtschaft (englisch circular economy) ist ein regeneratives System, in dem Ressourceneinsatz und Abfallproduktion, Emissionen und Energieverschwendung durch das Verlangsamen, Verringern und Schließen von Energie- und Materialkreisläufen minimiert werden“.	Diese Kategorien wird angewendet, wenn der Begriff „Kreislauf“ oder „Kreislaufwirtschaft“ genannt wird. Außerdem wird sie angewendet, sobald Kreisläufe innerhalb eines Betriebes oder wenn die Nutzung eigener Betriebsmittel oder die Reduktion zugekaufter Betriebsmittel beschrieben wird.	„dem höheren Anteil betriebseigener Futtermittel der Kreislaufgedanke gestärkt“ „Kreislaufwirtschaft: unsere Tiere fressen das von uns produzierte Futter, der Dung wird wieder auf die Felder aufgebracht“
Artgerechte Tierhaltung und Tierwohl	Eine artgerechte Tierhaltung beschreibt eine Tierhaltung, welche die Lebensqualität der Tiere schützt.	Diese Kategorie wird angewandt, wenn die Tierhaltung oder das Tierwohl durch bauliche Maßnahmen, durch Haltungsmaßnahmen oder ähnliches verbessert wird.	„Stärkung des Tierwohl zur Erhöhung der Nutzungsdauer“ „mehr weidehaltung der rinder“
Einsparung an Verpackungsmaterial, Plastik und Abfall		Diese Kategorie wird angewendet, wenn Verpackungsmaterialien (Plastik, Papier, Glas) wiederverwendet werden oder gänzlich darauf verzichtet wird. Außerdem wenn es um die Reduzierung von Plastik (unabhängig von Verpackungen) oder Abfall (einschließlich Verschwendung) geht.	„keine Plastikeimer“ „Wiederverwenden von Verpackungen“ „Wir haben erst kürzlich damit begonnen den Eierkunden eine Mehrwegverpackung aus Kunststoff anzubieten, um den hohen Pappschachtelverbrauch zu reduzieren.“
Optimiertes Nährstoff-management und Düngung		Diese Kategorie wird angewandt, wenn Bodenproben / Nährstoffermittlungen durchgeführt werden. Außerdem wird die Kategorie angewandt, wenn alternative Düngemittel gewählt, die Düngung reduziert oder auf eine Düngung verzichtet wird. Stichworte sind hierbei Gründüngung, Teilflächenbehandlungen, Kompost, Mist.	„Umstellung der Düngung auf Festmist“ „Senkung der Düngung auf ein notwendiges Minimum Kompost in der Grunddüngung“ „Wir sind Landwirte und haben seit mindestens 30 Jahren ein großen Interesse an Nährstoffmanagment“ „Bei unserem Hopfenbaubetrieb sorgen wir durch Gründüngung zwischen den

			Hopfenreihen in Kombination mit Pferdemist von betriebsfremden Pferdepenen für einen guten Humusgehalt, Schutz vor Erosion und Austrocknung und ein gutes Mikroklima für den Hopfen.“
Ausbau erneuerbarer Energien	Zu den erneuerbaren Energien zählen Sonnen- und Windenergie, Wasserkraft, Geothermie und Biomasse.	Diese Kategorie wird angewandt, wenn auf dem Betrieb erneuerbare Energien erzeugt und oder genutzt werden. Dazu gehören Solaranlagen, PV-Anlagen, Biogasanlagen, Holzheizungen, etc.	„Klein Biogasanlage (75kw) als Reststoffanlage mit reinem Mistinput, daher Strom, Wärme“ „Nebenbei betreiben wir eine PV- Anlage, (ca. 40 KW, Aufdachanlage) die wir aktuell auf Eigenverbrauch umstellen“
Optimierte Bodenbearbeitung und Bodenschutz	Eine Bodenbedeckung liefert einen Beitrag zum Bodenschutz vor mechanischer Belastung, Niederschlag und sorgt für Beschattung und organische Masse. Die Bodenbearbeitung beschreibt die mechanischen Arbeitsgänge (Pflügen, Striegeln, ...).	Diese Kategorie wird angewendet, wenn als Maßnahmen eine Begrünung, der Anbau von Untersaat oder die Ausbringung von Mulch beschrieben wird. Diese Kategorie wird angewandt, wenn Veränderungen in der Häufigkeit und oder Intensität bodenbearbeitender Maßnahmen oder neue Verfahren und Technologien der Bodenbearbeitung beschrieben werden (z.B. Pflug, Mahd). Außerdem fällt Humusaufbau in diese Kategorie.	„Pfluglose bodenbearbeitung“ „Die Bodenfruchtbarkeit und Grünlandgesundheit wurde schon immer beachtet und gefördert“ „Wir versuchen die Flächen das ganze Jahr zubegrünen“
Angepasste Mobilität und Technik	Die Kategorie der Mobilität bezieht sich nicht auf die zurückgelegte Strecke, sondern auf die Art des Fortbewegungsmittels.	Diese Kategorie wird angewendet, wenn ein nachhaltigeres Fahrzeug (z.B. E-Mobilität) gewählt wird oder die Wahl des Fahrzeuges an die Arbeit angepasst wird. Technische Innovationen oder Anpassungen fallen ebenfalls in diese Kategorie.	„drei Betriebsautos : Fiat Panda, Renault Kangoo, Ford Transit konsequent kommt jeweils das kleinst nötige zum einsatz“ „Versuchen den Boden mehr aufzulockern mit Parapflug“ „Das Ausmähen der Baumstämme mit der Elekrosense“
Einsparung von Energie und Emissionen	Neben der Erzeugung erneuerbarer Energien spielt auch das Einsparen und die effiziente Nutzung von Energien eine wichtige Rolle.	Diese Kategorie wird angewandt, wenn Einsparungsmaßnahmen bezüglich Stroms, Wärme, Wasser oder grauer Energie genannt werden. Außerdem wird diese Kategorie angewandt, wenn die Reduktion von Emissionen, z.B. CO2, als Maßnahme genannt wird.	„Den Ausstoß von CO2 in der Tierhaltung bewertet und errechnet“ „Wir sind sei 2022 CO2 neutral“ „In Junganlagen werden wassersparende tropfschläuche installiert.“ „konnte unsere Familie bisher unser Stallgebäude seit fast 70 Jahren - abgesehen vom Umbau 1970 und kleineren Optimierungen - nutzen, ohne zusätzliche Energie in Form von Stahl und Zement“

Reduktion chemischer Betriebsmittel		Diese Maßnahme wird angewandt, wenn Änderungen oder Reduktionen im Einsatz von Pflanzenschutzmitteln oder weiteren chemischen Betriebsmitteln beschrieben werden. Außerdem fällt die mechanische Unkrautbekämpfung in diese Kategorie. Düngemittel fallen nicht in diese Kategorie.	„Verzicht auf Pflanzenschutzmitteln“
Artenvielfalt	Der Begriff Biodiversität beschreibt die biologische Vielfalt. Dazu zählen verschiedene Lebensformen, verschiedene Lebensräume und die genetische Vielfalt.	Diese Kategorie wird angewendet, wenn Maßnahmen zur Steigerung der Biodiversität genannt werden. Dazu gehören der Anbau von Blühflächen, Hecken, Biotopen, der Schutz von Insekten und weiteren Wildtieren, etc.	„Auf einen Teil meiner Flächen wachsen seltene Ackerwildkräuter“ „ca. 30 Bienenvölker in meinem Betrieb noch nebenbei bewirtschafte“ „Außerdem gibt es Blühflächen in unserem Betrieb zur Erhaltung der Insektenvielfalt“
Nachhaltige Forstwirtschaft		Diese Kategorie wird angewendet, wenn nachhaltige Tätigkeiten im Wald genannt werden (z.B. Waldumbau). Diese Kategorie beinhaltet außerdem die Etablierung von Agroforstsystemen.	„anlage von Agroforststreifen“ „Seit Jahrzehnten betreibe ich selbst Waldumbau und nutze den Rohstoff Holz“
Wiederverwendung und längere Nutzungsdauer		Diese Kategorie wird angewendet, wenn vorhandene Betriebsmittel (Fahrzeuge, Maschinen, Gebäude) länger verwendet oder durch Sanierung/ Reparatur wiederverwendet werden.	„kauf von neuen Maschinen nur wenn nötig, wenn möglich wird repariert statt weggeworfen“
Vielfältige Kulturlandschaften		Diese Kategorie wird angewendet, wenn der Anbau von Zwischenfrüchten als Maßnahme genannt wird. Diese Kategorie wird angewendet, wenn die Ausweitung der Fruchtfolge beschrieben wird. Diese Kategorie wird angewendet, wenn Maßnahmen zur Diversifizierung (z.B. neue/ alte Sorten, neue Kulturpflanzen, etc.) beschrieben werden.	„Vielfältige Zwischenfrüchte sind obligatorisch“ „Umstellung der Fruchtfolge mit dem Ziel max. Humusaufbau“ „Entwicklung neuer resistenter und resilienter Getreidesorten“ „Anpflanzung von Streuobst und Feldgehölzen zum Erhalt traditioneller Sorten und zum Erosionsschutz“
Teilnahme an Projekte, Wettbewerben, Zertifizierung		Diese Kategorie wird angewendet, wenn die Teilnahme an (staatlichen) Projekten, an Nachhaltigkeitswettbewerben oder an Nachhaltigkeitszertifizierungen genannt werden.	„Wir nehmen an allen Biodiversitätsprojekten teil, die uns unser Verband und unser Berater anbieten.“ „Sieger Wettbewerb Tiergerechte und umweltverträgliche Haltung von landwirtschaftlichen Nutztieren“
Sonstiges		Diese Kategorie wird angewandt, wenn sich eine Maßnahme nicht den zuvor beschriebenen Kategorien zuordnen lässt.	„Wir setzen seit ca. 15 Jahren in unserem Betrieb Effektive Mikroorganismen (EM) ein“

Quelle: Eigene Darstellung.

Anhang B1 – Landwirt*innen-Befragung 2022

Inhalt

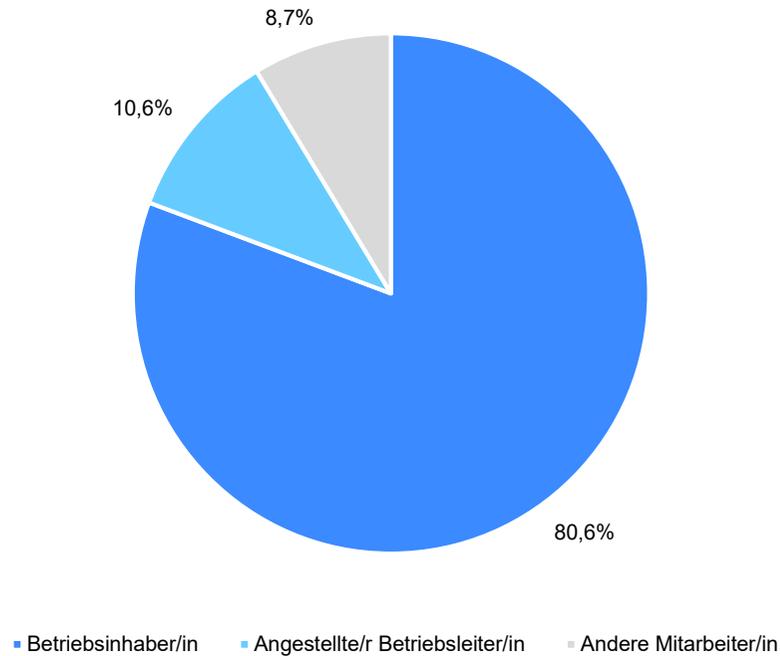
F2	Zu Beginn möchten wir Sie bitten, die Rolle anzugeben, die Sie in einem landwirtschaftlichen Betrieb einnehmen.....	138
F3	Wählen Sie aus, an welchem Entwicklungspunkt sich Ihr Unternehmen aktuell befindet.....	138
F4	Bewerten Sie die Umsetzung der folgenden Maßnahmen in Ihrem Unternehmen.	139
F5	Schreiben Sie uns nun, eine kleine oder große nachhaltige Tätigkeit oder Initiative, die in den letzten fünf Jahren in Ihrem Unternehmen umgesetzt wurde und die Sie möglicherweise von anderen Unternehmen abhebt oder für Sie besonders ist.....	140
F5.1.1	Auf welche Stufe in der Wertschöpfungskette bezieht sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich?.....	141
F5.1.1.1	Welchen Bezug im Unternehmen hat die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz vor allem?	141
F5.1.1.2	Welcher Nachhaltigkeitsdimension lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen?.....	142
F5.1.1.3	Welchen Nachhaltigkeitsdimensionen lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen?	143
F5.1.1.4	Welche Reichweite bzw. Absatzmarkt wird mit der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich adressiert?.....	144
F5.1.1.5	In welchem Bundesland liegt Ihre Haupttätigkeit/ Unternehmenssitz?.....	145
F5.1.2	Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da... ..	146
F5.1.2.1	Inwieweit fühlen Sie Ihre beschriebene Aktivität derzeit würdig, mit einem Nachhaltigkeitsaward ausgezeichnet zu werden?.....	147
F5.1.2.2	Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein?.....	148
F6	Hat sich Ihr Unternehmen schon einmal für einen Nachhaltigkeitsaward beworben?	149
F6	Hat Ihr Unternehmen schon einmal einen Nachhaltigkeitsaward erhalten?.....	149
F6.1	Wie hoch ist das grundlegende Interesse in Ihrem Unternehmen an einem Nachhaltigkeitsaward teilzunehmen?.....	150
F6.1	Wie sieht das zukünftige Interesse Ihres Unternehmens an einer Teilnahme an einem Nachhaltigkeitsaward aus?	150
F6.2	Stellen Sie sich vor, es gäbe eine Internetplattform („Award-Finder“) mit einer Suchmaske, die Ihnen hilft den passenden Nachhaltigkeitsaward für Ihr nachhaltiges Handeln zu finden. Welche der folgenden Angaben sind für Sie als Information oder Filtereinstellung sehr wichtig, um den passenden Award / Prämierung zu finden?	151

	F6.3	Haben Sie Interesse an einem solchen Award-Finder?.....	152
	F6.4	Hat sich Ihr Unternehmen schon mit Nachhaltigkeitszertifizierungen (z.B. DLG Zertifikat Nachhaltige Landwirtschaft, oder andere) befasst?	152
	F7	Welcher Betriebsform gehört Ihr Unternehmen an?	153
	F7.1	Welche betriebswirtschaftliche Ausrichtung hat Ihr Unternehmen hauptsächlich?	153
	F7.2	Wie viele Personen sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?	154
	F7.3	Auf welche Art bewirtschaften Sie Ihr Unternehmen?	154
	F7.4	In welchem Jahr wurde Ihr Unternehmen gegründet?	155
	F7.5	Welchen Jahresumsatz (in Euro) hat Ihr Unternehmen im vergangenen Jahr erwirtschaftet? (Hinweis: ohne Umsatzsteuer).....	156
	F9	Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr folgende politische Instrumente die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten/ Initiativen unterstützen.	157
137	F10	Welche Veränderungen in Ihren nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen insgesamt erwarten Sie in Zukunft aufgrund folgender Ansätze / Ideen?	158
	F11	Was meinen Sie, wie gut wird Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen derzeit insgesamt verwirklicht? Zutreffendes bitte ankreuzen.....	159
	F12	Wie gut werden folgende Nachhaltigkeitsaspekte in Ihrem Unternehmen verwirklicht? Zutreffendes bitte ankreuzen.	160
	F13	Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen erschweren.....	161
	F14	Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen unterstützen.....	162
	F15	Zum Ende des Fragebogens sehen Sie eine Liste mit 26 landwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsawards. Diese richten sich aktuell an Sie!	163

F2 Zu Beginn möchten wir Sie bitten, die Rolle anzugeben, die Sie in einem landwirtschaftlichen Betrieb einnehmen.

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 310.

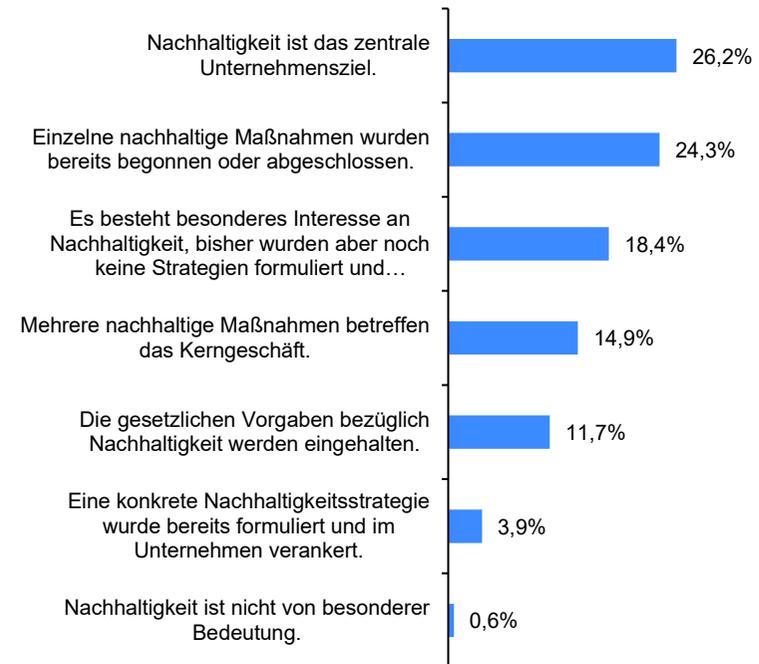
Rolle in landwirtschaftlichem Betrieb



F3 Wählen Sie aus, an welchem Entwicklungspunkt sich Ihr Unternehmen aktuell befindet.

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 309.

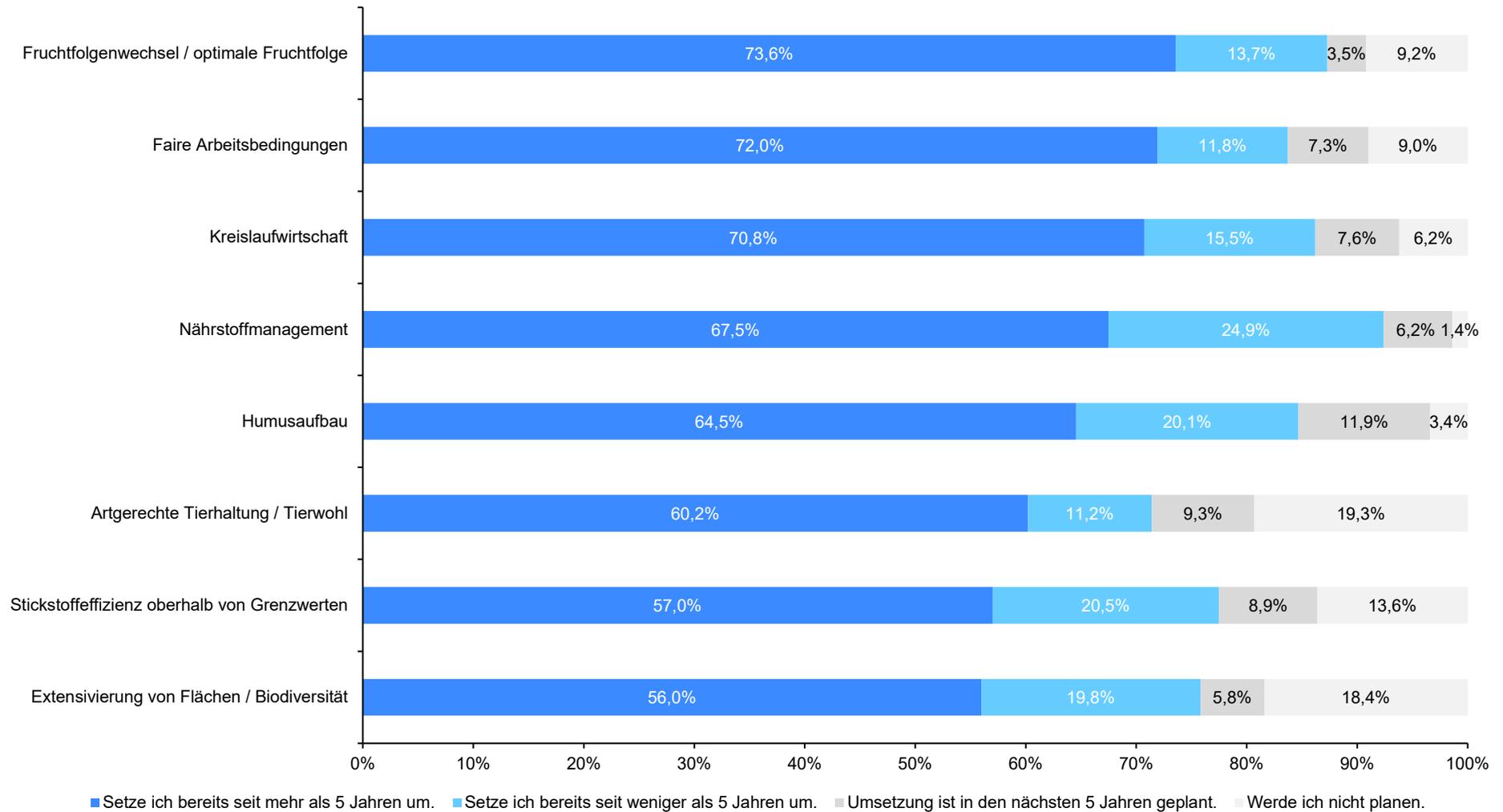
Aktueller Entwicklungspunkt des Unternehmens



F4 Bewerten Sie die Umsetzung der folgenden Maßnahmen in Ihrem Unternehmen.

Bitte wählen Sie für jede Maßnahme eine Antwortmöglichkeit aus. n = 258–293.

Umsetzung der Maßnahmen im Unternehmen



F5 Schreiben Sie uns nun, eine kleine oder große nachhaltige Tätigkeit oder Initiative, die in den letzten fünf Jahren in Ihrem Unternehmen umgesetzt wurde und die Sie möglicherweise von anderen Unternehmen abhebt oder für Sie besonders ist.

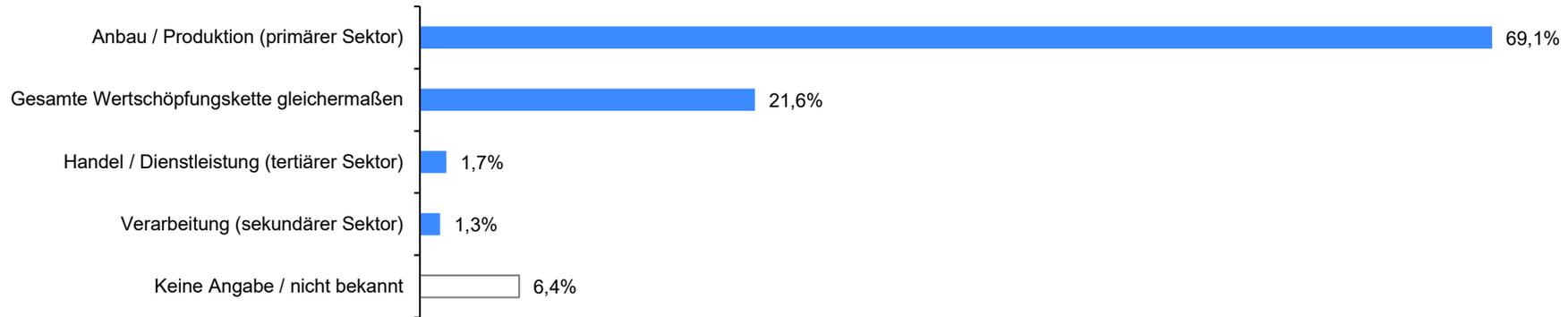
Bitte beschreiben Sie nur eine Aktivität. Beschreiben Sie diese möglichst detailliert, auch was die Besonderheit sein könnte/ist, in ca. 5 bis 6 Sätzen (max. 1200 Zeichen möglich).



F5.1.1 Auf welche Stufe in der Wertschöpfungskette bezieht sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich?

Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus. n = 236.

Stufe der Wertschöpfungskette der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz

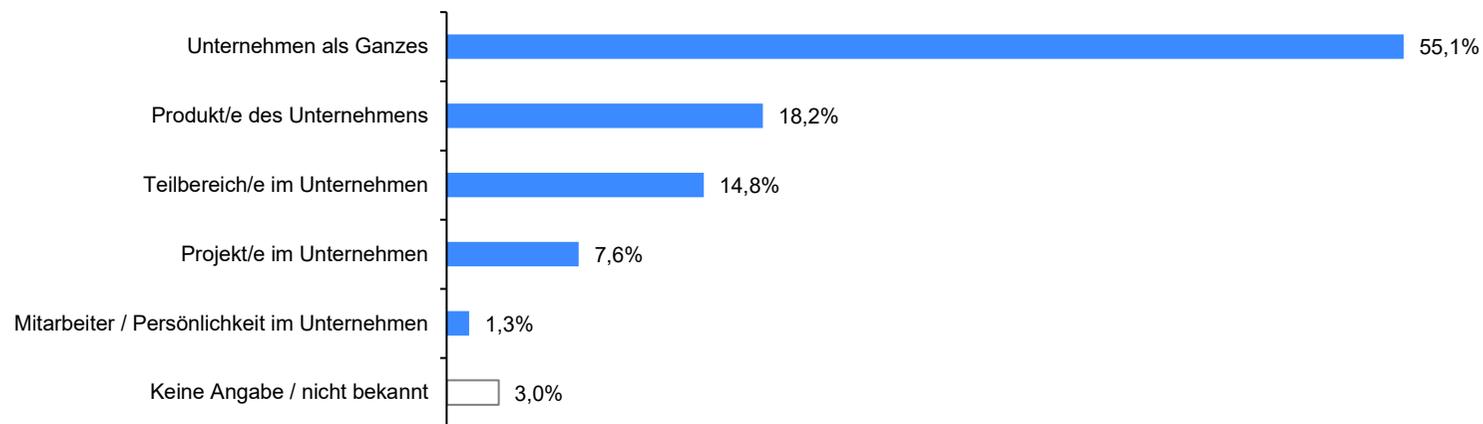


141

F5.1.1.1 Welchen Bezug im Unternehmen hat die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz vor allem?

Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus. n = 236.

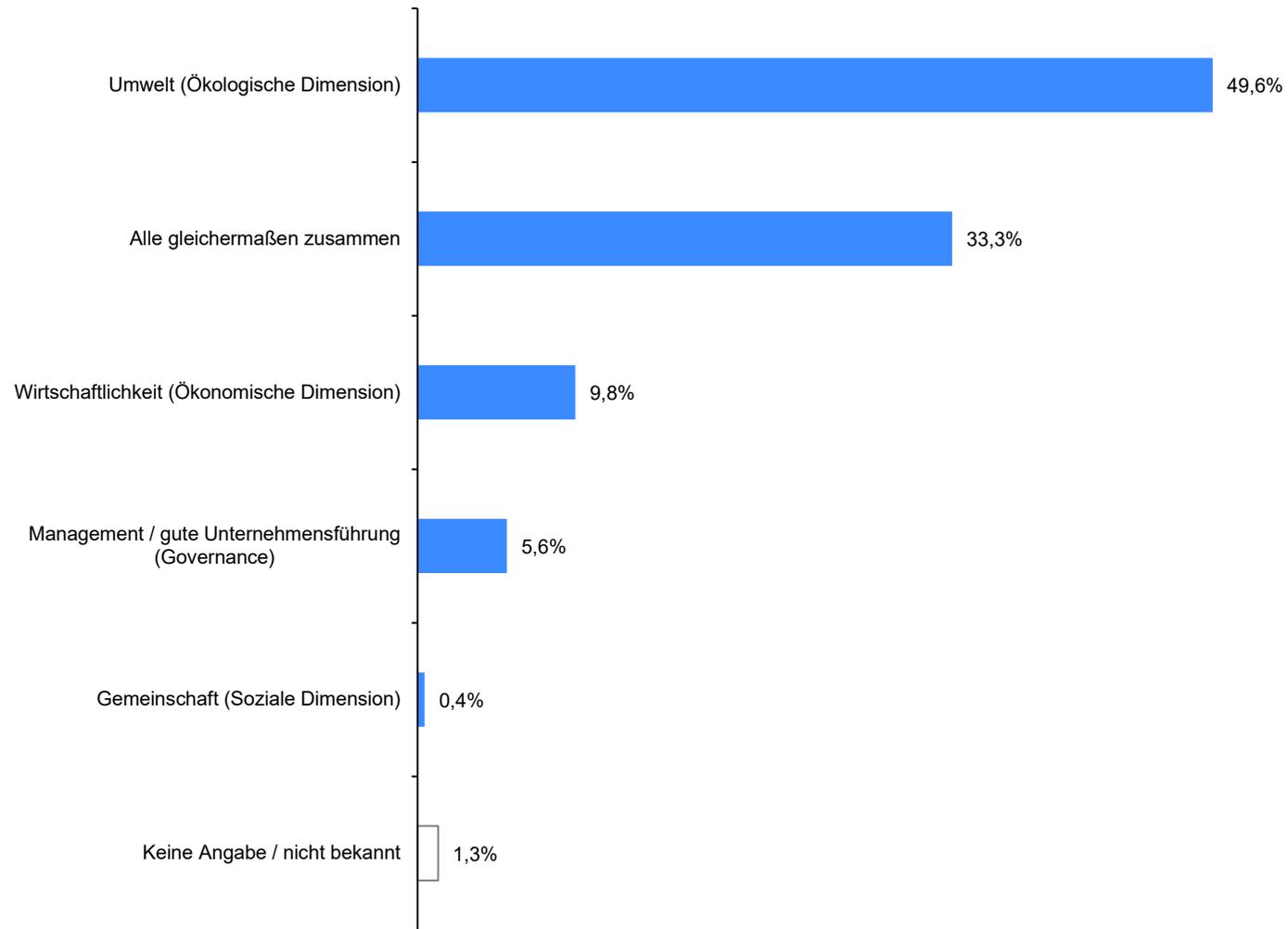
Unternehmensbezug der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz



F5.1.1.2 Welcher Nachhaltigkeitsdimension lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen?

Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus. n = 234.

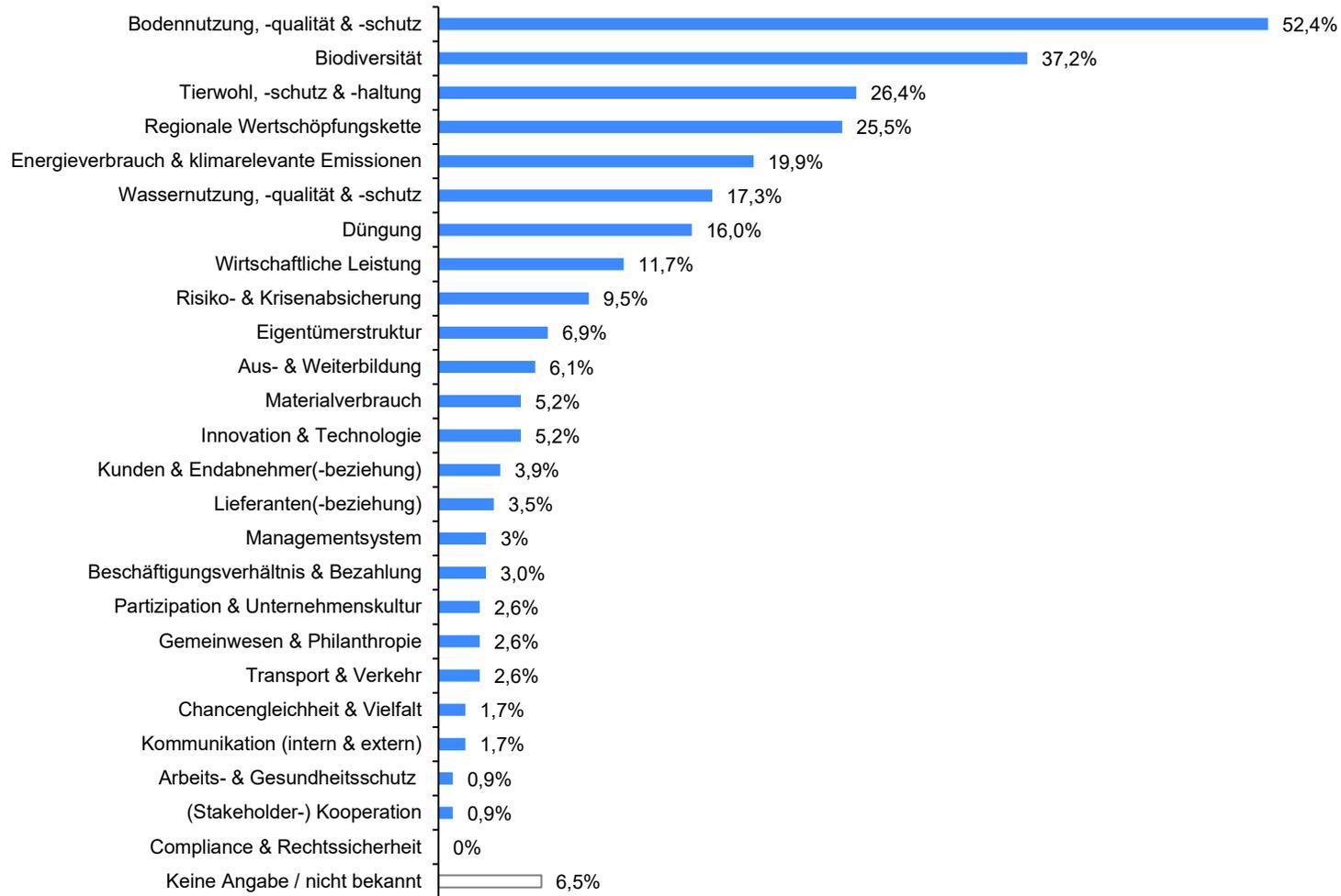
Nachhaltigkeitsdimension der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz



F5.1.1.3 Welchen Nachhaltigkeitselementen lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen?

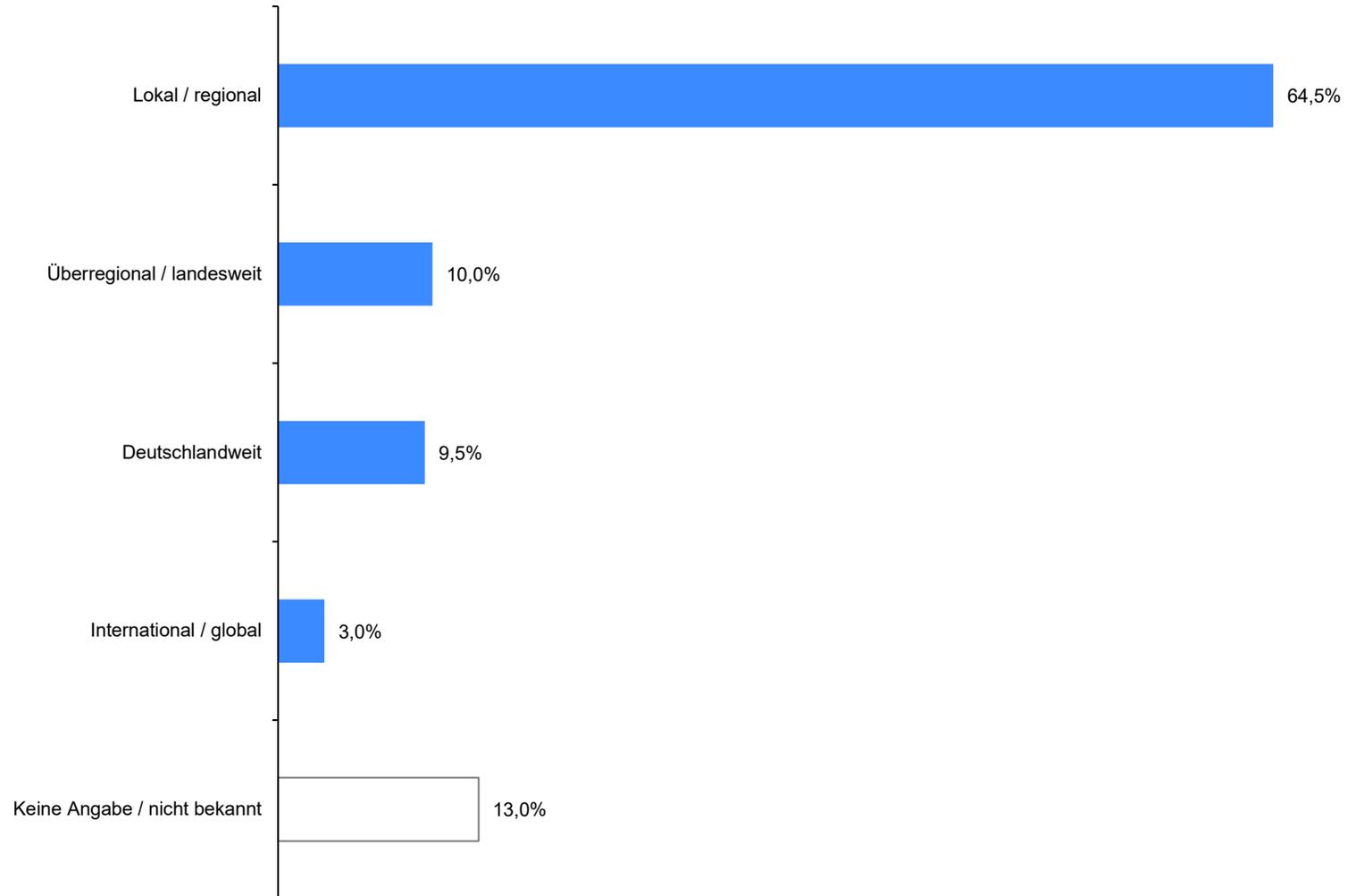
Bitte wählen Sie bis zu 3 Schlüsselbegriffe aus. n = 231 Befragte.

Nachhaltigkeitselemente der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz



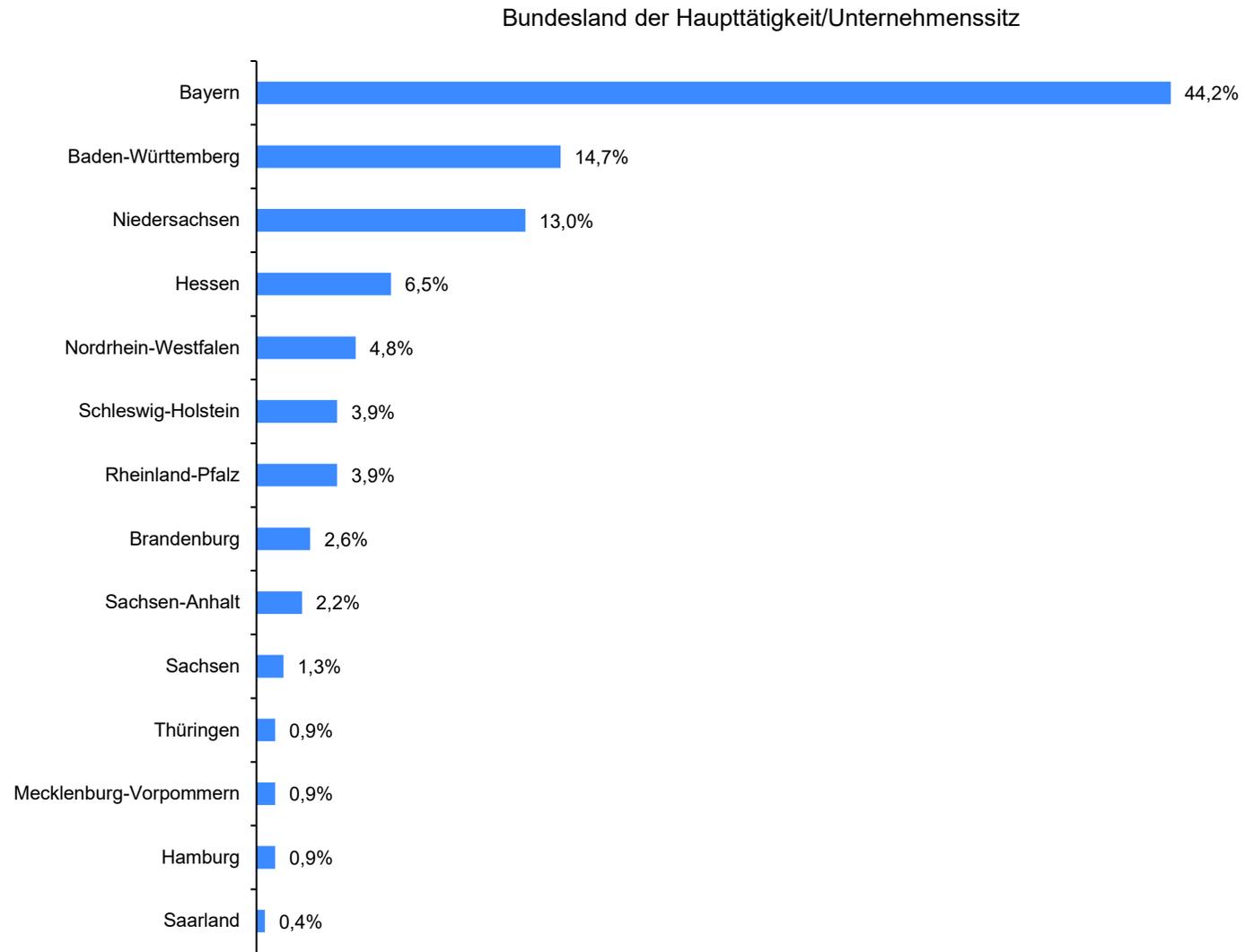
F5.1.1.4 Welche Reichweite bzw. Absatzmarkt wird mit der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich adressiert?
Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus. n = 231.

Reichweite/Absatzmarkt der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz



F5.1.1.5 In welchem Bundesland liegt Ihre Haupttätigkeit/ Unternehmenssitz?

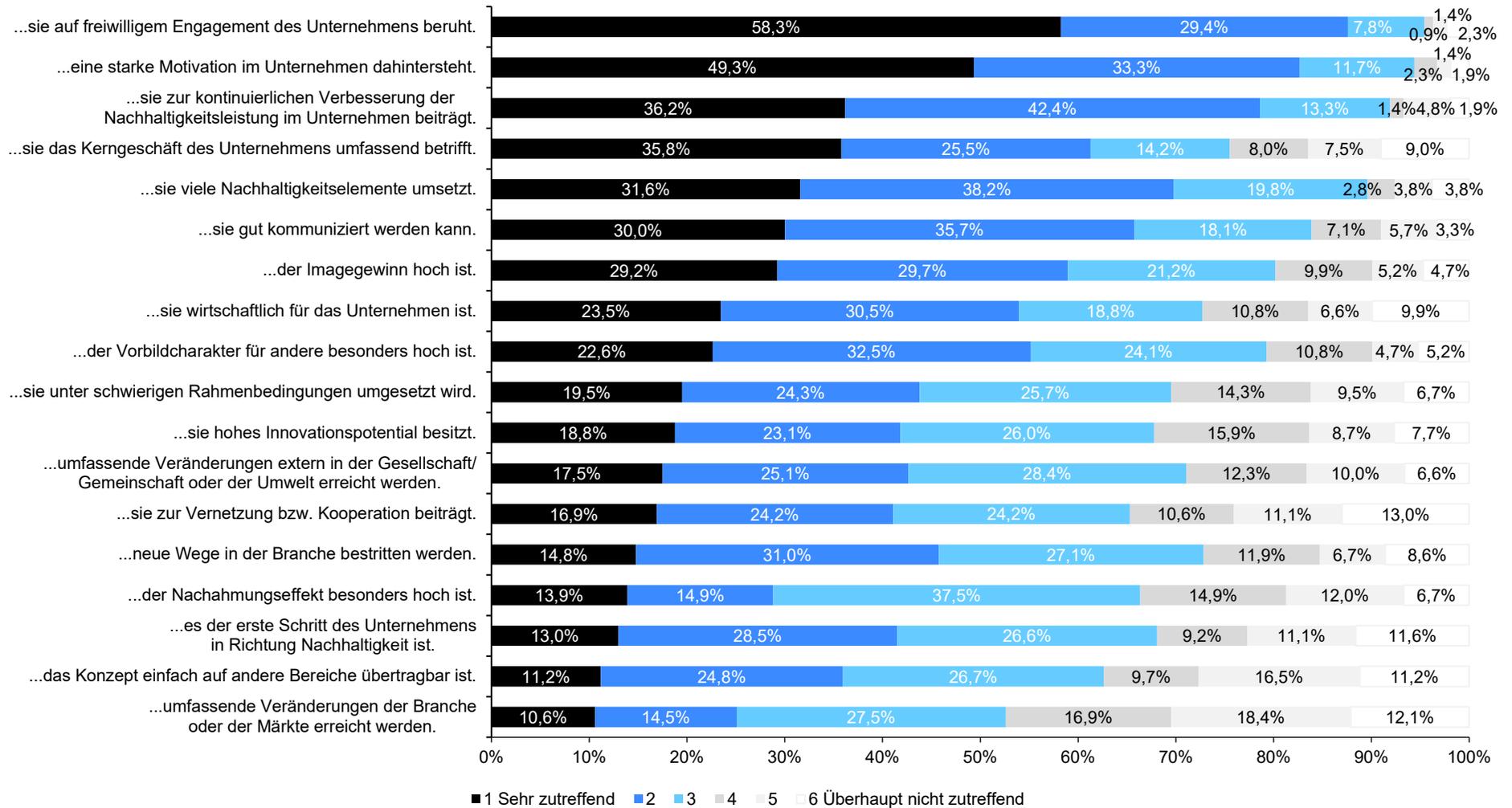
Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 231.



F5.1.2 Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da...

Bewerten Sie die folgenden Statements anhand einer Skala von 1 = "sehr zutreffend" bis 6 = "überhaupt nicht zutreffend". n = 206–218.

Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da...

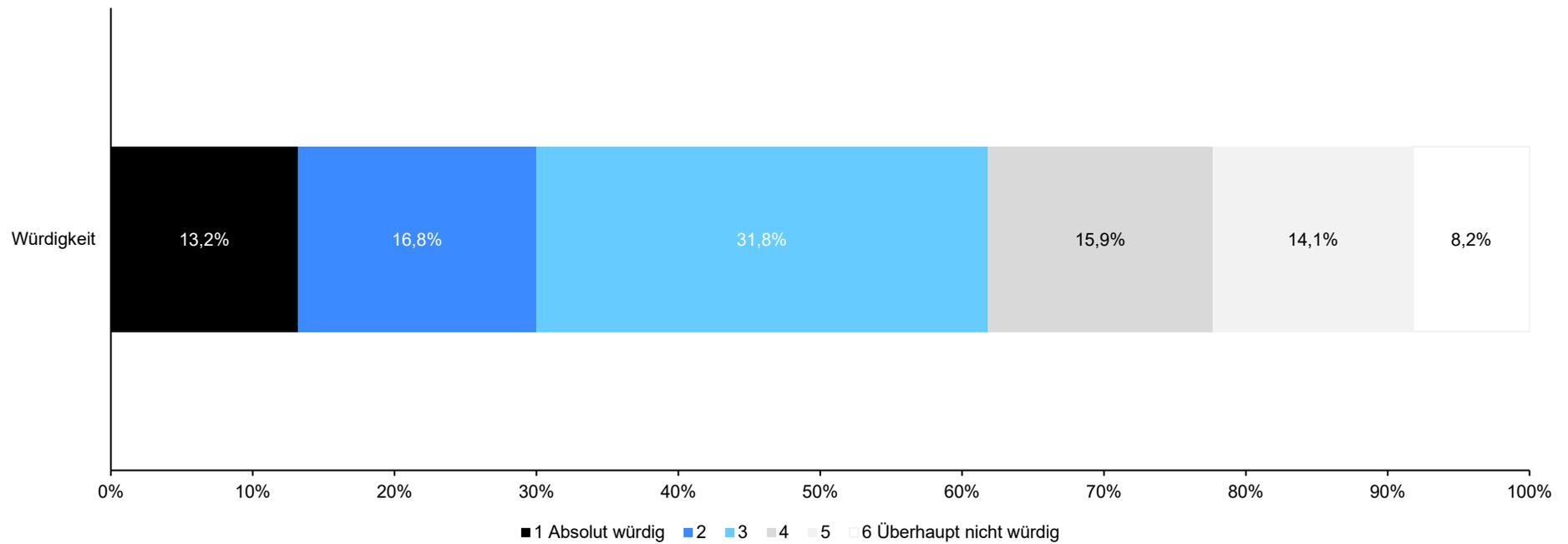


F5.1.2.1 Inwieweit fühlen Sie Ihre beschriebene Aktivität derzeit würdig, mit einem Nachhaltigkeitsaward ausgezeichnet zu werden?

Bitte nutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = "absolut würdig" bis 6 = "überhaupt nicht würdig". n = 220.

Auszeichnungswürdigkeit der beschriebenen Aktivität mit einem Nachhaltigkeitsaward

147

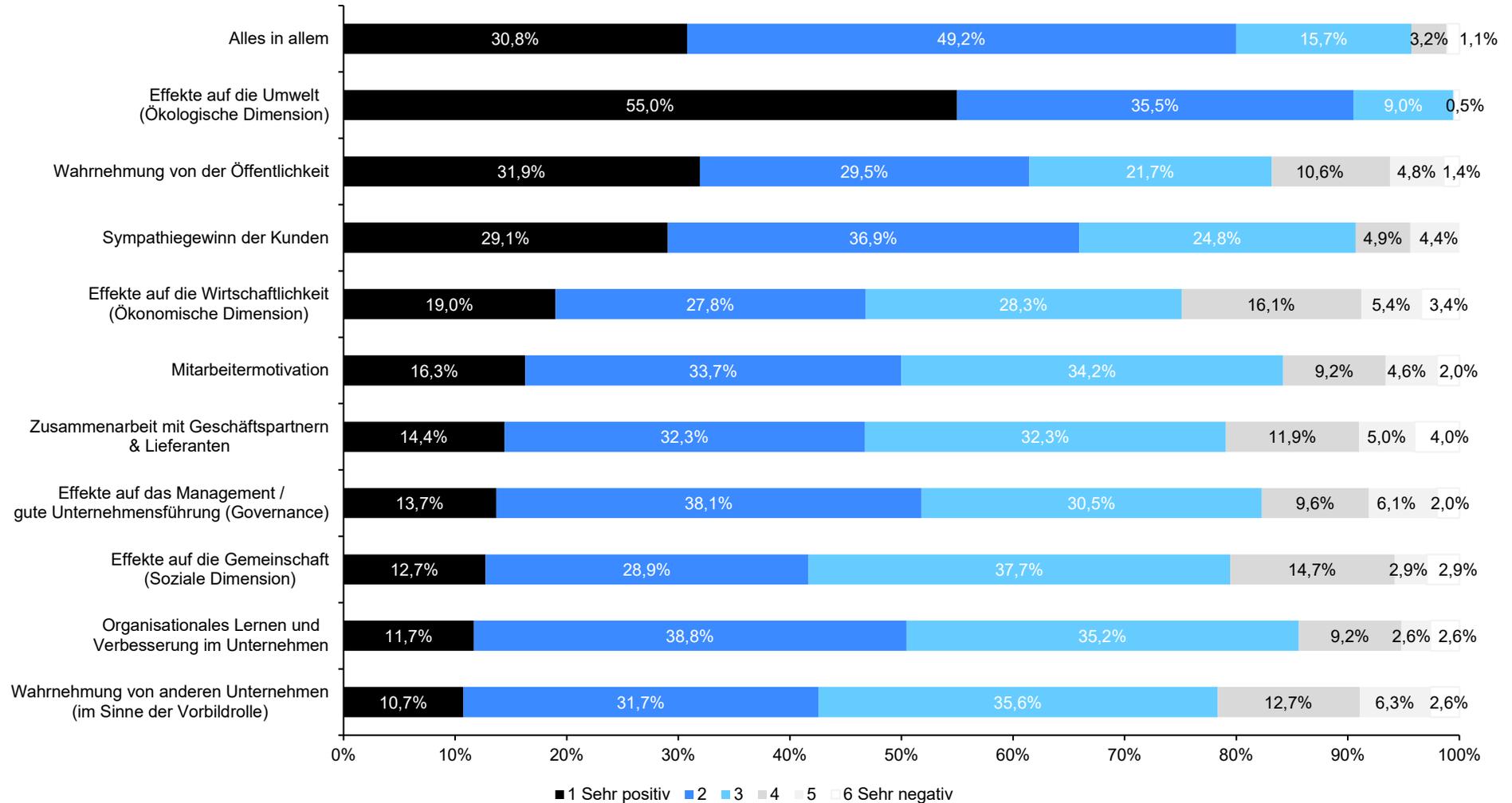


F5.1.2.2 Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein?

Bewerten Sie anhand einer Skala von 1 = "sehr positiv" bis 6 = "sehr negativ". n = 185–211.

148

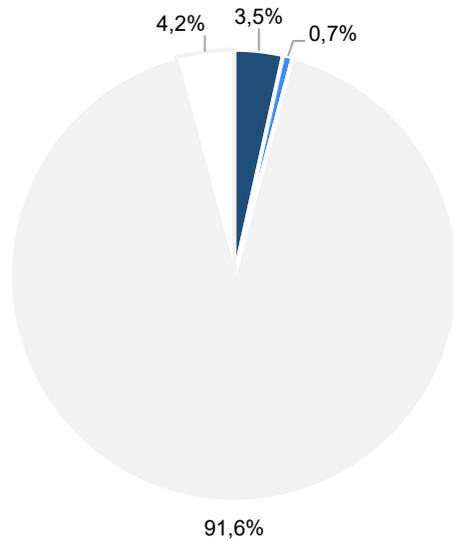
Effekte der beschriebenen Tätigkeit/Initiative



F6 Hat sich Ihr Unternehmen schon einmal für einen Nachhaltigkeitsaward beworben?

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 286.

Bewerbung für einen Nachhaltigkeitsaward

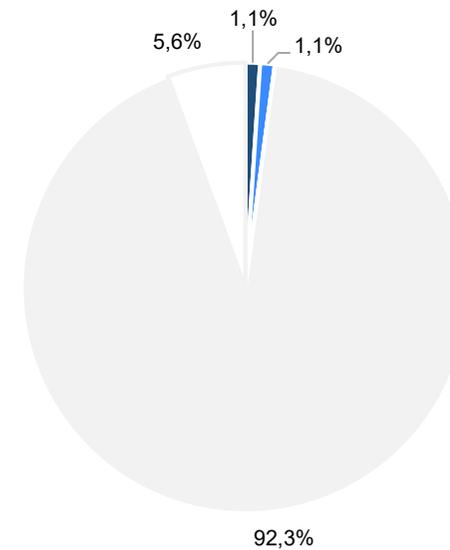


- Ja, einmal.
- Ja, mehrmals (2 bis 5 mal).
- Ja, mehrmals (über 5 mal).
- Nein, noch nie.
- Keine Angabe / nicht bekannt.

F6 Hat Ihr Unternehmen schon einmal einen Nachhaltigkeitsaward erhalten?

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 284.

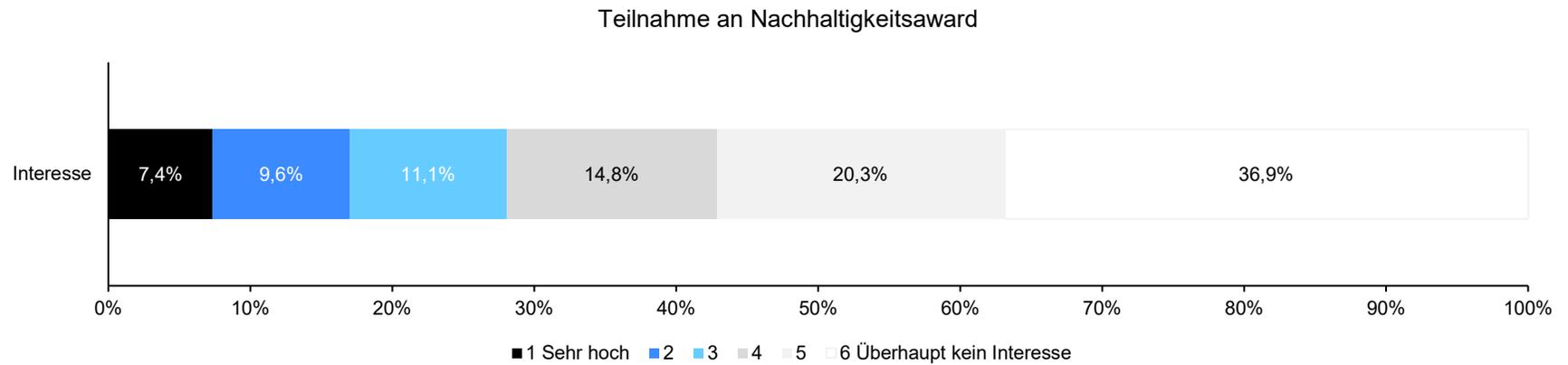
Erhalt eines Nachhaltigkeitsawards



- Ja, einmal.
- Ja, mehrmals (2 bis 5 mal).
- Ja, mehrmals (über 5 mal).
- Nein, noch nie.
- Keine Angabe / nicht bekannt.

F6.1 Wie hoch ist das grundlegende Interesse in Ihrem Unternehmen an einem Nachhaltigkeitsaward teilzunehmen?

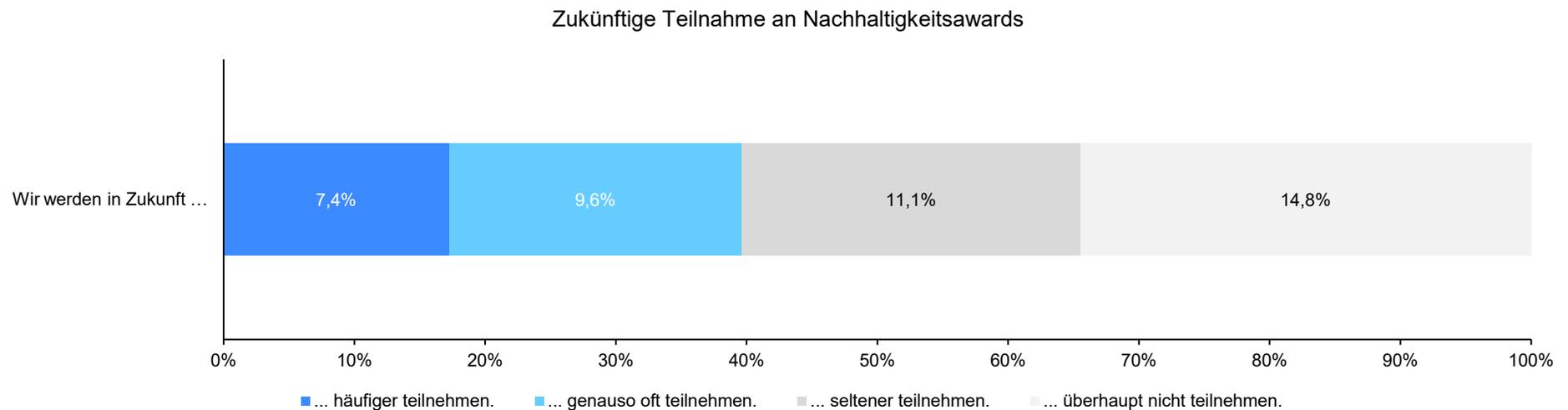
Bitte verwenden Sie die vorgegebene Skala von 1 = "sehr hoch" bis 6 = "überhaupt kein Interesse". n = 271.



150

F6.1 Wie sieht das zukünftige Interesse Ihres Unternehmens an einer Teilnahme an einem Nachhaltigkeitsaward aus?

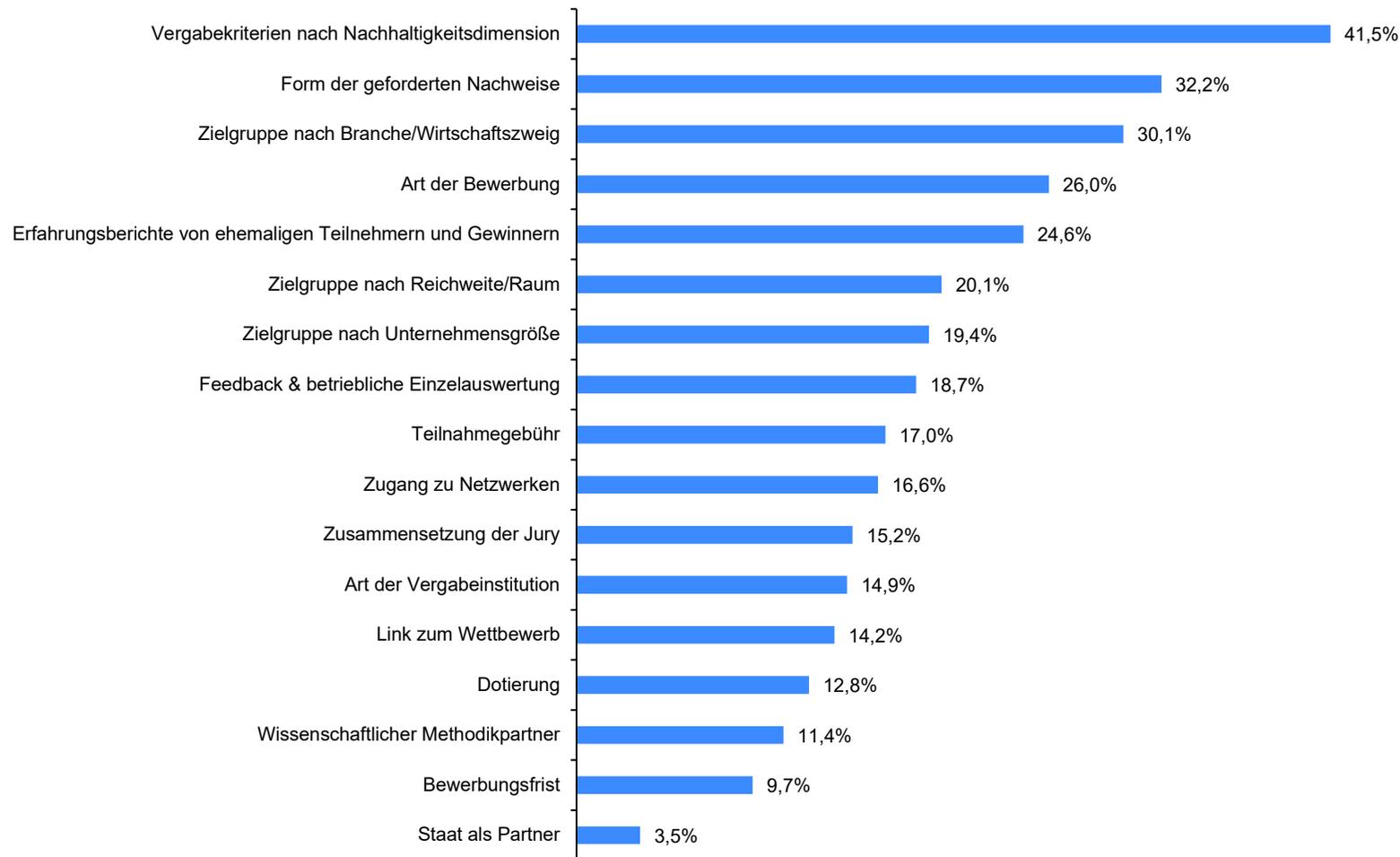
Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 279.



F6.2 Stellen Sie sich vor, es gäbe eine Internetplattform („Award-Finder“) mit einer Suchmaske, die Ihnen hilft den passenden Nachhaltigkeitsaward für Ihr nachhaltiges Handeln zu finden. Welche der folgenden Angaben sind für Sie als Information oder Filtereinstellung sehr wichtig, um den passenden Award / Prämierung zu finden?

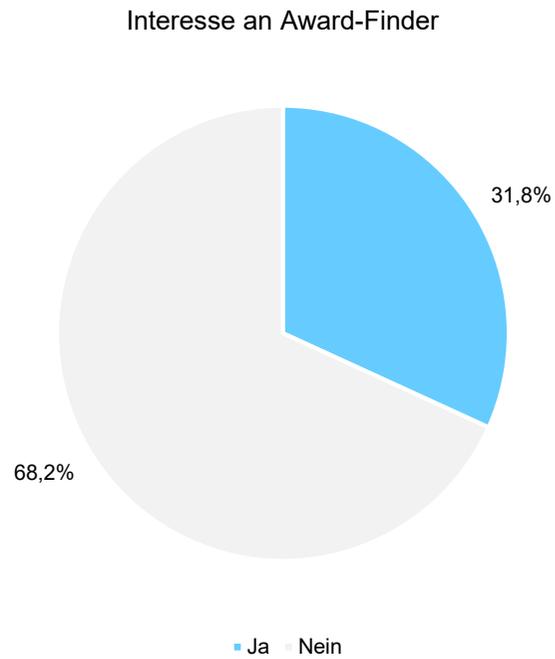
Bitte wählen Sie die 5 wichtigsten Angaben aus. n = 289 Befragte.

Wichtige Informationen/Filtereinstellung für die Awardsuche



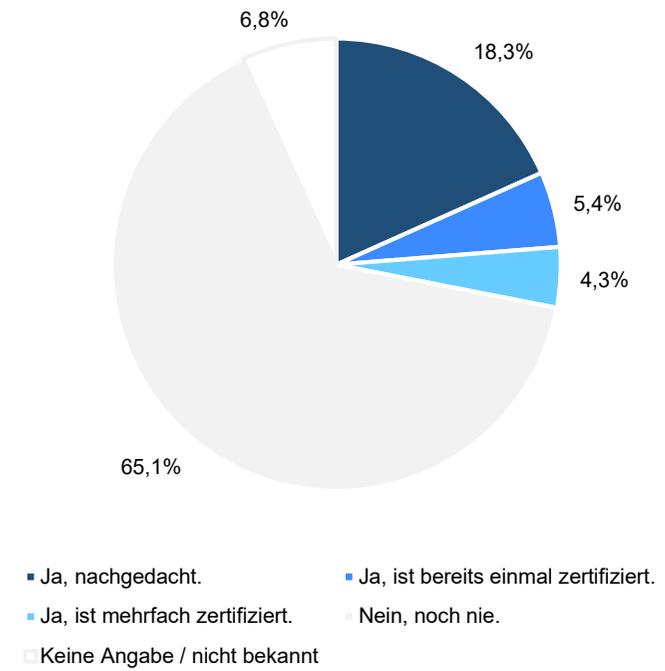
F6.3 Haben Sie Interesse an einem solchen Award-Finder?
Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 280.

152



F6.4 Hat sich Ihr Unternehmen schon mit Nachhaltigkeitszertifizierungen (z.B. DLG Zertifikat Nachhaltige Landwirtschaft, oder andere) befasst?
Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 278.

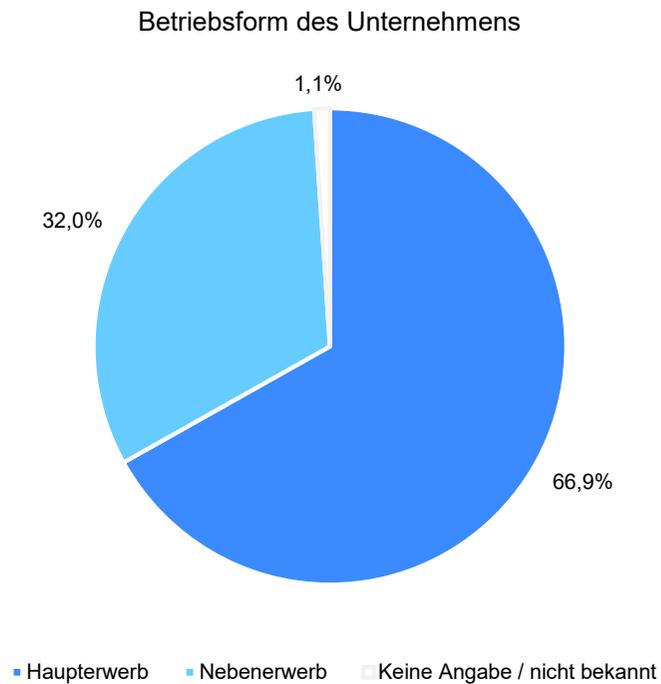
Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitszertifizierungen



F7 Welcher Betriebsform gehört Ihr Unternehmen an?

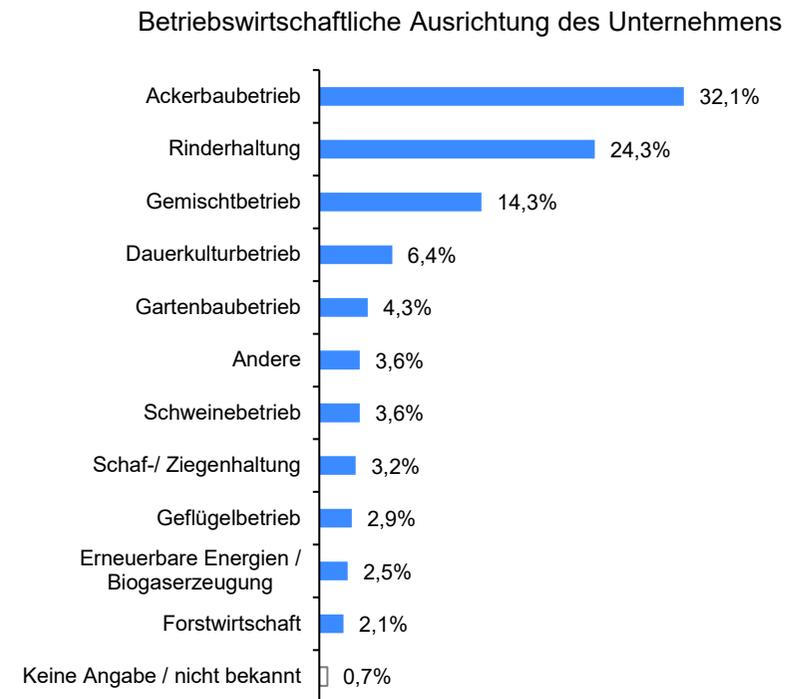
Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 281.

153



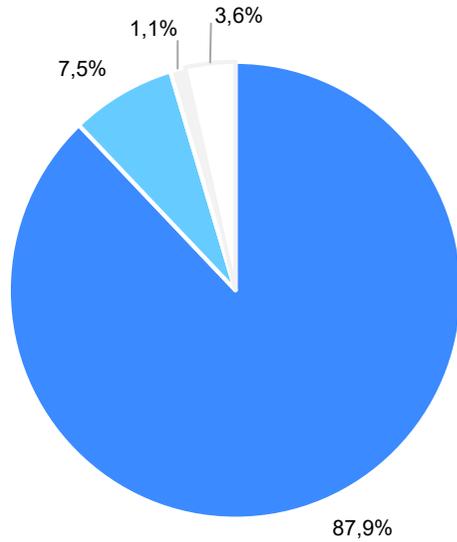
F7.1 Welche betriebswirtschaftliche Ausrichtung hat Ihr Unternehmen hauptsächlich?

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus, die diese am treffendsten beschreibt. n = 280.



F7.2 Wie viele Personen sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?
 Bitte geben Sie die Anzahl der vollbeschäftigten Personen im Betrieb an und wählen Sie dafür eine Antwortmöglichkeit. n = 280.

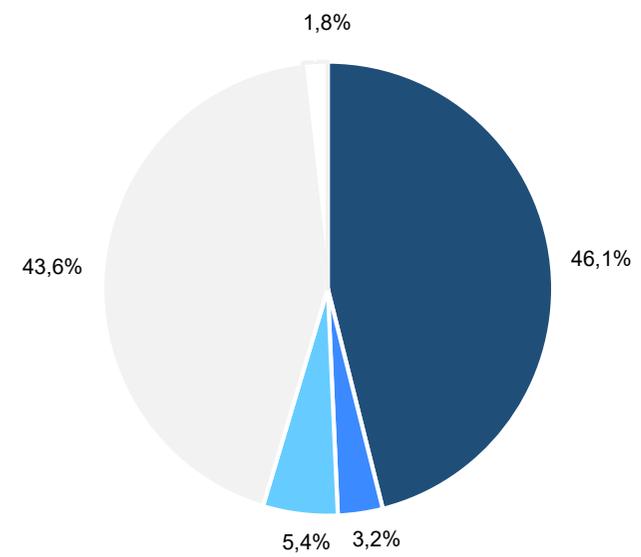
Anzahl der Beschäftigten im Unternehmen



■ 1 bis 9 ■ 10 bis 49 ■ 50 bis 249 ■ 250 und mehr ■ Keine Angabe / nicht bekannt

F7.3 Auf welche Art bewirtschaften Sie Ihr Unternehmen?
 Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 280.

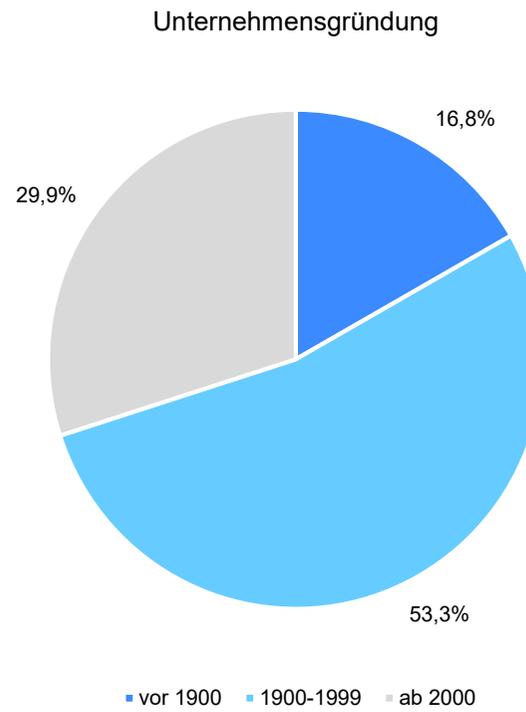
Art der Unternehmensbewirtschaftung



■ Ökologisch ■ Teilbetrieb ökologisch
 ■ In Umstellung auf ökologisch ■ Konventionell
 ■ Keine Angabe / nicht bekannt

F7.4 In welchem Jahr wurde Ihr Unternehmen gegründet?
Bitte geben Sie die Jahreszahl der Gründung in 4 Ziffern an. n = 197.

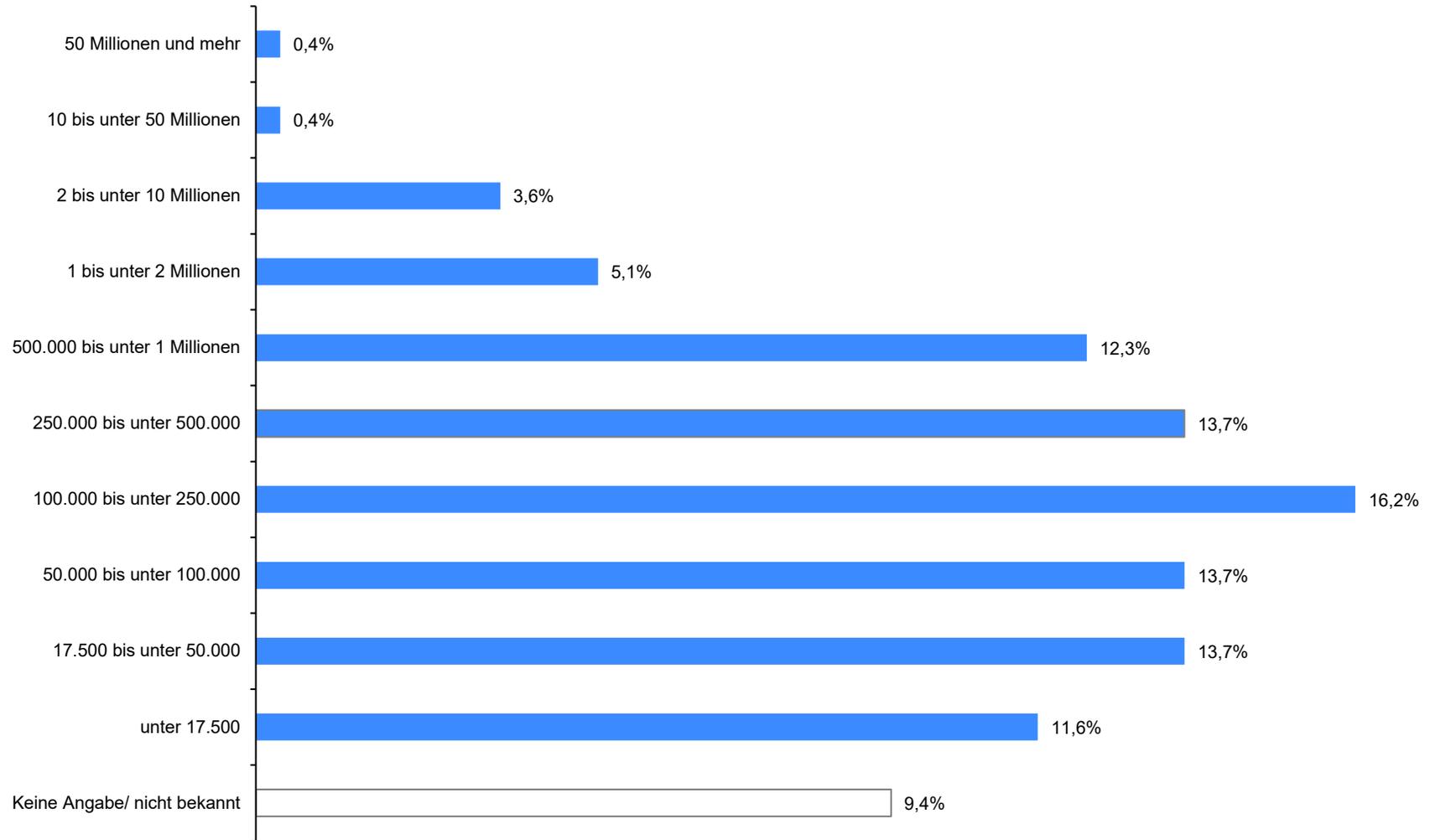
155



F7.5 Welchen Jahresumsatz (in Euro) hat Ihr Unternehmen im vergangenen Jahr erwirtschaftet? (Hinweis: ohne Umsatzsteuer)

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 277.

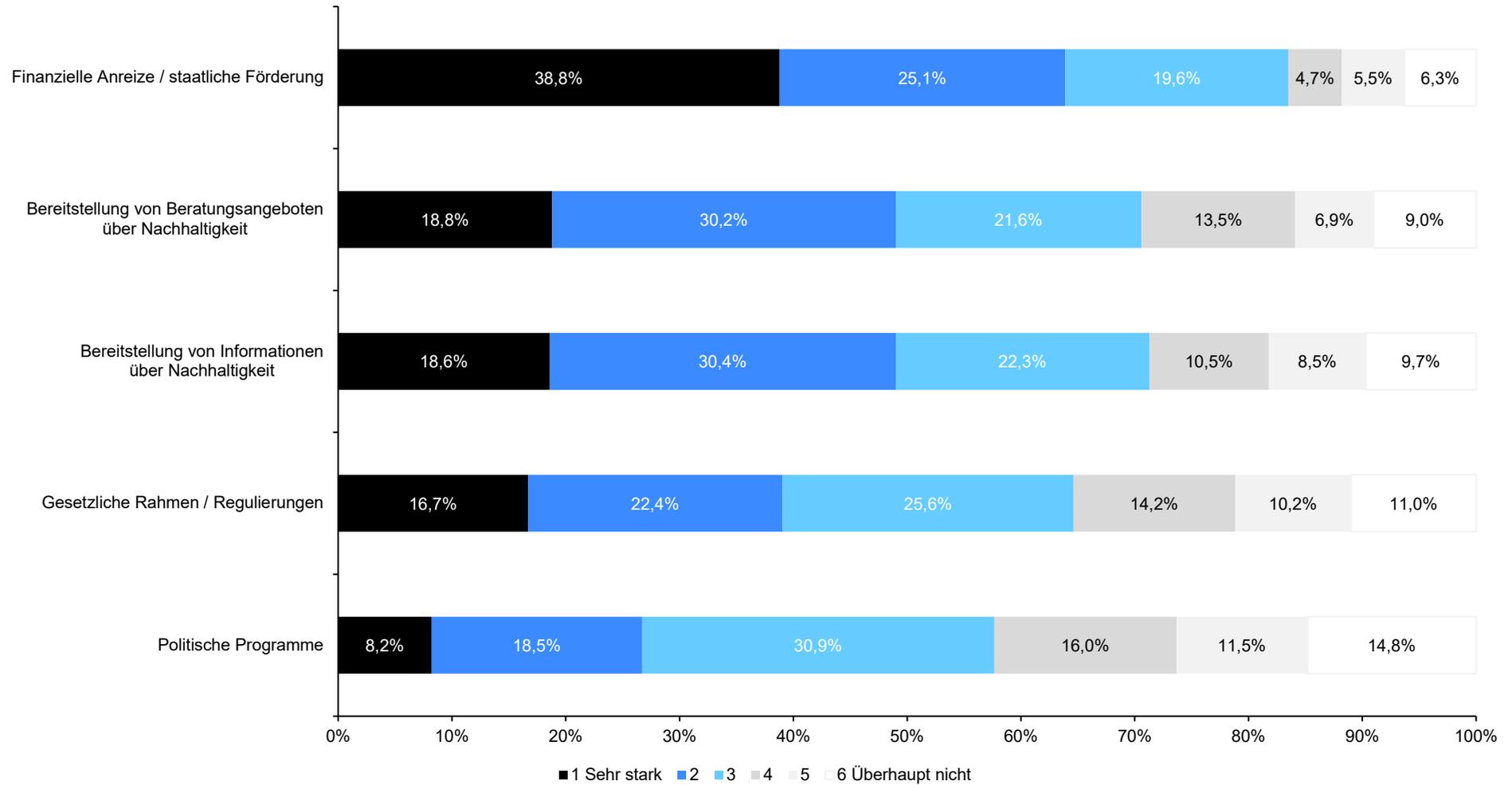
Jahresumsatz des Unternehmens im vergangenen Jahr



F9 Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr folgende politische Instrumente die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten/ Initiativen unterstützen.

Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht“. n = 243–255.

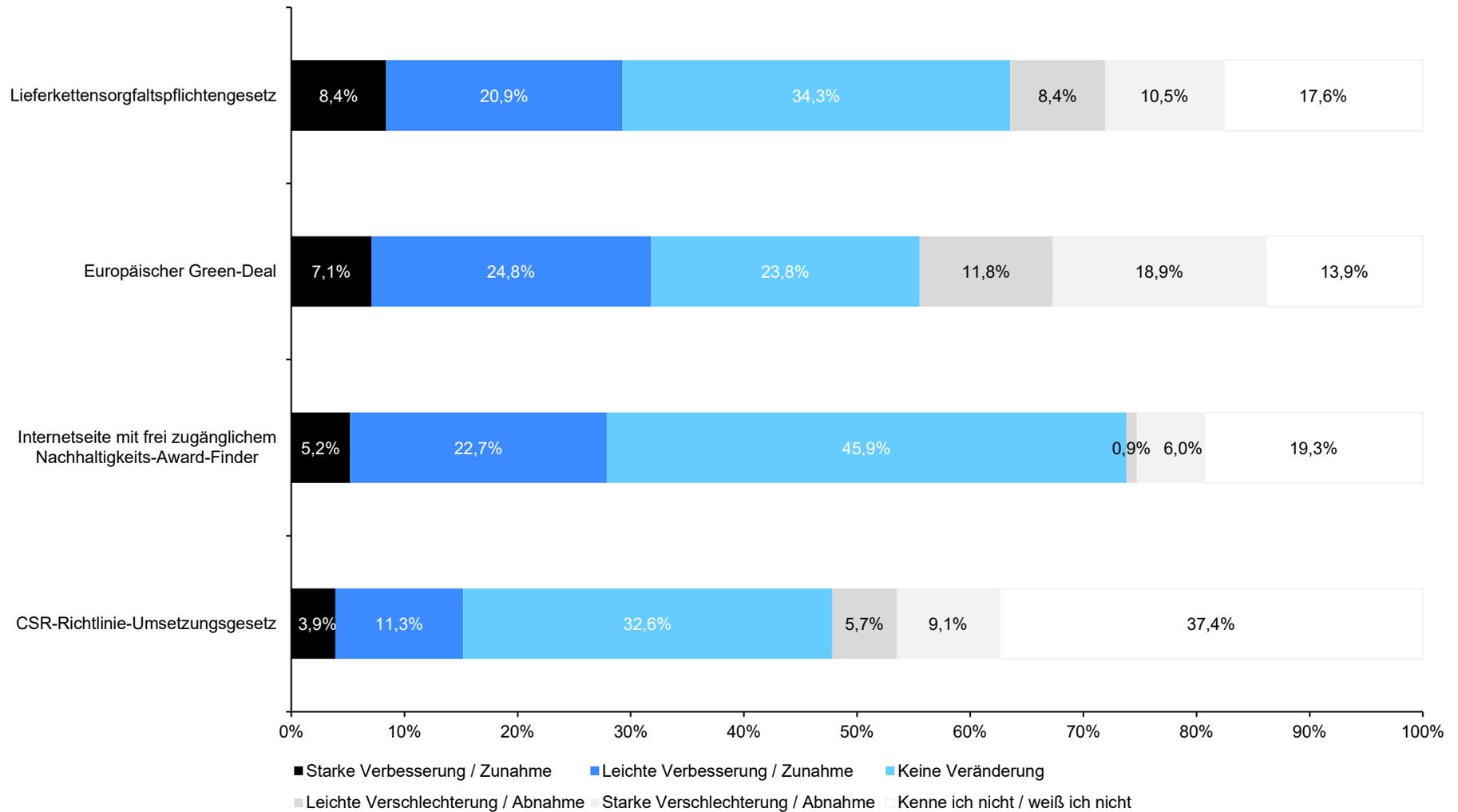
Unterstützung nachhaltiger Tätigkeiten/Initiativen durch politische Instrumente



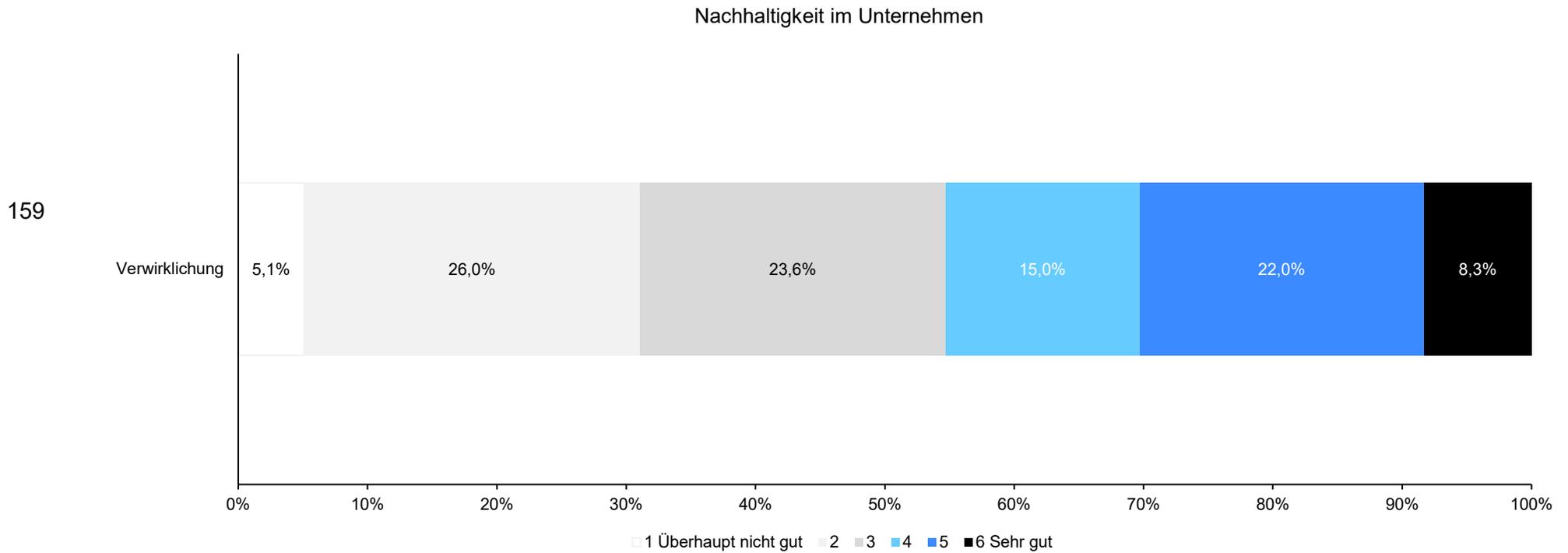
F10 Welche Veränderungen in Ihren nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen insgesamt erwarten Sie in Zukunft aufgrund folgender Ansätze / Ideen?

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 230–239.

Zukünftige Veränderungen nachhaltiger Tätigkeiten/Initiativen



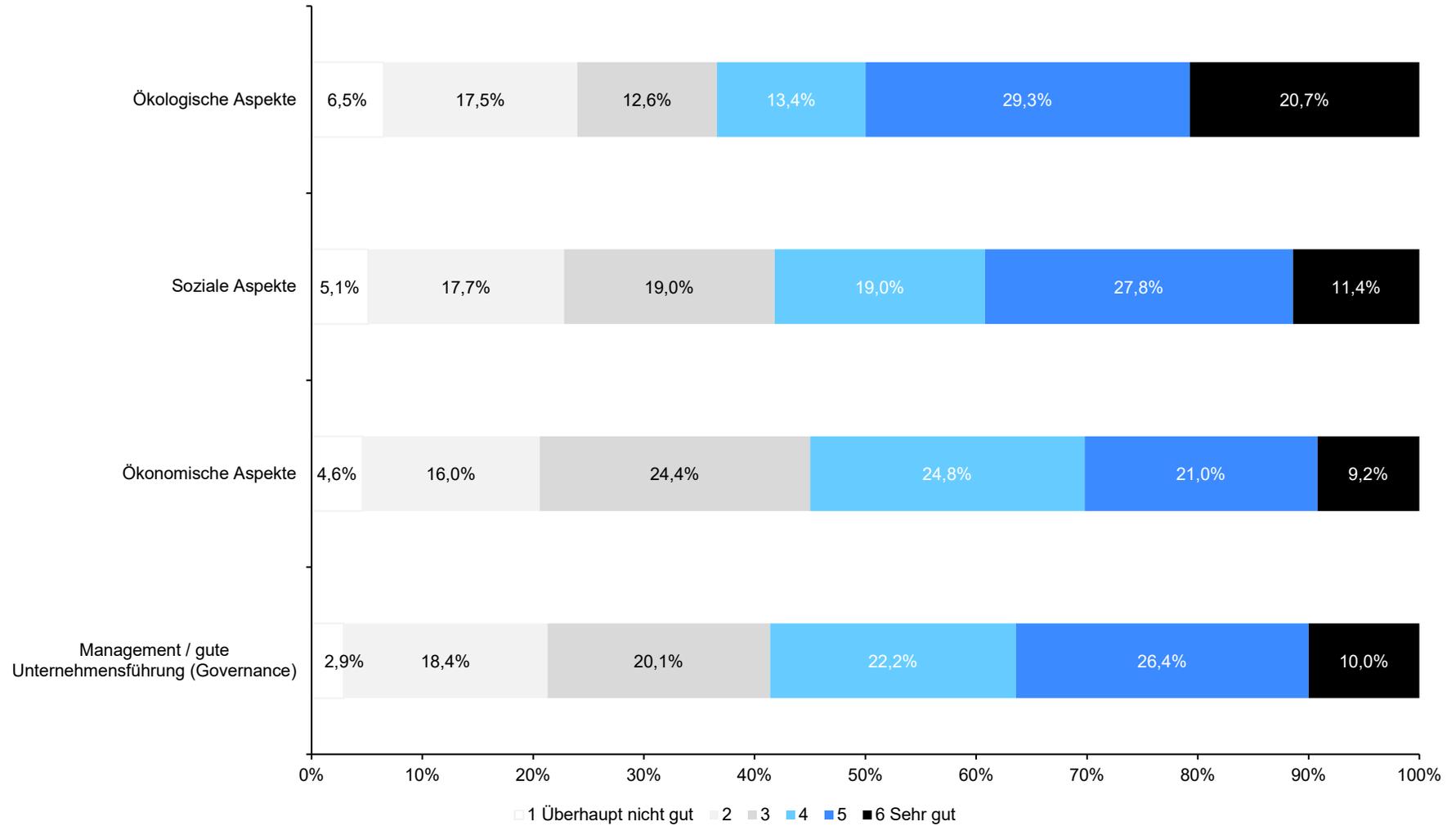
F11 Was meinen Sie, wie gut wird Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen derzeit insgesamt verwirklicht? Zutreffendes bitte ankreuzen.
Benutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = "überhaupt nicht gut" bis 6 = "sehr gut". n = 254.



F12 Wie gut werden folgende Nachhaltigkeitsaspekte in Ihrem Unternehmen verwirklicht? Zutreffendes bitte ankreuzen.

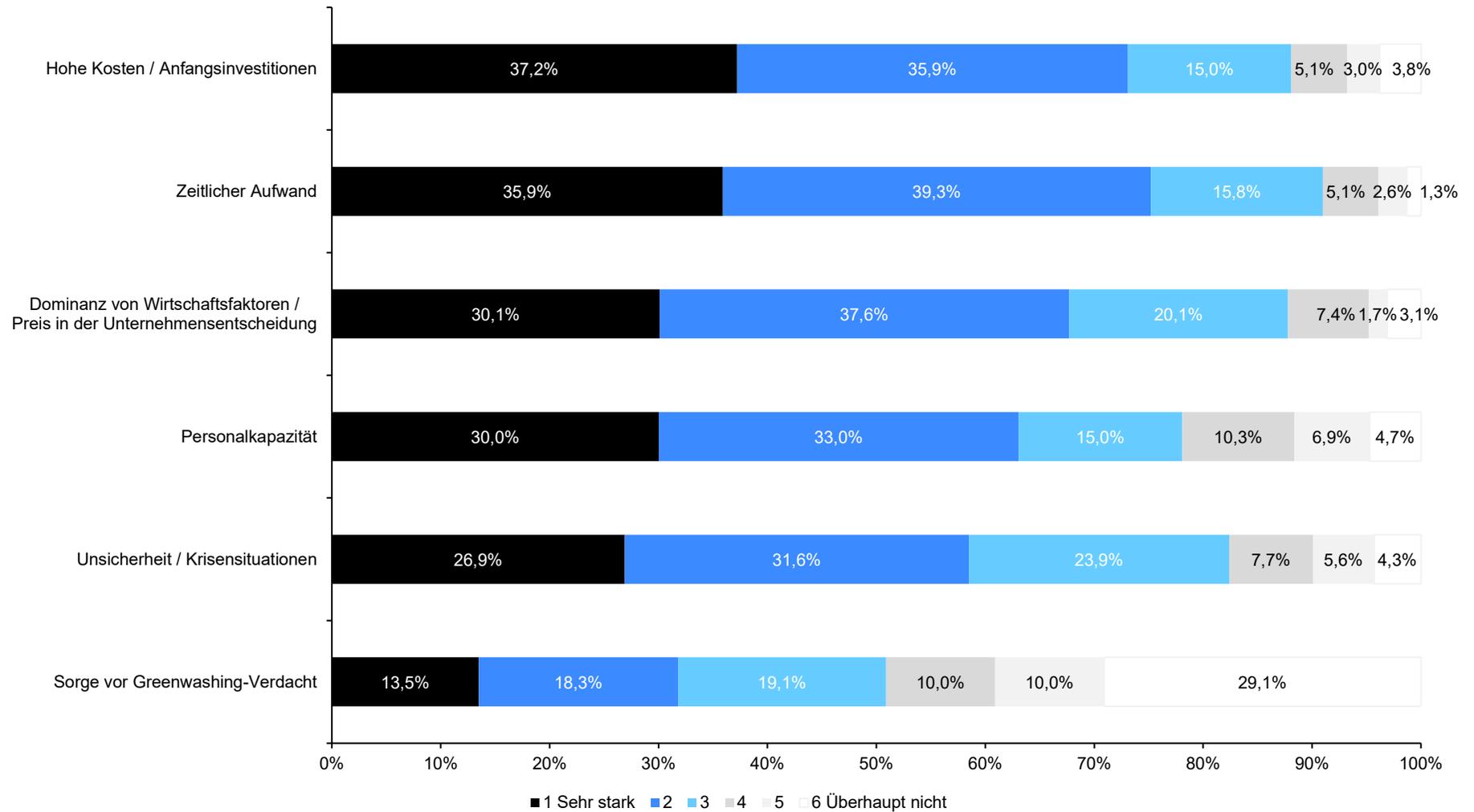
Benutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = "überhaupt nicht gut" bis 6 = sehr gut". n = 237–246.

Verwirklichung der Nachhaltigkeitsaspekte im Unternehmen



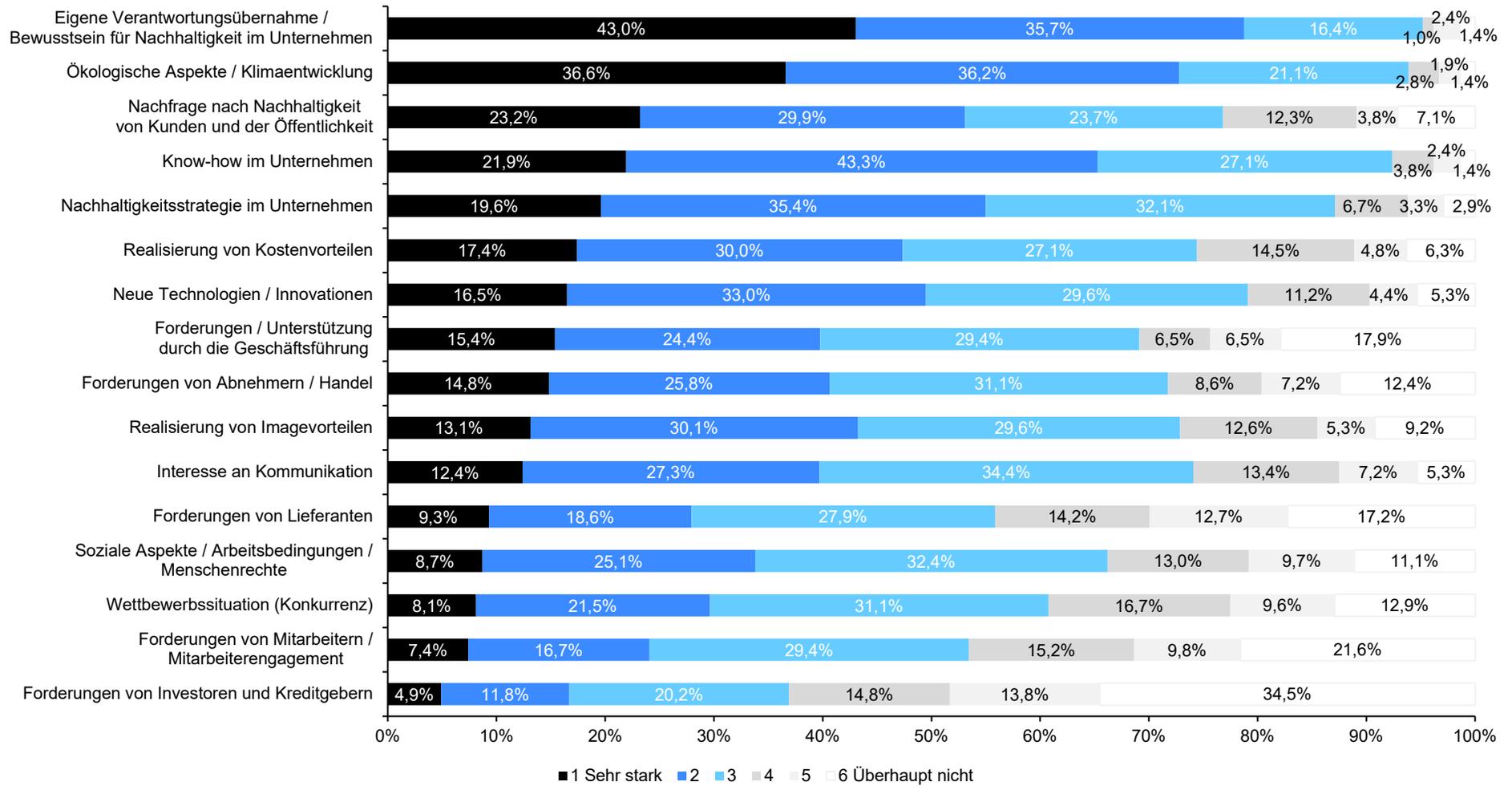
F13 Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen erschweren.
 Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht“. n = 229–234.

Erschwerung der Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten/Initiativen



F14 Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen unterstützen.
 Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht“. n = 201–213.

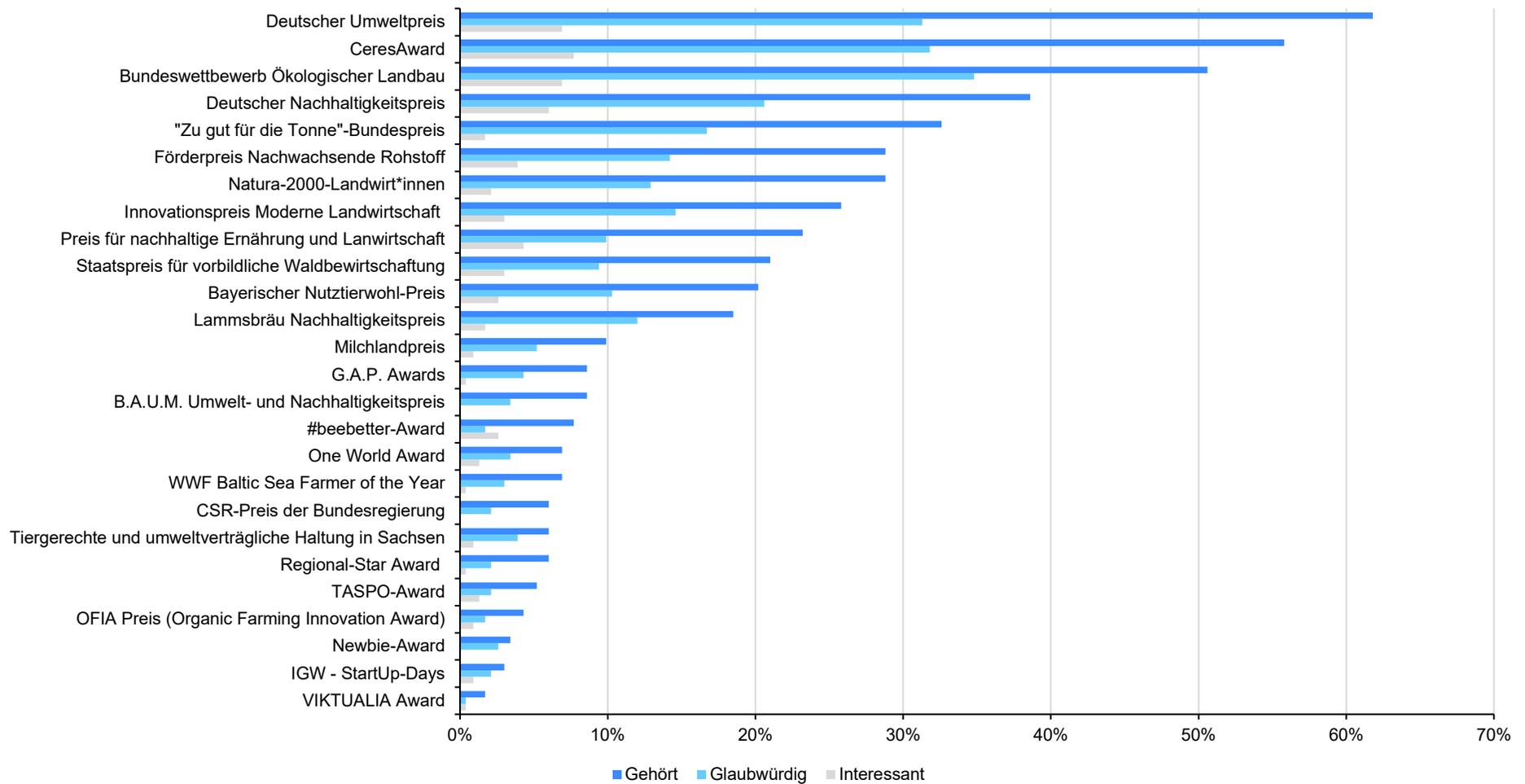
Unterstützung der Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten/Initiativen



F15 Zum Ende des Fragebogens sehen Sie eine Liste mit 26 landwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsawards. Diese richten sich aktuell an Sie!

Bitte klicken Sie nacheinander für jeden dieser Awards an (Mehrfachauswahl möglich): a) Nein, kenne ich überhaupt nicht. b) Ja, schon einmal gehört. Bitte beurteilen Sie außerdem c) und d), sofern Sie von dem Award gehört haben (b). c) Ist glaubwürdig d) Habe Interesse (erneut) teilzunehmen bzw. damit ausgezeichnet werden. n = 233 Befragte.

Bekanntheit, Glaubwürdigkeit und Interesse an bestimmten Awards



Anhang B2 – Verbands-Befragung 2022

Inhalt

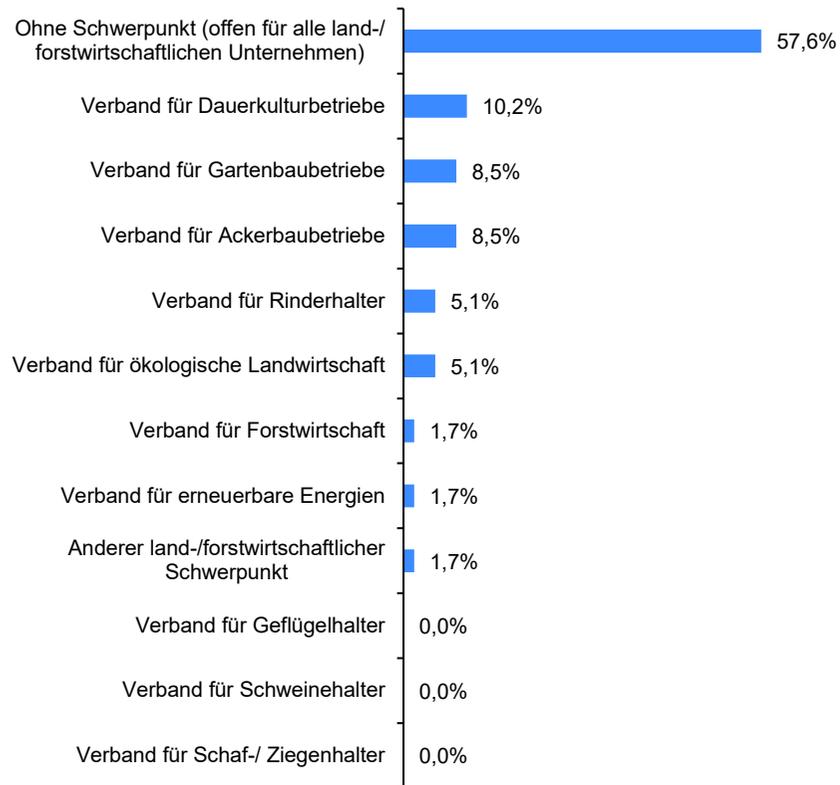
	F2	Zu Beginn möchten wir Sie bitten, den Schwerpunkt Ihres Verbandes anzugeben.....	166
	F2.2	Beschreiben Sie den Schwerpunkt Ihrer regionalen Zuständigkeit.	166
	F3	Bewerten Sie die Umsetzung der folgenden Maßnahmen innerhalb Ihrer Mitgliedsunternehmen durchschnittlich betrachtet.....	167
	F4	Kennen Sie ein landwirtschaftliches Unternehmen unter Ihren Mitgliedern, das sich durch nachhaltiges Handeln von anderen Unternehmen besonders abhebt? Wenn ja, schreiben Sie uns nun dessen kleine oder große nachhaltige Tätigkeit oder Initiative aus den letzten fünf Jahren.....	168
164	F4.1.1	Auf welche Stufe in der Wertschöpfungskette bezieht sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich?.....	169
	F4.1.1.1	Welchen Bezug im Unternehmen hat die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz vor allem?	169
	F4.1.1.2	Welcher Nachhaltigkeitsdimension lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen?.....	170
	F4.1.1.3	Welchen Nachhaltigkeitselementen lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen?	171
	F4.1.1.4	Welche Reichweite bzw. Absatzmarkt wird mit der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich adressiert?.....	172
	F4.1.1.5	In welchem Bundesland liegt die Haupttätigkeit/ der Unternehmenssitz des beschriebenen Unternehmens?.....	173
	F4.1.1.6	Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da... ..	174
	F4.1.1.6.1	Inwieweit fühlen Sie Ihre beschriebene Aktivität derzeit würdig, mit einem Nachhaltigkeitsaward ausgezeichnet zu werden?	175
	F4.1.1.6.2	Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein?	176
	F4.1.1.6.3	Ordnen Sie bitte ein, an welchem Entwicklungspunkt sich das von Ihnen beschriebene Unternehmen aktuell befindet.....	177
	F5	Wie hoch schätzen Sie das grundlegende Interesse in Ihren Mitgliedsunternehmen an einem Nachhaltigkeitsaward teilzunehmen?.....	178

F5.1	Stellen Sie sich vor, es gäbe eine Internetplattform ("Award-Finder") mit einer Suchmaske, die landwirtschaftlichen Unternehmen hilft den passenden Nachhaltigkeitsaward für deren nachhaltiges Handeln zu finden. Welche der folgenden Angaben empfinden Sie als Information oder Filtereinstellung sehr wichtig, um einen passenden Award / Prämierung zu finden?	179
F5.2	Denken Sie, dass Ihre Mitgliedsunternehmen Interesse an einem solchen Award-Finder haben?	180
F6	Welcher Betriebsform gehört das beschriebene landwirtschaftliche Unternehmen an?	181
F6.1	Welche betriebswirtschaftliche Ausrichtung hat das von Ihnen ausgewählte Unternehmen hauptsächlich?	181
F6.2	Wie viele Personen sind in dem von Ihnen beschriebenen Unternehmen beschäftigt?	182
F6.3	Auf welche Art wirtschaftet das von Ihnen beschriebene landwirtschaftliche Unternehmen?	182
F6.5	Welchen Jahresumsatz (in Euro) hat das von Ihnen beschriebene Unternehmen im vergangenen Jahr erwirtschaftet? (Hinweis: ohne Umsatzsteuer).....	183
F8	Bitte geben Sie aus Verbandssicht an, wie sehr die folgenden politischen Instrumente die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen in Ihren landwirtschaftlichen Unternehmen unterstützen.....	184
F9	Welche Veränderungen in den nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen Ihrer Mitgliedsunternehmen insgesamt erwarten Sie in Zukunft aufgrund folgender (zukünftiger) Ansätze?.....	185
F10	Was meinen Sie, wie gut wird Nachhaltigkeit in Ihren Mitgliedsunternehmen derzeit insgesamt verwirklicht?.....	186
F11	Wie gut werden folgende Nachhaltigkeitsaspekte in Ihren Mitgliedsunternehmen verwirklicht?.....	187
F12	Bitte geben Sie für die landwirtschaftlichen Unternehmen Ihres Verbandes an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen in landwirtschaftlichen Unternehmen erschweren.....	188
F13	Bitte geben Sie für die landwirtschaftlichen Unternehmen Ihres Verbandes an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen unterstützen.	189
F14	Zum Ende des Fragebogens sehen Sie eine Liste mit 26 landwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsawards. Diese richten sich aktuell an Landwirte und Landwirtinnen!	190

F2 Zu Beginn möchten wir Sie bitten, den Schwerpunkt Ihres Verbandes anzugeben.

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 59.

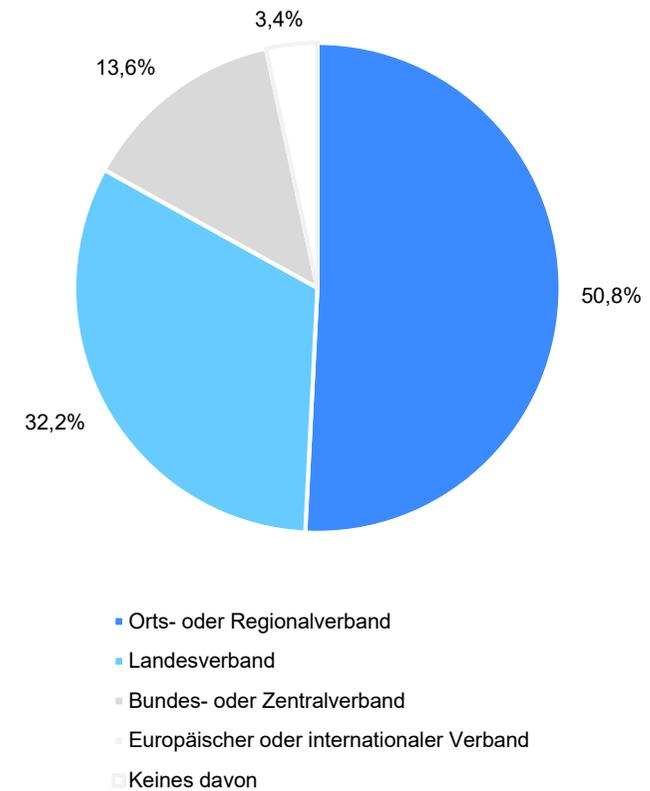
Schwerpunkt des Verbandes



F2.2 Beschreiben Sie den Schwerpunkt Ihrer regionalen Zuständigkeit.

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 59.

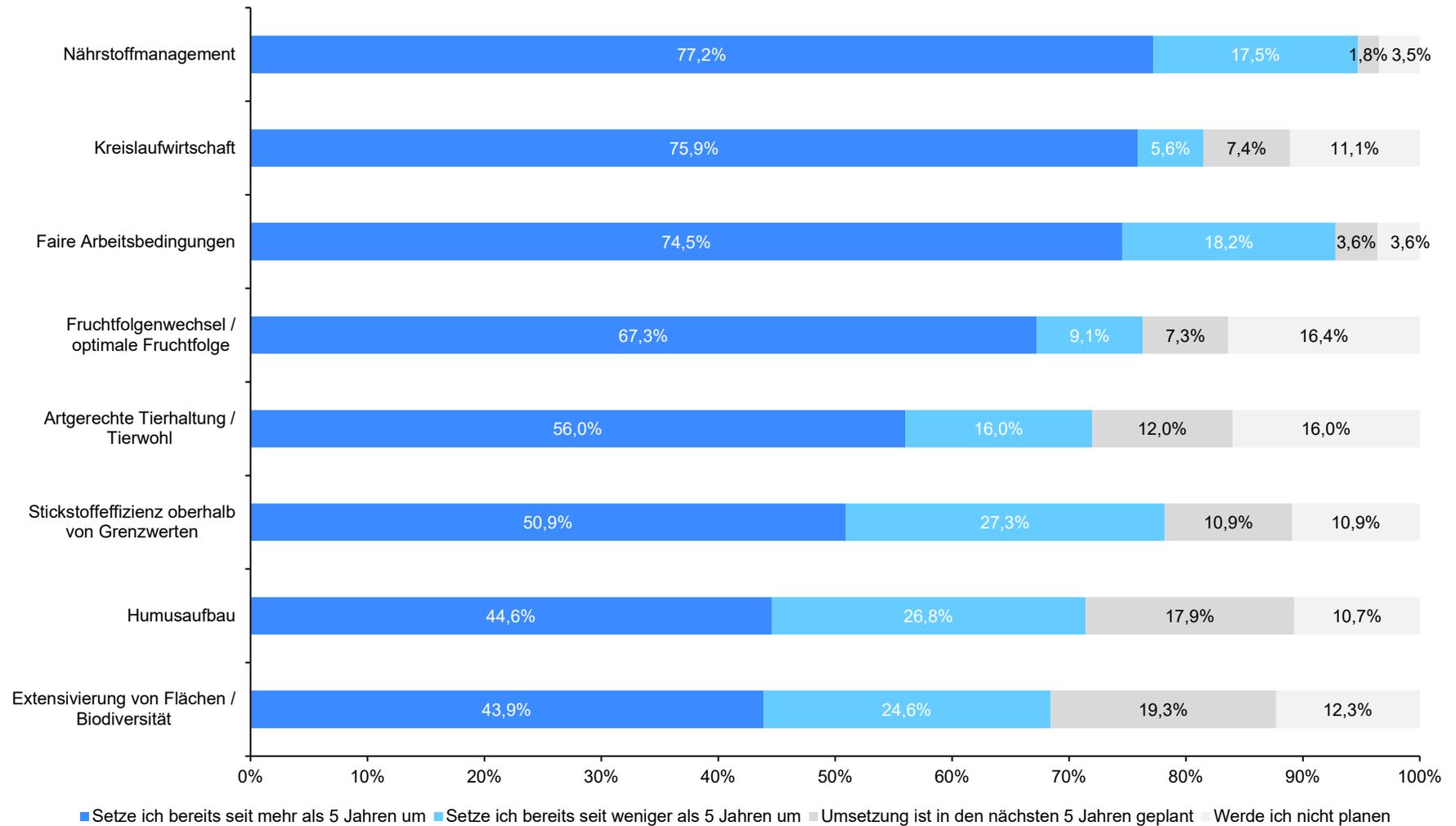
Schwerpunkt der regionalen Zuständigkeit



F3 Bewerten Sie die Umsetzung der folgenden Maßnahmen innerhalb Ihrer Mitgliedsunternehmen durchschnittlich betrachtet.

Bitte wählen Sie für jede Maßnahme, die mehrheitlich von Ihren Mitgliedern umgesetzt wird, eine Antwortmöglichkeit aus. n = 50–57.

Umsetzung der Maßnahmen in den Mitgliedsunternehmen

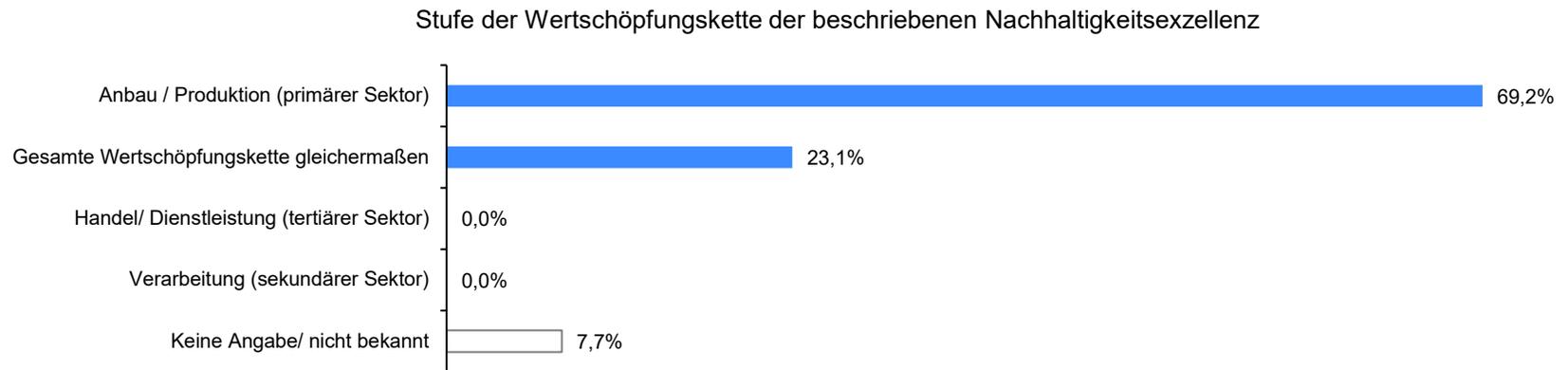


F4 Kennen Sie ein landwirtschaftliches Unternehmen unter Ihren Mitgliedern, das sich durch nachhaltiges Handeln von anderen Unternehmen besonders abhebt? Wenn ja, schreiben Sie uns nun dessen kleine oder große nachhaltige Tätigkeit oder Initiative aus den letzten fünf Jahren. Bitte beschreiben Sie nur eine Aktivität. Beschreiben Sie diese möglichst detailliert, auch was die Besonderheit sein könnte/ist, in ca. 5 bis 6 Sätzen (max. 1200 Zeichen möglich).



F4.1.1 Auf welche Stufe in der Wertschöpfungskette bezieht sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich?

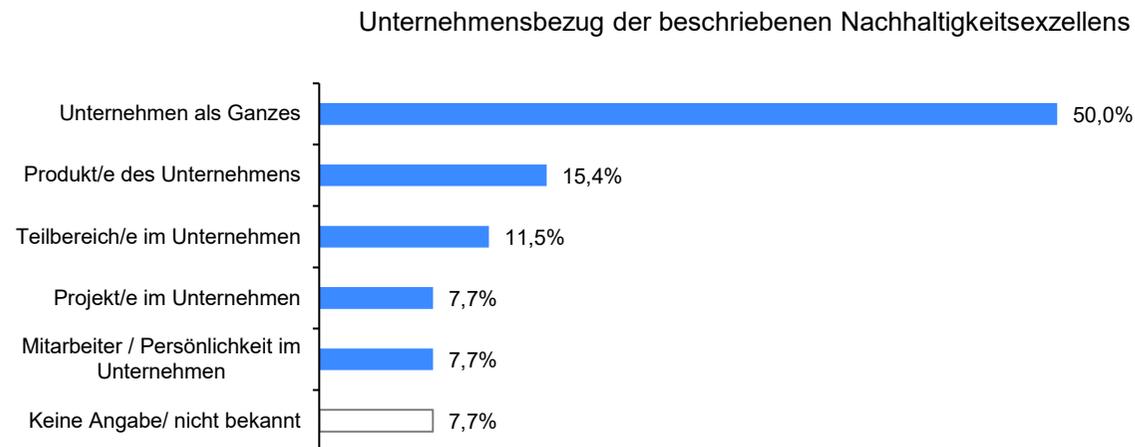
Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus. n = 26.



169

F4.1.1.1 Welchen Bezug im Unternehmen hat die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz vor allem?

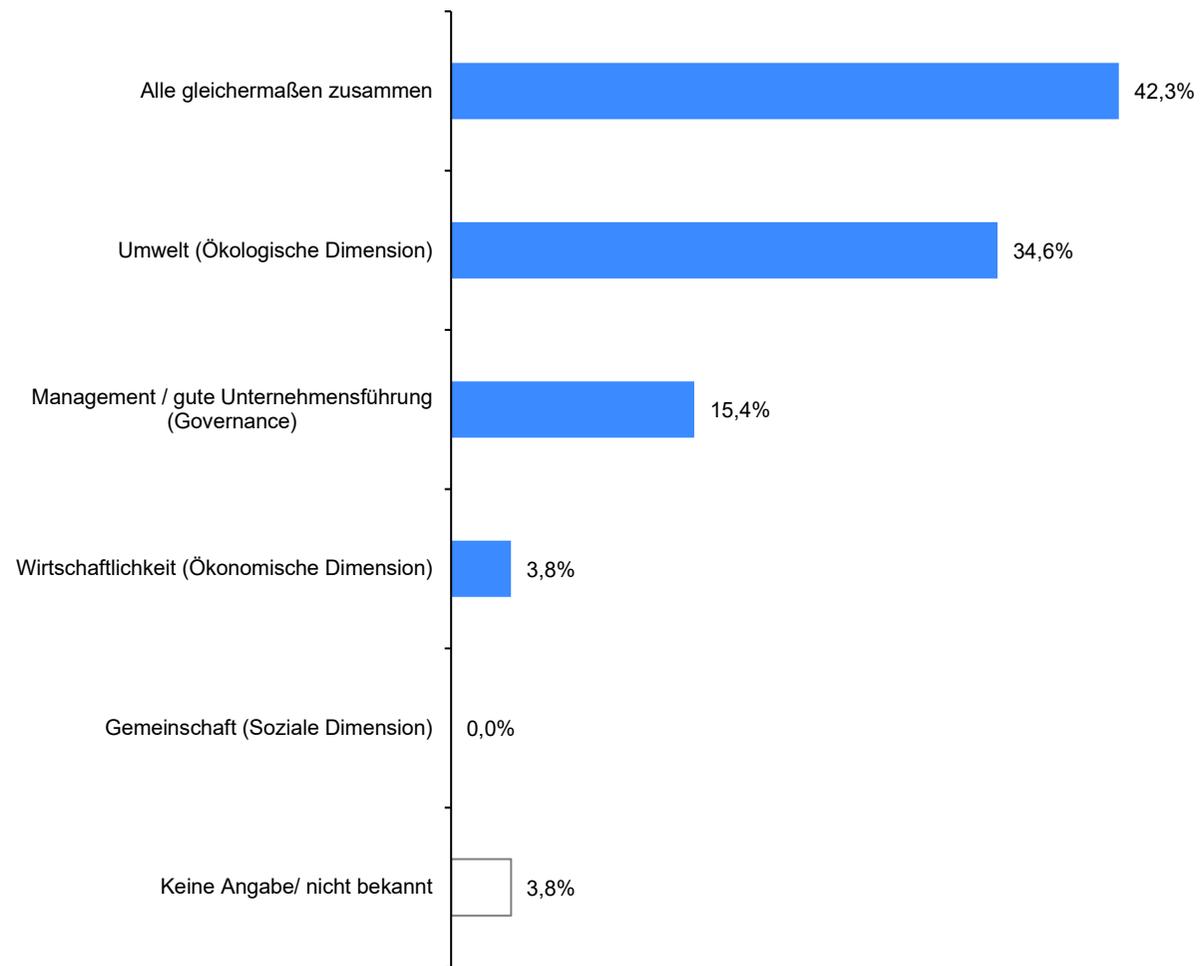
Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus. n = 26.



F4.1.1.2 Welcher Nachhaltigkeitsdimension lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen?

Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus. n = 26.

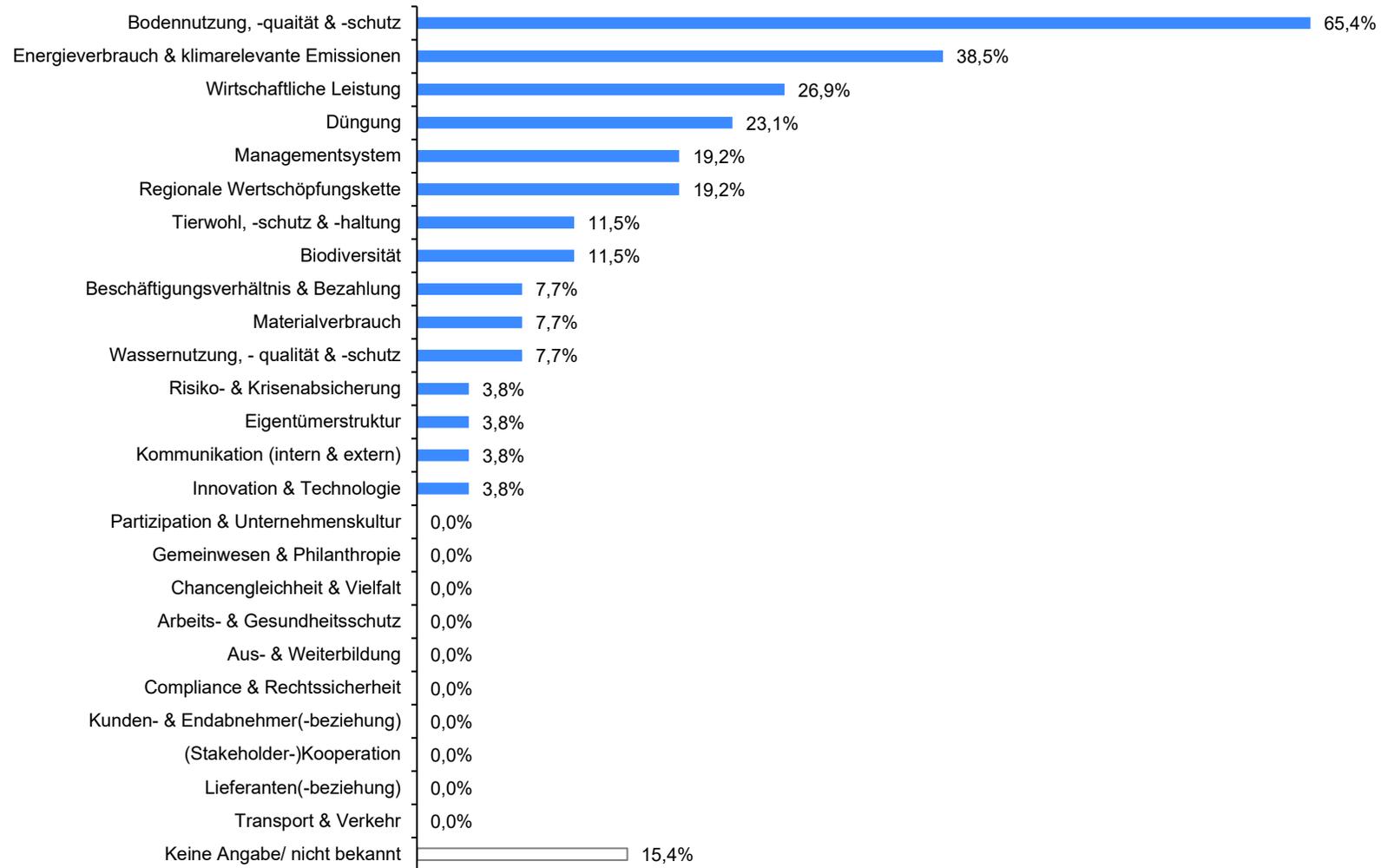
Nachhaltigkeitsdimension der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz



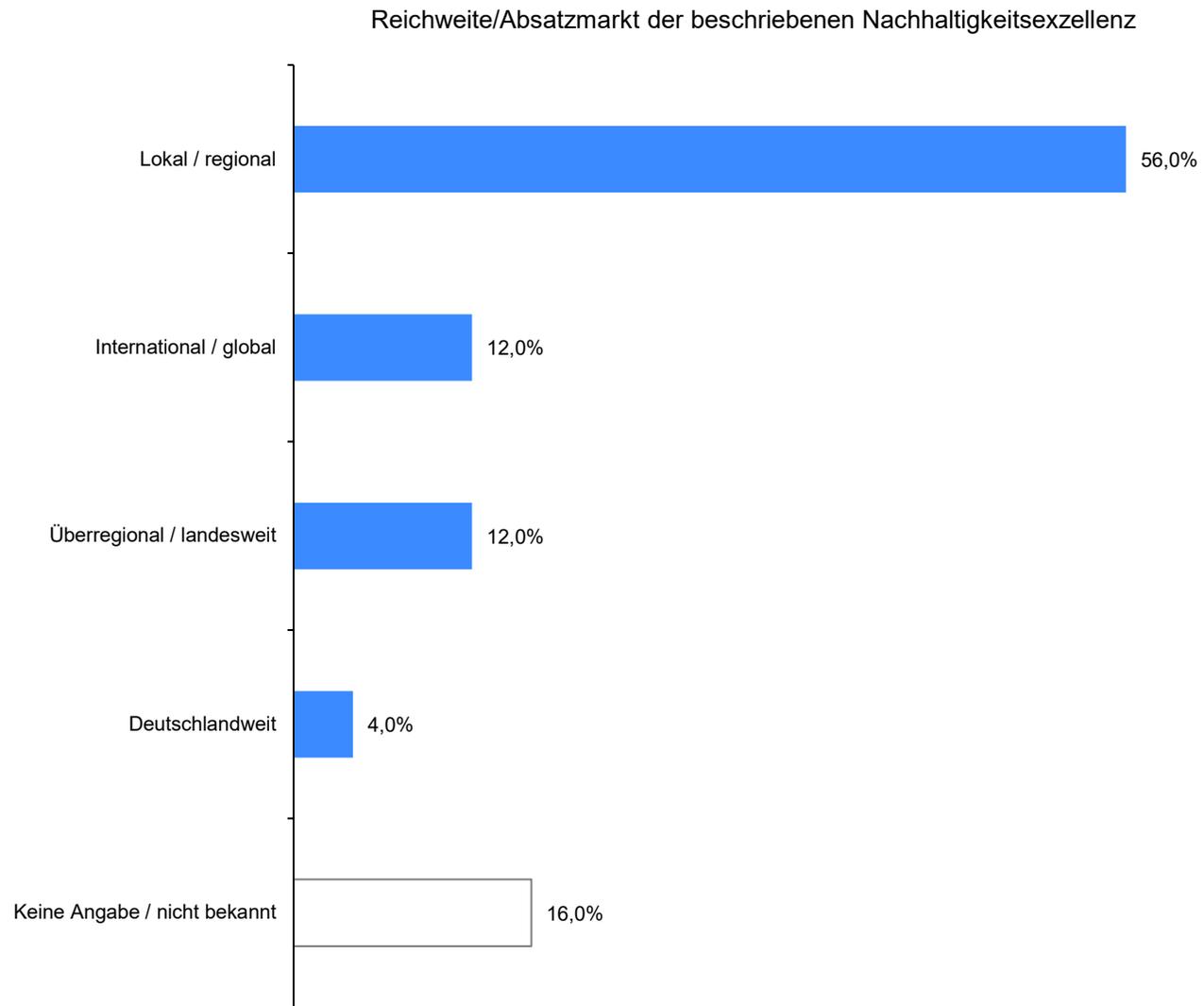
F4.1.1.3 Welchen Nachhaltigkeitselementen lässt sich die beschriebene Nachhaltigkeitsexzellenz am treffendsten zuordnen?

Bitte wählen Sie bis zu 3 Schlüsselbegriffe aus. n = 26 Befragte.

Nachhaltigkeitselemente der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz

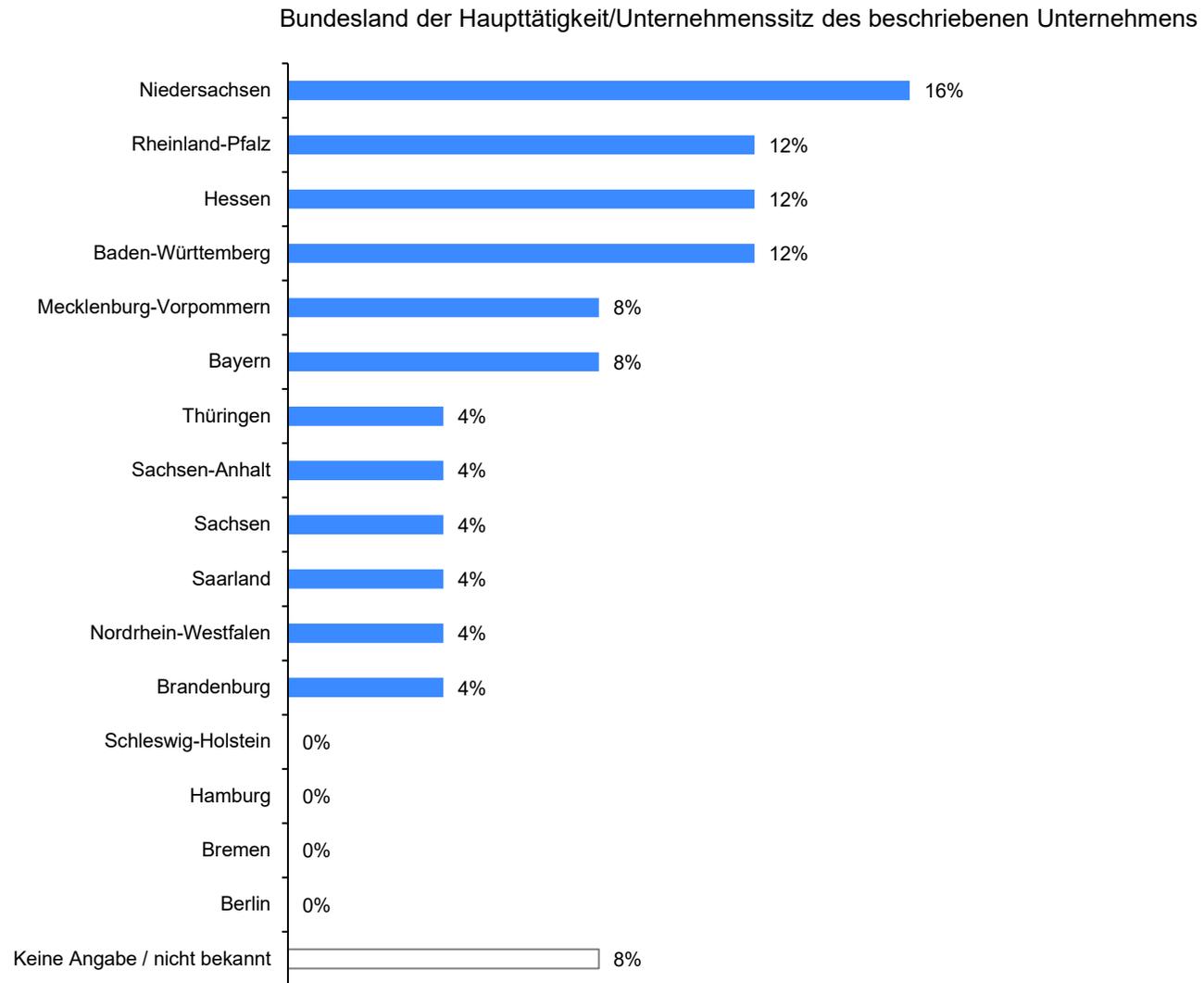


F4.1.1.4 Welche Reichweite bzw. Absatzmarkt wird mit der beschriebenen Nachhaltigkeitsexzellenz hauptsächlich adressiert?
Bitte wählen Sie einen Schlüsselbegriff aus. n = 25.



F4.1.1.5 In welchem Bundesland liegt die Haupttätigkeit/ der Unternehmenssitz des beschriebenen Unternehmens?

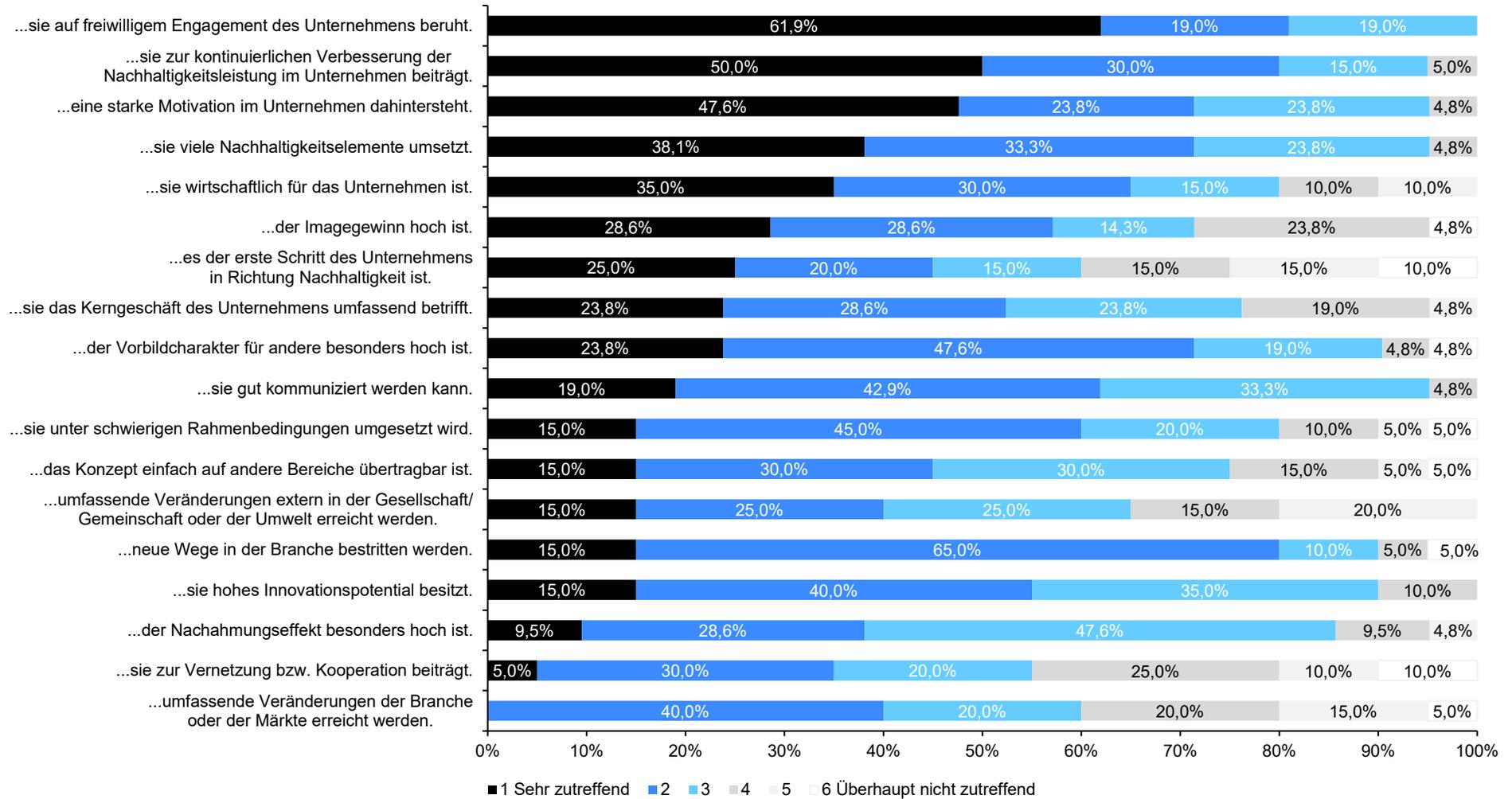
Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 25.



F4.1.1.6 Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da...

Bewerten Sie die folgenden Statements anhand einer Skala von 1 = "sehr zutreffend" bis 6 = "überhaupt nicht zutreffend". n = 20–21.

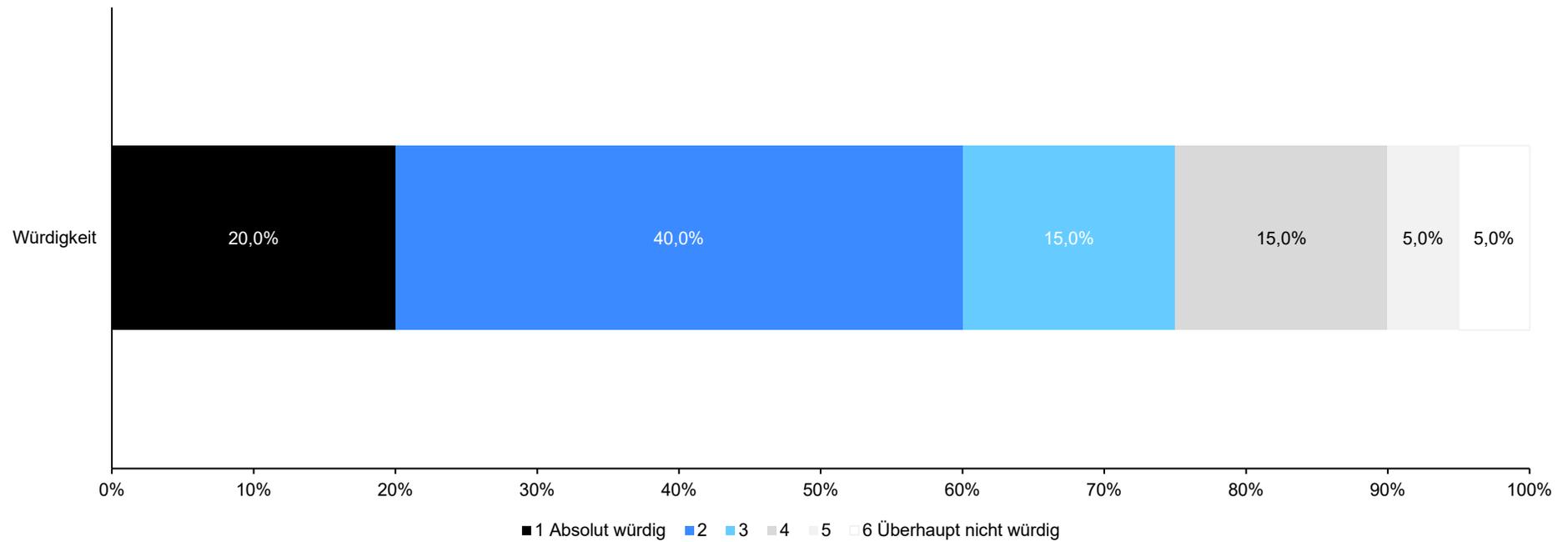
Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da...



F4.1.1.6.1 Inwieweit fühlen Sie Ihre beschriebene Aktivität derzeit würdig, mit einem Nachhaltigkeitsaward ausgezeichnet zu werden?
Benutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = "absolut würdig" bis 6 = "überhaupt nicht würdig". n = 20.

Auszeichnungswürdigkeit der beschriebenen Aktivität mit einem Nachhaltigkeitsaward

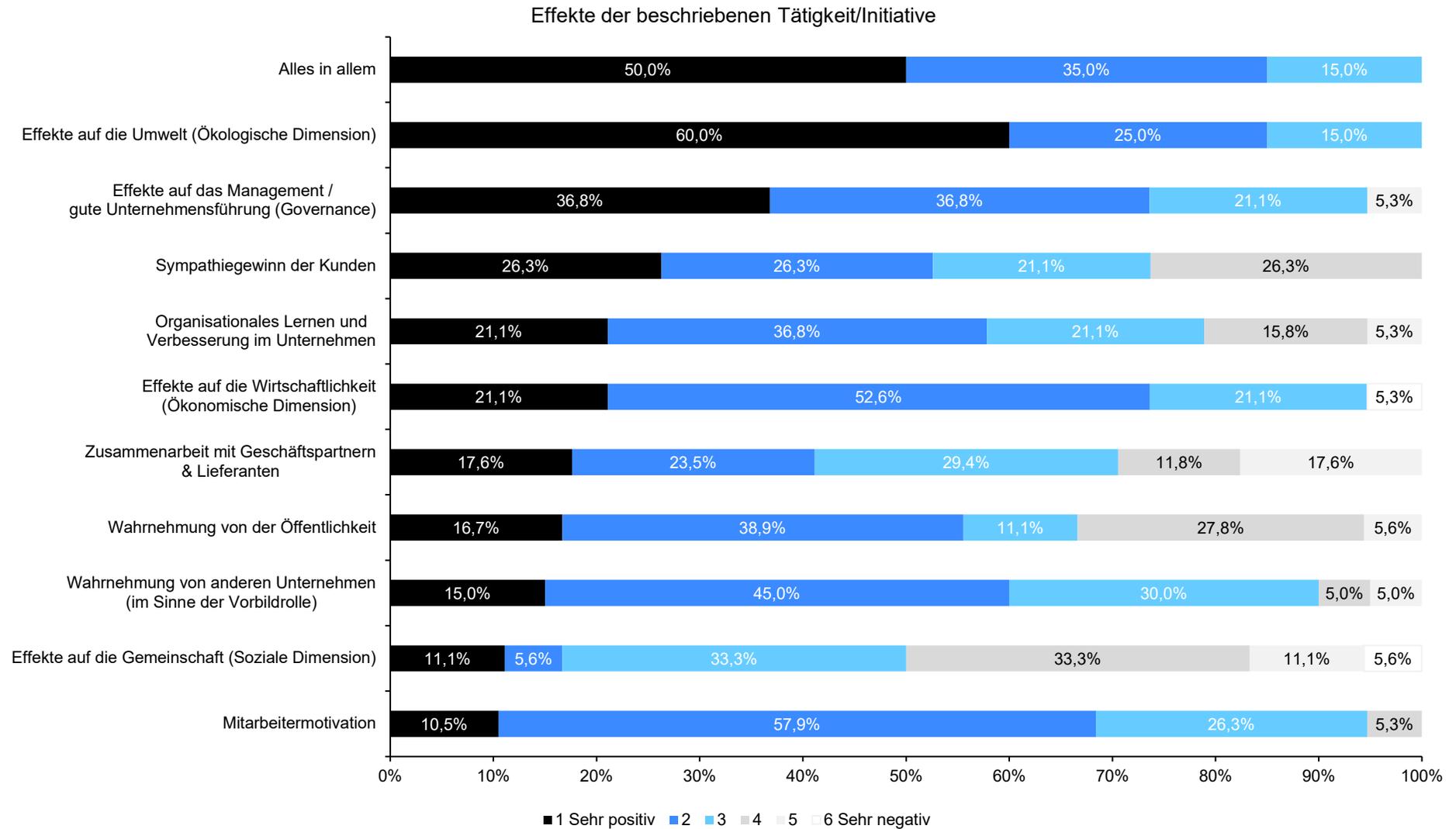
175



F4.1.1.6.2 Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein?

Bewerten Sie anhand einer Skala von 1 = "sehr positiv" bis 6 = "sehr negativ". n = 17–20.

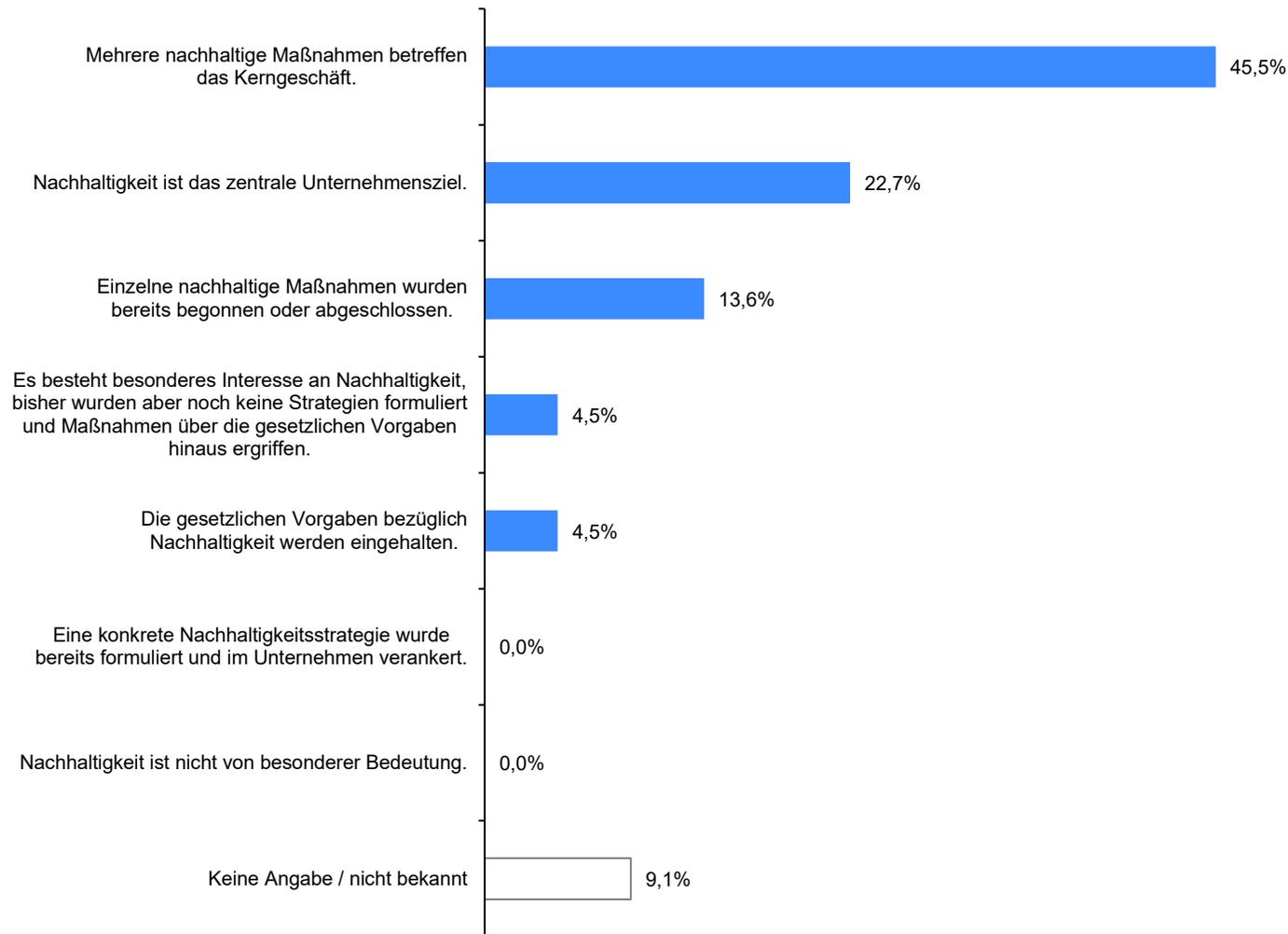
176



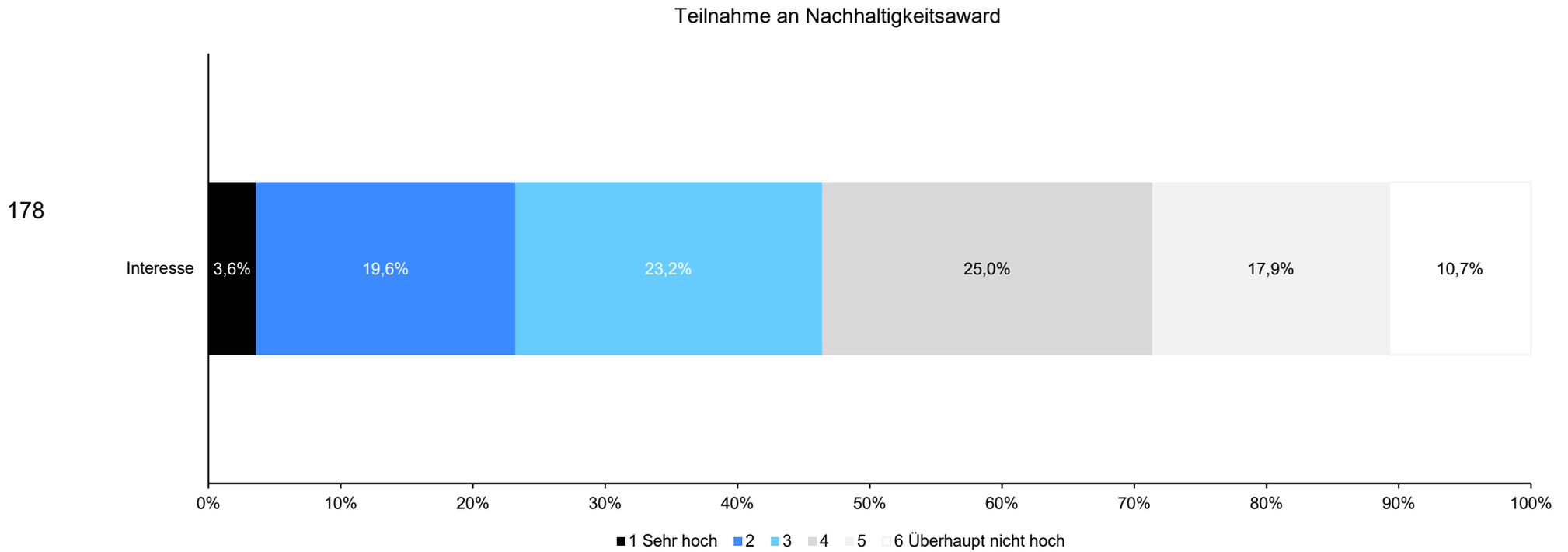
F4.1.1.6.3 Ordnen Sie bitte ein, an welchem Entwicklungspunkt sich das von Ihnen beschriebene Unternehmen aktuell befindet.

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 22.

Aktueller Entwicklungspunkt des beschriebenen Unternehmens



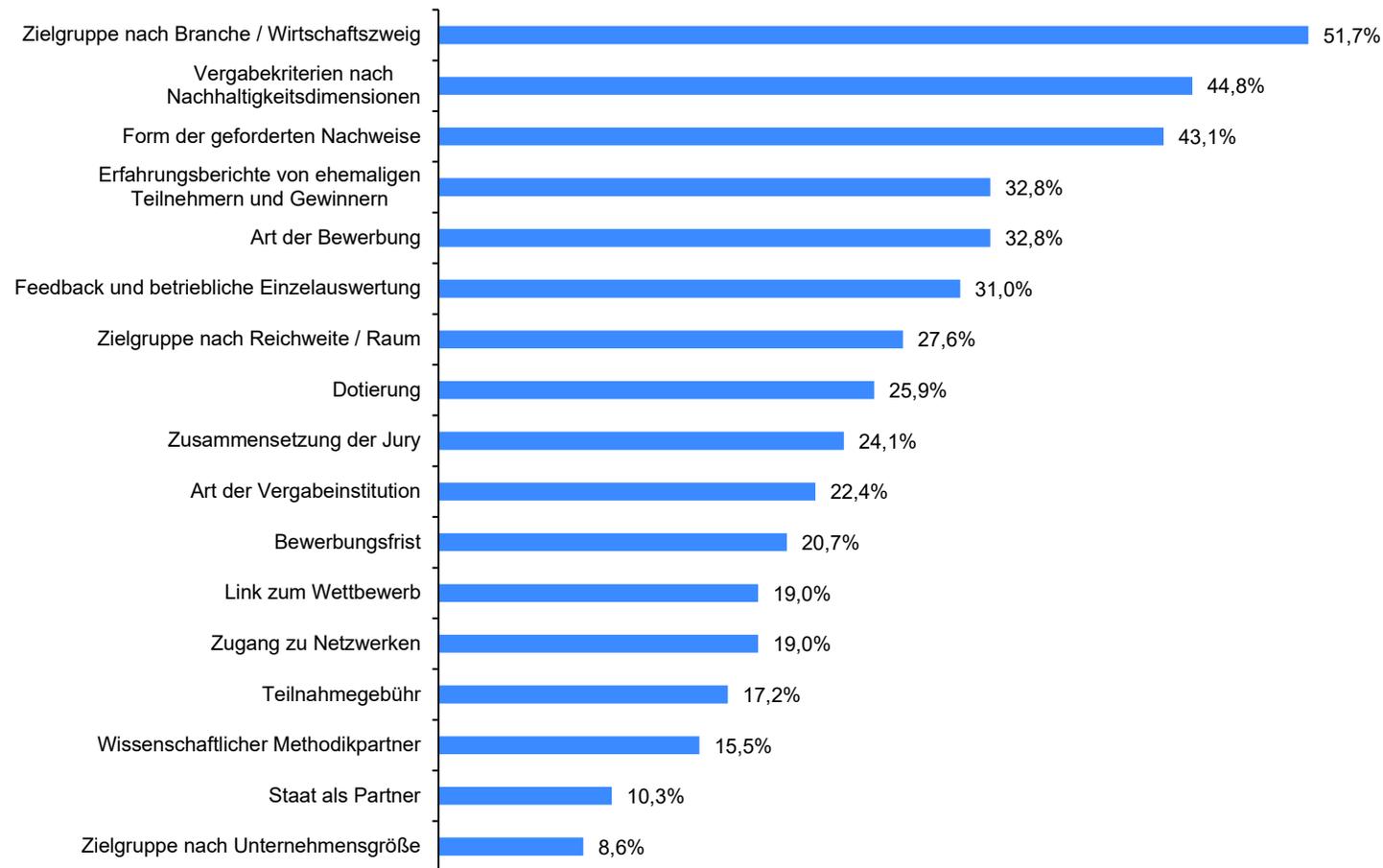
F5 Wie hoch schätzen Sie das grundlegende Interesse in Ihren Mitgliedsunternehmen an einem Nachhaltigkeitsaward teilzunehmen?
Bitte verwenden Sie die vorgegebene Skala von 1 = "sehr hoch" bis 6 = "überhaupt nicht hoch". n = 56.



F5.1 Stellen Sie sich vor, es gäbe eine Internetplattform ("Award-Finder") mit einer Suchmaske, die landwirtschaftlichen Unternehmen hilft den passenden Nachhaltigkeitsaward für deren nachhaltiges Handeln zu finden. Welche der folgenden Angaben empfinden Sie als Information oder Filtereinstellung sehr wichtig, um einen passenden Award / Prämierung zu finden?

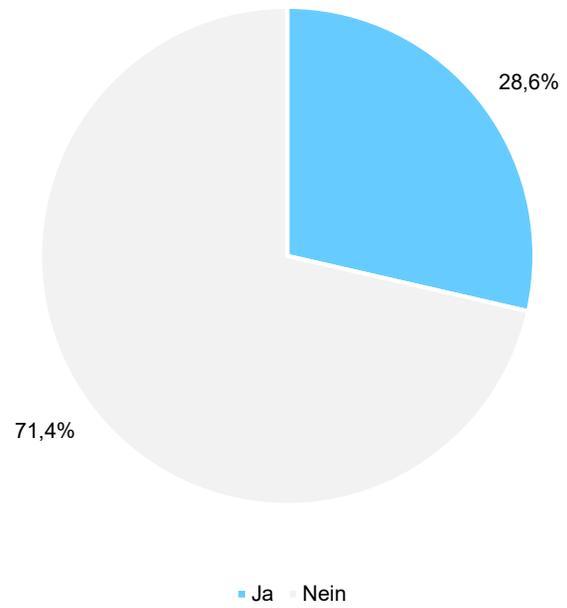
Bitte wählen Sie die für Sie bis zu 5 wichtigsten Angaben aus. n = 58 Befragte.

Wichtige Informationen/Filtereinstellung für die Awardsuche



F5.2 Denken Sie, dass Ihre Mitgliedsunternehmen Interesse an einem solchen Award-Finder haben?
Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 56.

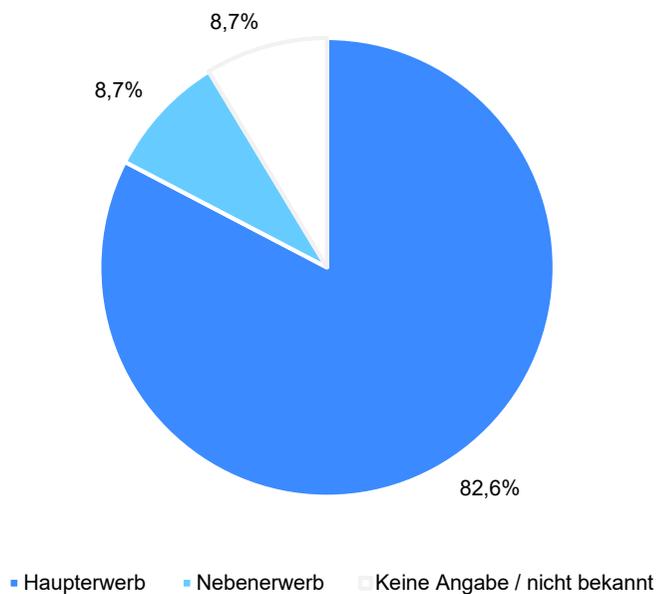
Interesse an Award-Finder



F6 Welcher Betriebsform gehört das beschriebene landwirtschaftliche Unternehmen an?

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 23.

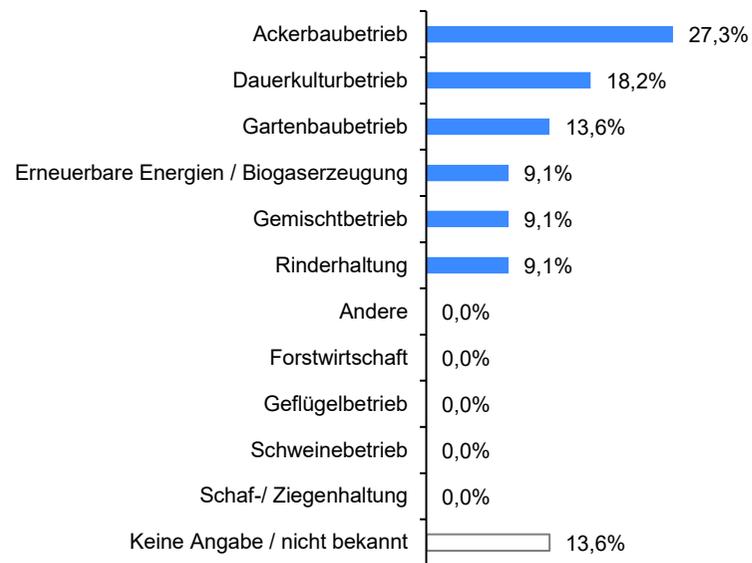
Betriebsform des beschriebenen Unternehmens



F6.1 Welche betriebswirtschaftliche Ausrichtung hat das von Ihnen ausgewählte Unternehmen hauptsächlich?

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus, die diese am treffendsten beschreibt. n = 22.

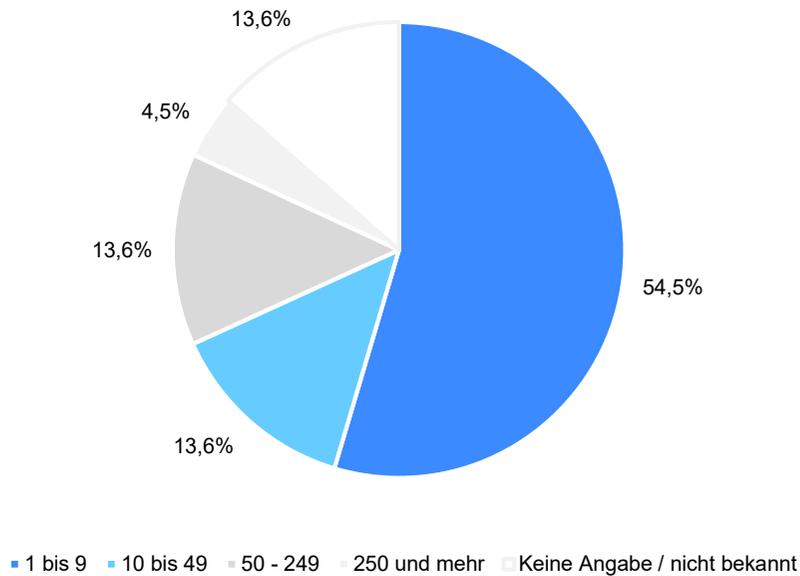
Betriebswirtschaftliche Ausrichtung des ausgewählten Unternehmens



F6.2 Wie viele Personen sind in dem von Ihnen beschriebenen Unternehmen beschäftigt?

Bitte geben Sie die Anzahl der vollbeschäftigten Personen im Betrieb an und wählen Sie dafür eine Antwortmöglichkeit. n = 22.

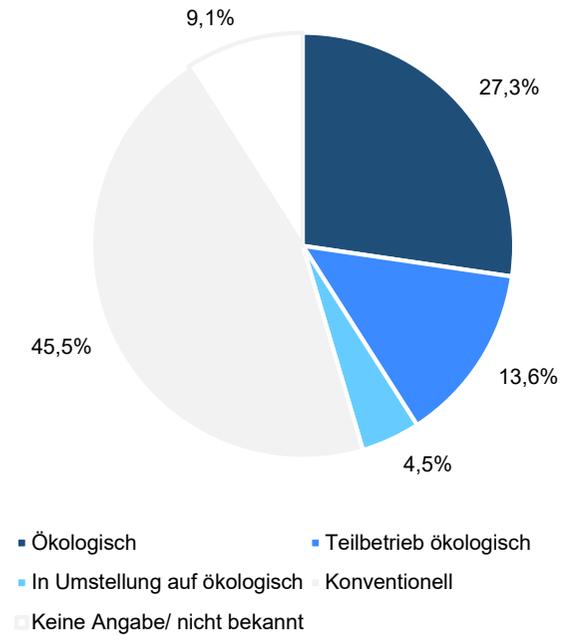
Anzahl der Beschäftigten im beschriebenen Unternehmen



F6.3 Auf welche Art wirtschaftet das von Ihnen beschriebene landwirtschaftliche Unternehmen?

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 22.

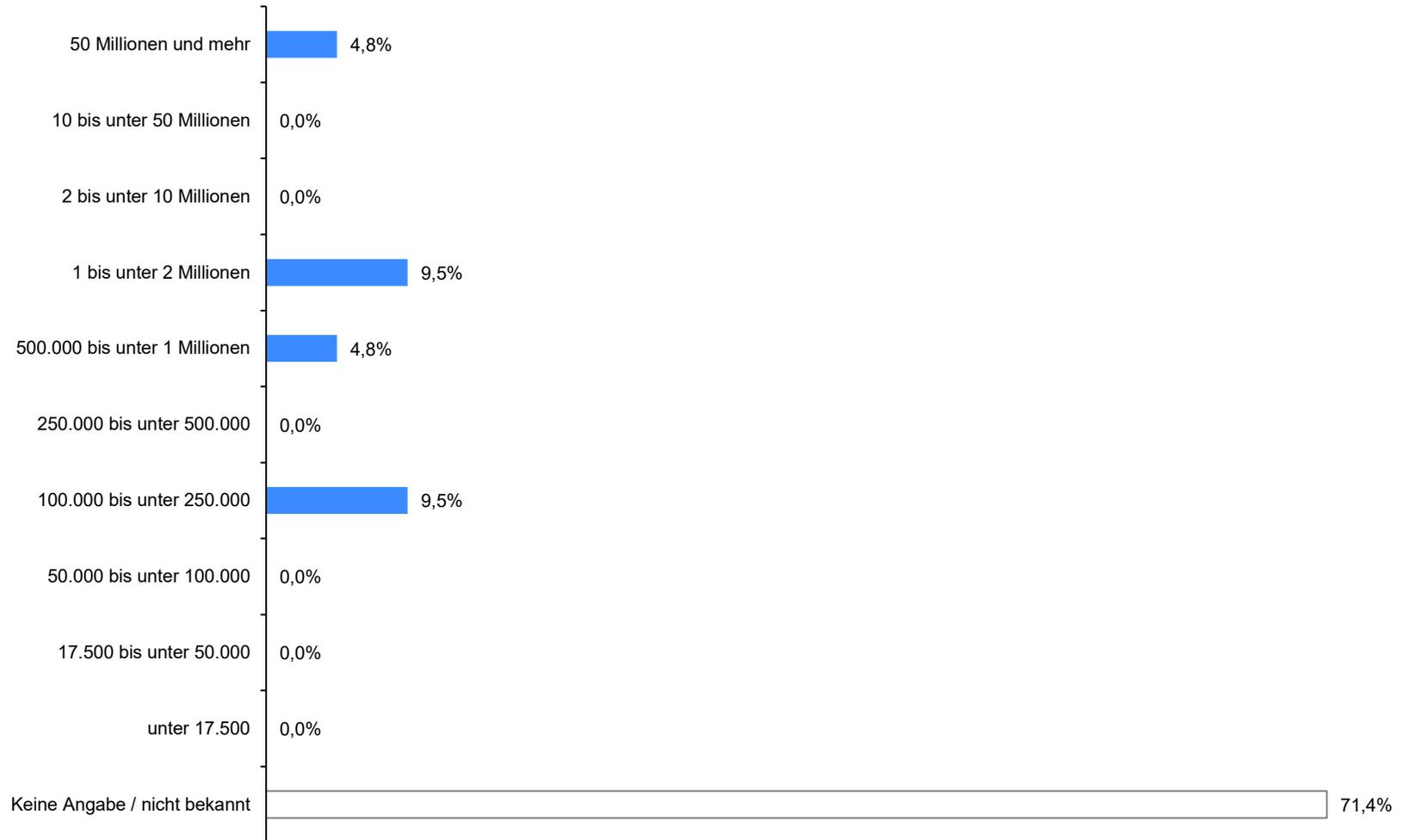
Art der Unternehmensbewirtschaftung im beschriebenen Unternehmen



F6.5 Welchen Jahresumsatz (in Euro) hat das von Ihnen beschriebene Unternehmen im vergangenen Jahr erwirtschaftet? (Hinweis: ohne Umsatzsteuer)

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 21.

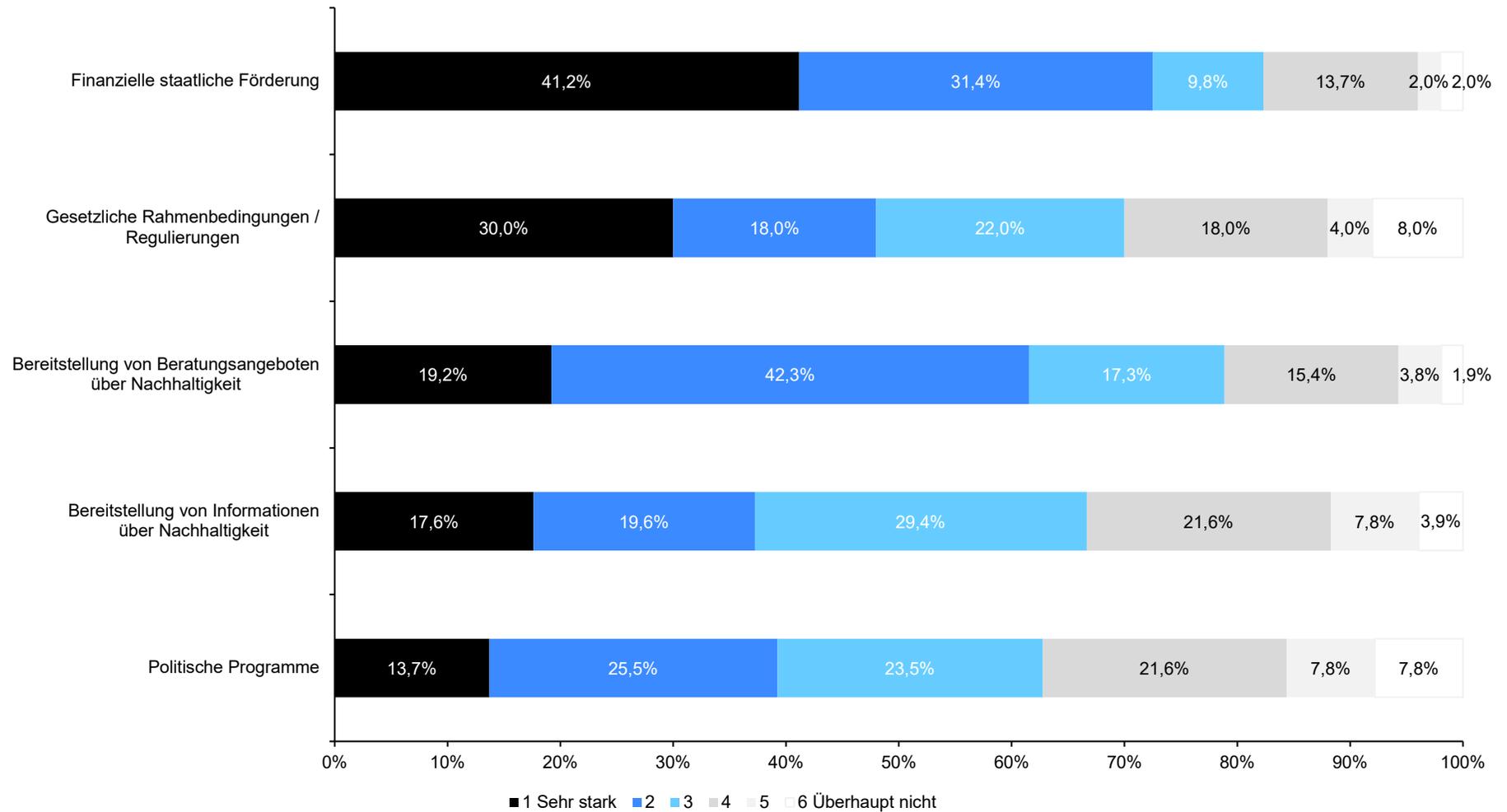
Jahresumsatz des beschriebenen Unternehmens im vergangenen Jahr



F8 Bitte geben Sie aus Verbandssicht an, wie sehr die folgenden politischen Instrumente die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen in Ihren landwirtschaftlichen Unternehmen unterstützen.

Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht“. n = 50–52.

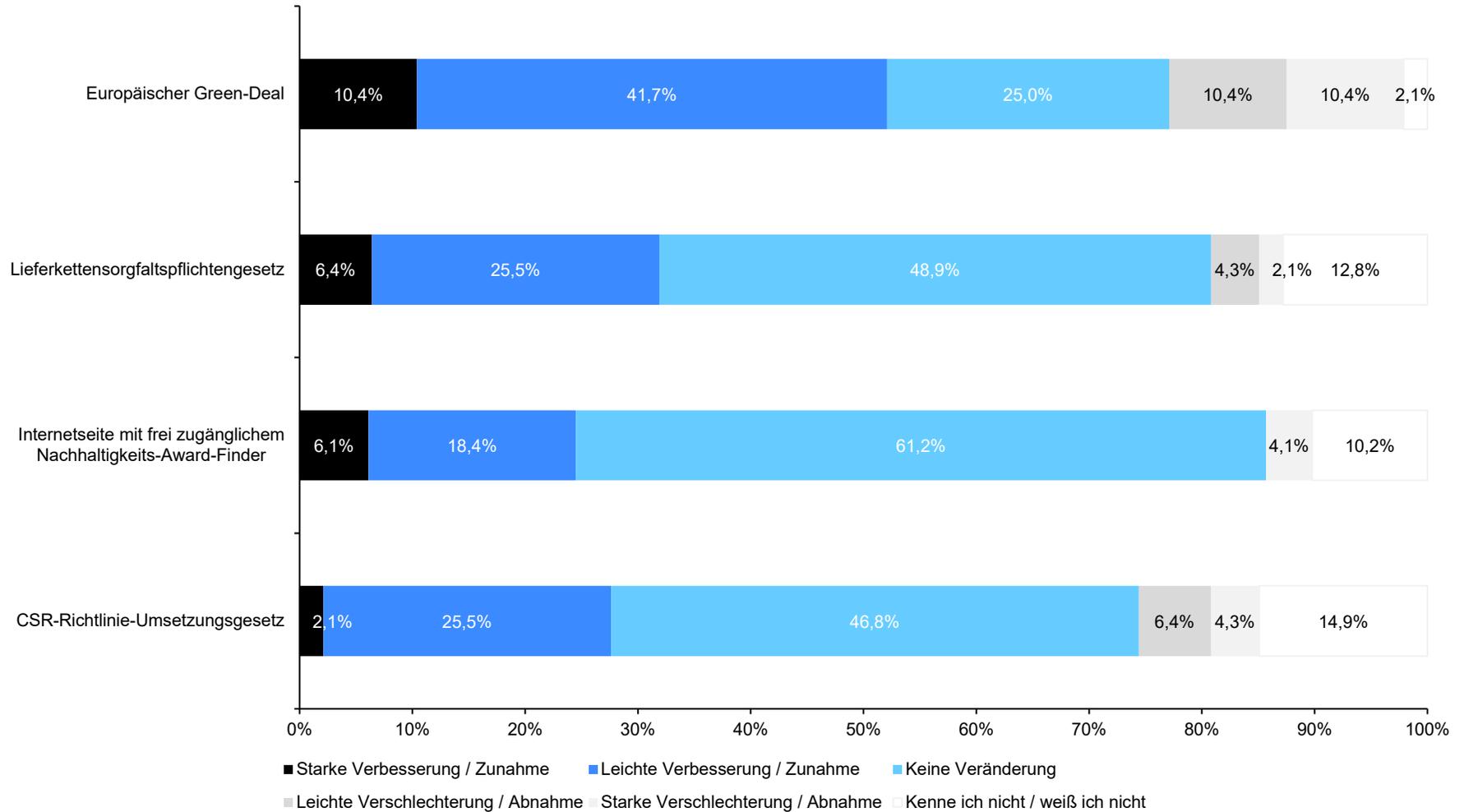
Unterstützung nachhaltiger Tätigkeiten/Initiativen durch politische Instrumente



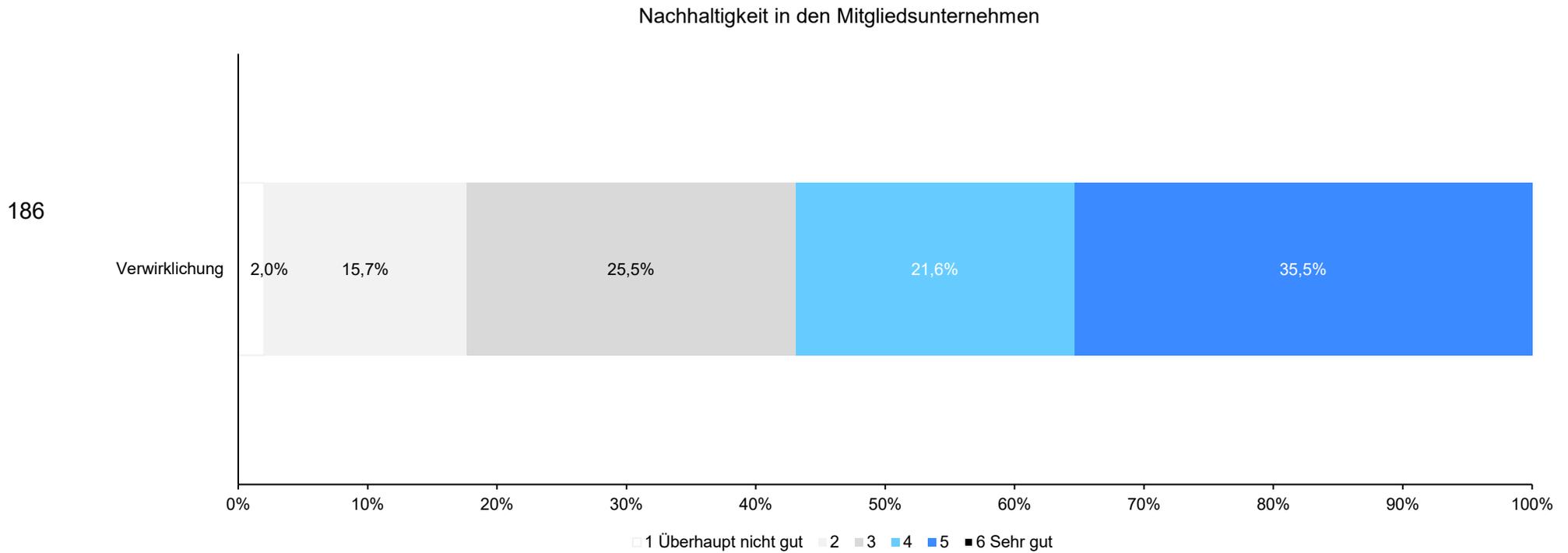
F9 Welche Veränderungen in den nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen Ihrer Mitgliedsunternehmen insgesamt erwarten Sie in Zukunft aufgrund folgender (zukünftiger) Ansätze?

Bitte wählen Sie eine Antwortmöglichkeit aus. n = 47–49.

Zukünftige Veränderungen nachhaltiger Tätigkeiten/Initiativen in den Mitgliedsunternehmen



F10 Was meinen Sie, wie gut wird Nachhaltigkeit in Ihren Mitgliedsunternehmen derzeit insgesamt verwirklicht?
Zutreffendes bitte ankreuzen. Benutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = "überhaupt nicht gut" bis 6 = "sehr gut". n = 51.

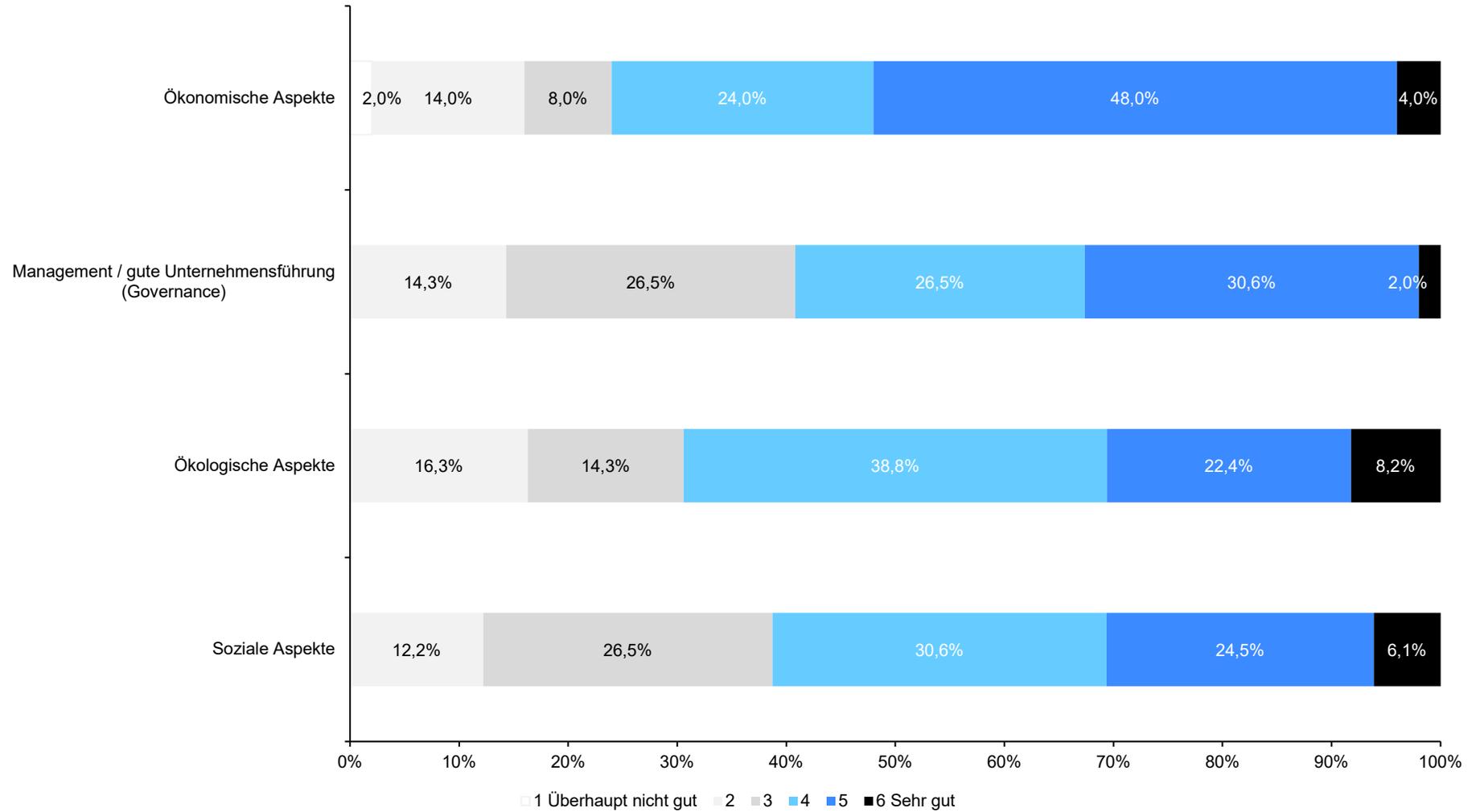


F11 Wie gut werden folgende Nachhaltigkeitsaspekte in Ihren Mitgliedsunternehmen verwirklicht?

Zutreffendes bitte ankreuzen. Benutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = "überhaupt nicht gut" bis 6 = "sehr gut". n = 49–50.

Verwirklichung der Nachhaltigkeitsaspekte in den Mitgliedsunternehmen

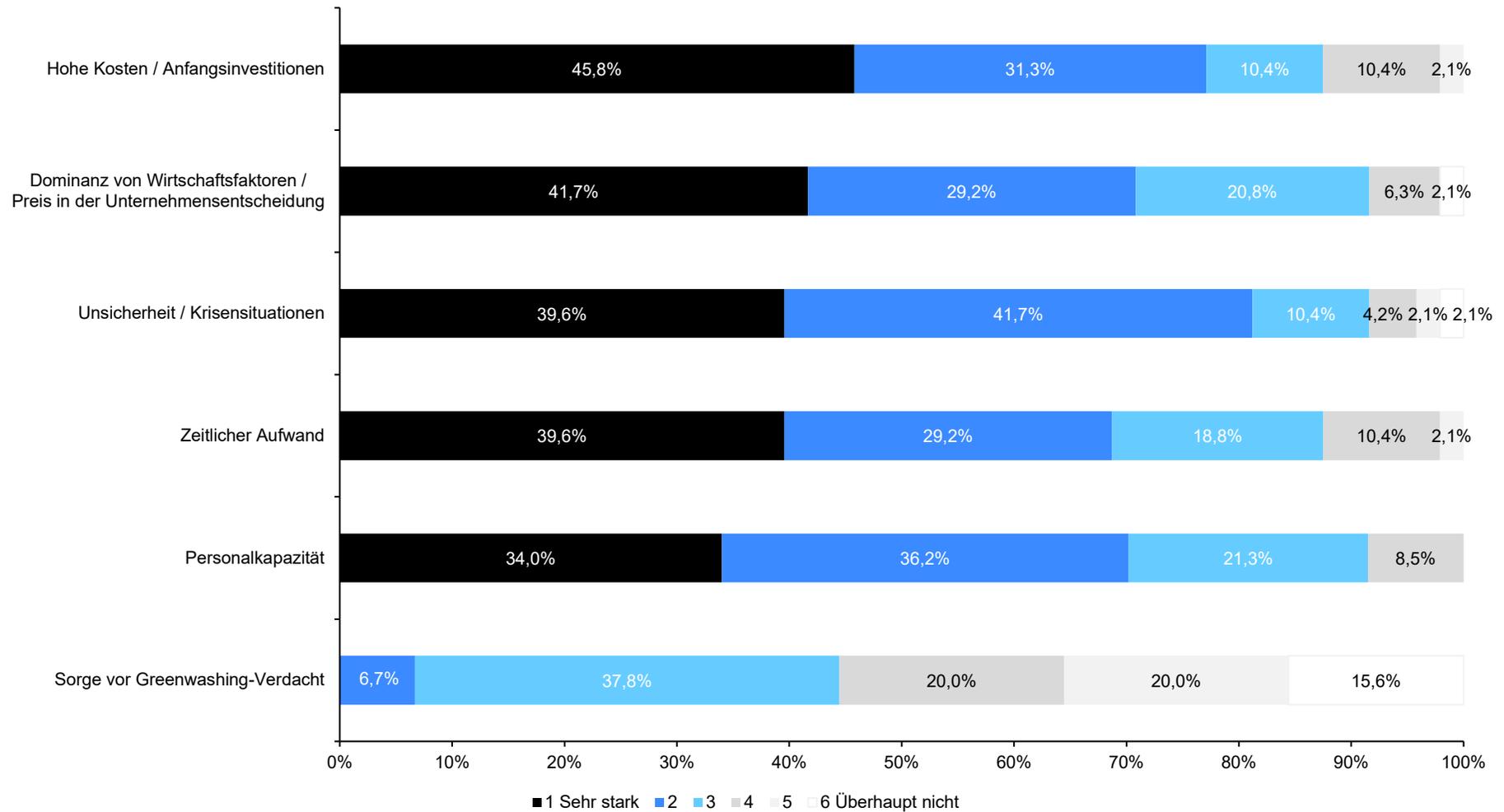
187



F12 Bitte geben Sie für die landwirtschaftlichen Unternehmen Ihres Verbandes an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen in landwirtschaftlichen Unternehmen erschweren.

Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht“. n = 45–48.

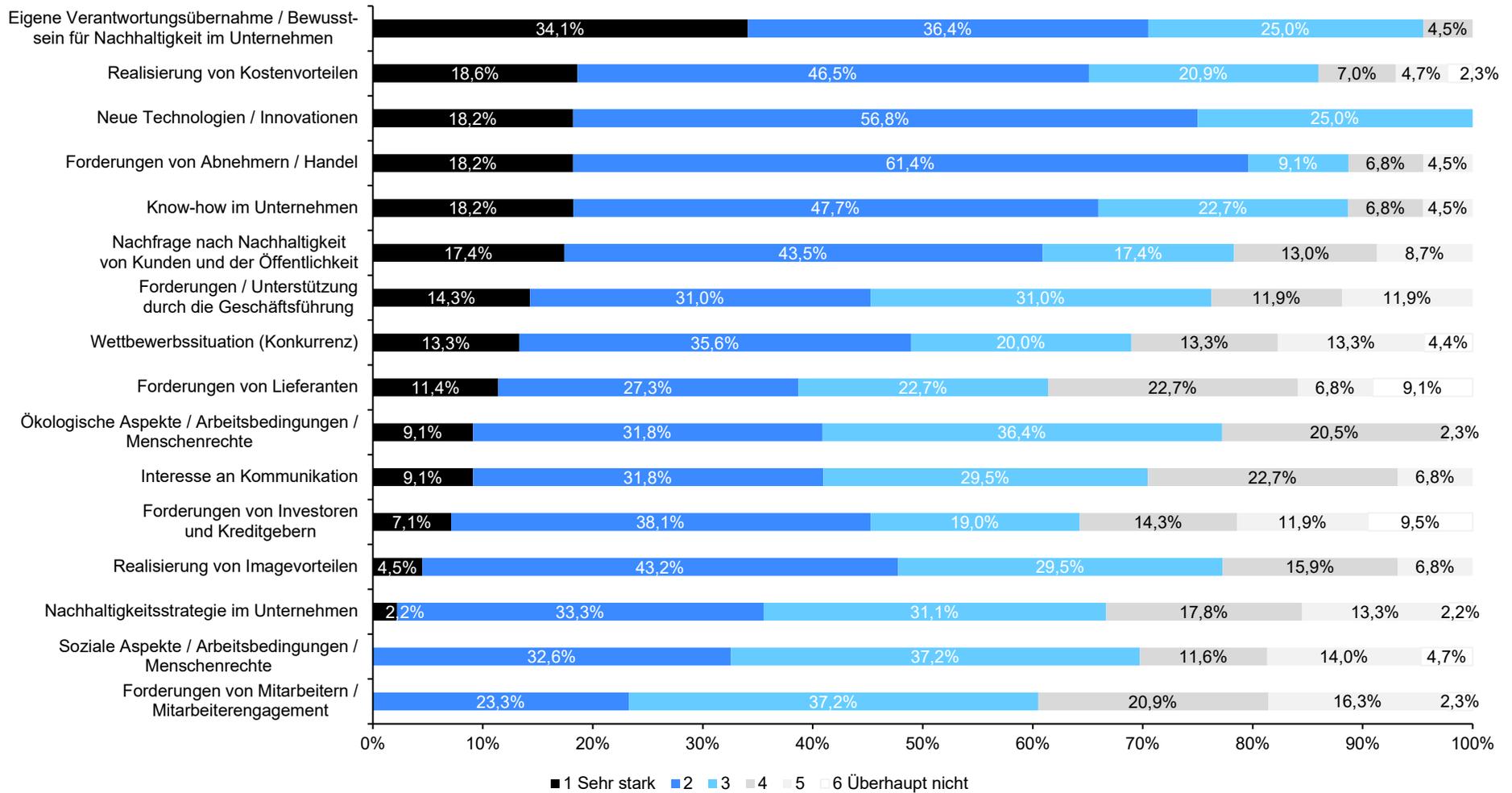
Erschwerung der Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten/Initiativen



F13 Bitte geben Sie für die landwirtschaftlichen Unternehmen Ihres Verbandes an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen unterstützen.

Bewerten Sie folgende Aspekte anhand einer Skala von 1 = "sehr stark" bis 6 = "überhaupt nicht". n = 42–46.

Unterstützung der Umsetzung nachhaltiger Tätigkeiten/Initiativen

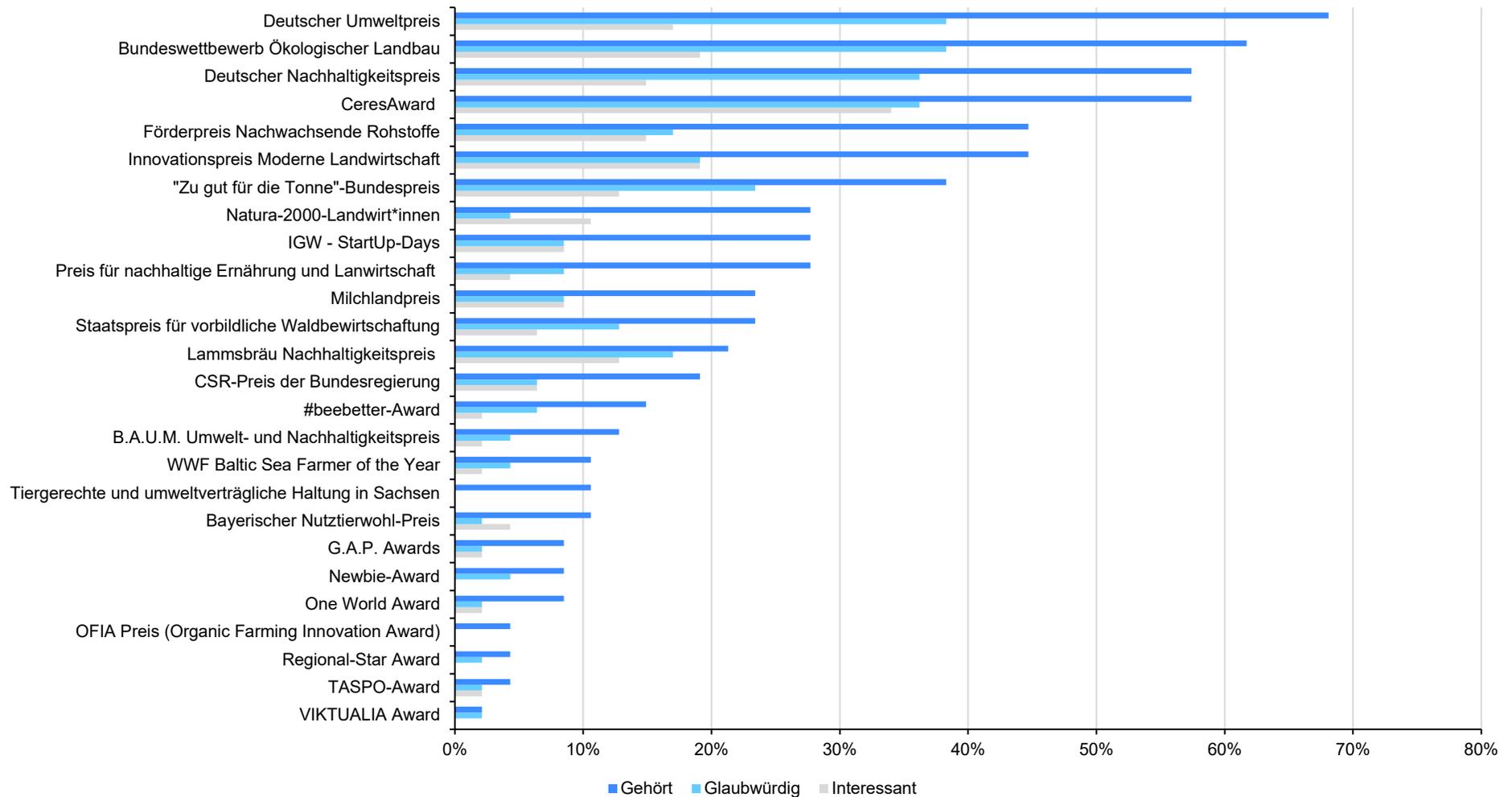


F14 Zum Ende des Fragebogens sehen Sie eine Liste mit 26 landwirtschaftlichen Nachhaltigkeitsawards. Diese richten sich aktuell an Landwirte und Landwirtinnen!

Bitte klicken Sie nacheinander für jeden dieser Awards an (Mehrfachauswahl möglich): a) Nein, kenne ich überhaupt nicht. b) Ja, schon einmal gehört.

Bitte beurteilen Sie außerdem c) und d), sofern Sie von dem Award gehört haben (b). c) Ist glaubwürdig. d) Ist interessant für unsere Mitglieder. n = 47 Befragte.

Bekanntheit, Glaubwürdigkeit und Interesse an bestimmten Awards



Anhang B3 – Mittelwertvergleiche

Häufigkeiten der Umsetzung einer artgerechten Tierhaltung / Tierwohl

Artgerechte Tierhaltung / Tierwohl	Landwirtschaft (Auswahl: Betriebe mit Tierhaltung)	
	N	%
Setze ich bereits seit mehr als 5 Jahren um	69	73,4
Setze ich bereits seit weniger als 5 Jahren um	14	14,9
Umsetzung ist in den nächsten 5 Jahren geplant	11	11,7
Werde ich nicht planen.	0	0,0
Gesamt	94	100,0

Legende: Fragewortlaut: „Bewerten Sie die Umsetzung der folgenden Maßnahmen in Ihrem Unternehmen. Bitte wählen Sie für jede Maßnahme eine Antwortmöglichkeit aus.“, n=94 (nur Betriebe mit Tierhaltung).

Quelle: Eigene Darstellung, Landwirt*innen-Befragung 2022.

191

Häufigkeiten und Signifikanzen der Verwirklichung von Nachhaltigkeit auf den Betrieben (Online Befragung Landwirt*innen und Verbände)

	Landwirtschaft gesamt	Darunter		Verband	Signifikanzen	
	LW	Ö	K	V	Ö-K	LW-V
NH	3,48 (1,422)	3,67 (1,589)	3,29 (1,235)	3,73 (1,168)	0,083	0,186

Legende: Mittelwerte; * - Signifikante Unterschiede der Gruppenmittelwerte auf 5% Niveau nach Mann-Whitney U Test (fett gedruckte Mittelwerte kennzeichnen signifikante Unterschiede).

Fragewortlaut LW: „Was meinen Sie, wie gut wird Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen derzeit insgesamt verwirklicht? Zutreffendes bitte ankreuzen. Benutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = „überhaupt nicht gut“ bis 6 = „sehr gut“.“
 Fragewortlaut V: „Was meinen Sie, wie gut wird Nachhaltigkeit in Ihren Mitgliedsunternehmen derzeit insgesamt verwirklicht? Zutreffendes bitte ankreuzen. Benutzen Sie hierfür die vorgegebene Skala von 1 = „überhaupt nicht gut“ bis 6 = „sehr gut“.“

Quelle: Eigene Erhebung (Landwirtschafts- und Verbandsbefragung, 2023). LW: n =254, Ö: n=114, K: n=112, V: n=51.

Häufigkeiten und Signifikanzen der Wirkung von Nachhaltigkeitsexzellenz (Online Befragung Landwirt*innen und Verbände)

Wirkung	Landwirtschaft gesamt	Darunter		Verband	Signifikanzen	
	LW	Ö	K	V	Ö-K	LW-V
Alles in allem	1,96 (0,877)	1,77 (0,809)	2,21 (0,971)	1,65 (0,745)	0,001	0,122
Effekte auf die Wirtschaftlichkeit (Ökonomische Dimension)	2,71 (1,283)	2,69 (1,284)	2,63 (1,198)	2,21 (1,134)	0,804	0,06
Effekte auf die Umwelt (Ökologische Dimension)	1,56 (0,724)	1,37 (0,564)	1,73 (0,812)	1,55 (0,759)	<0,001	0,859
Effekte auf die Gemeinschaft (Soziale Dimension)	2,75 (1,128)	2,61 (1,200)	2,88 (1,072)	3,44 (1,294)	0,093	0,011
Wahrnehmung von anderen Unternehmen (im Sinne der Vorbildrolle)	2,81 (1,166)	2,61 (1,080)	3,01 (1,209)	2,40 (0,995)	0,034	0,115
Wahrnehmung von der Öffentlichkeit	2,31 (1,240)	2,14 (1,175)	2,50 (1,212)	2,67 (1,237)	0,036	0,205
Sympathiegewinn der Kunden	2,18 (1,048)	1,97 (0,947)	2,46 (1,119)	2,47 (1,172)	0,004	0,266
Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern & Lieferanten	2,73 (1,229)	2,38 (1,074)	3,01 (1,214)	2,88 (1,364)	<0,001	0,62
Mitarbeitermotivation	2,58 (1,132)	2,40 (1,120)	2,77 (1,161)	2,26 (0,733)	0,026	0,251
Organisationales Lernen und Verbesserung im Unternehmen	2,6 (1,060)	2,52 (1,004)	2,68 (1,099)	2,47 (1,172)	0,328	0,581
Effekte auf das Management / gute Unternehmensführung (Governance)	2,62 (1,148)	2,50 (1,134)	2,74 (1,133)	2,00 (1,054)	0,174	0,014

Legende: Mittelwerte; * - Signifikante Unterschiede der Gruppenmittelwerte auf 5% Niveau nach Mann-Whitney U Test (fett gedruckte Mittelwerte kennzeichnen signifikante Unterschiede).

Fragewortlaut: „Wie schätzen Sie den Effekt der beschriebenen Tätigkeit bzw. Initiative in folgenden Bereichen ein? Bewerten Sie anhand einer Skala von 1 = "sehr positiv" bis 6 = "sehr negativ".“.

Quelle: Eigene Erhebung (Landwirtschafts- und Verbandsbefragung, 2023). LW: n=185-211, Ö: n=91-99, K: n=68-84, V: n=17-20.

Häufigkeiten und Signifikanzen der Treiber und Hemmer von Nachhaltigkeit (Online Befragung Landwirt*innen und Verbände)

Einflussfaktoren	Landwirtschaft gesamt	Darunter		Verband (V) (n=42-48)	Signifikanzen		
	LW	Ö (n=91-106)	K (n=87-104)		Ö-K	V-K	V-Ö
Treibende Faktoren							
Eigene Verantwortungsübernahme für Nachhaltigkeit im Unternehmen	1,88 (1,036)	1,61 (0,838)	2,17 (1,160)	2,00 (0,889)	<0,001	0,696	0,008
Ökologische Aspekte / Klimaentwicklung	2,01 (1,044)	1,69 (0,866)	2,41 (1,159)	2,75 (0,967)	<0,001	0,032	<0,001
Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen	2,47 (1,152)	2,08 (0,859)	2,79 (1,160)	3,13 (1,160)	<0,001	0,109	<0,001
Know-how im Unternehmen	2,26 (1,012)	2,15 (1,056)	2,40 (1,031)	2,32	0,067	0,646	0,299
Nachfrage von Kunden / Öffentlichkeit	2,65 (1,424)	2,45 (1,479)	2,76 (1,312)	2,52 (1,188)	0,041	0,307	0,414
Neue Technologien / Innovationen	2,70 (1,294)	2,67 (1,355)	2,64 (1,211)	2,07 (0,661)	0,899	0,007	0,023
Forderungen von Abnehmern / Handel	3,05 (1,534)	2,88 (1,537)	3,22 (1,519)	2,18 (0,971)	0,093	<0,001	0,009
Forderungen von Mitarbeitern / Mitarbeiterengagement	3,68 (1,579)	3,63 (1,670)	3,71 (1,448)	3,37 (1,092)	0,589	0,193	0,516
Forderungen / Unterstützung durch die Geschäftsführung	3,18 (1,667)	3,15 (1,785)	3,28 (1,507)	2,76 (1,206)	0,344	0,089	0,464
Interesse an Kommunikation	2,91 (1,291)	2,71 (1,273)	3,05 (1,250)	2,86 (1,091)	0,046	0,519	0,316
Realisierung von Kostenvorteilen	2,78 (1,364)	2,91 (1,459)	2,63 (1,256)	2,40 (1,158)	0,293	0,25	0,053
Realisierung von Imagevorteilen	2,95 (1,415)	2,72 (1,463)	3,12 (1,269)	2,77 (1,008)	0,009	0,115	0,357
Wettbewerbssituation (Konkurrenz)	3,37 (1,459)	3,41 (1,519)	3,32 (1,405)	2,91 (1,411)	0,799	0,091	0,055

Forderungen von Lieferanten	3,54 (1,574)	3,51 (1,662)	3,53 (1,508)	3,14 (1,440)	0,868	0,171	0,254
Forderungen von Investoren und Kreditgebern	4,24 (1,609)	4,20 (1,748)	4,28 (1,468)	3,14 (1,475)	0,95	<0,001	0,001
Soziale Aspekte / Arbeitsbedingungen / Menschenrechte	3,23 (1,440)	3,07 (1,355)	3,33 (1,298)	3,21 (1,186)	0,127	0,573	0,424
Hemmende Faktoren							
Zeitlicher Aufwand	2,03 (1,078)	2,03 (1,210)	2,10 (1,000)	2,06 (1,099)	0,221	0,674	0,661
Personalkapazität	2,45 (1,429)	2,46 (1,532)	2,40 (1,333)	2,04 (0,955)	0,799	0,21	0,344
Sorge vor Greenwashing-Verdacht	3,72 (1,827)	3,95 (1,881)	3,46 (1,756)	4,00 (1,225)	0,05	0,049	0,966
Hohe Kosten / Anfangsinvestitionen	2,12 (1,266)	2,22 (1,454)	2,04 (1,084)	1,92 (1,088)	0,63	0,39	0,24
Dominanz von Wirtschaftsfaktoren in der Unternehmensentscheidung	2,22 (1,184)	2,25 (1,234)	2,16 (1,144)	2,00 (1,111)	0,885	0,362	0,332
Unsicherheit / Krisensituationen	2,46 (1,340)	2,59 (1,491)	2,35 (1,226)	1,94	0,436	0,03	0,007

Legende: Mittelwerte; * - Signifikante Unterschiede der Gruppenmittelwerte auf 5% Niveau nach Mann-Whitney U Test (fett gedruckte Mittelwerte kennzeichnen signifikante Unterschiede).

Fragewortlaut: Treiber: LW: „Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen unterstützen.“, V: „Bitte geben Sie für die landwirtschaftlichen Unternehmen Ihres Verbandes an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen unterstützen. Bewerten Sie folgende Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht.“; Hemmer: LW: „Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen erschweren.“, V: „Bitte geben Sie für die landwirtschaftlichen Unternehmen Ihres Verbandes an, wie sehr die folgenden Aspekte die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen in landwirtschaftlichen Unternehmen erschweren. Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht“.“.

Quelle: Eigene Erhebung (Landwirtschafts- und Verbandsbefragung, 2023). LW: n=201-234, K: n=87-104, Ö: n=91-106, V: n=42-48

Häufigkeiten und Signifikanzen der Unterstützung von politischen Instrumenten (Online Befragung Landwirt*innen und Verbände)

Politische Instrumente	Landwirtschaft gesamt	Darunter		Verband	Signifikanzen	
	LW	Ö	K	V	Ö-K	LW-V
Gesetzliche Rahmen / Regulierungen	3,12 (1,557)	2,94 (1,540)	3,23 (1,548)	2,72 (1,552)	0,141	0,099
Finanzielle Anreize / staatliche Förderung	2,32 (1,476)	2,29 (1,425)	2,35 (1,546)	2,10 (1,253)	0,943	0,452
Politische Programme	3,49 (1,498)	3,37 (1,579)	3,64 (1,463)	3,08 (1,440)	0,172	0,089
Bereitstellung von Beratungsangeboten über Nachhaltigkeit	2,87 (1,505)	2,82 (1,454)	2,85 (1,552)	2,94 (1,348)	0,977	0,464
Bereitstellung von Informationen über Nachhaltigkeit	2,89 (1,538)	2,85 (1,555)	2,85 (1,508)	2,48 (1,196)	0,934	0,125

Legende: Mittelwerte; * - Signifikante Unterschiede der Gruppenmittelwerte auf 5% Niveau nach Mann-Whitney U Test (fett gedruckte Mittelwerte kennzeichnen signifikante Unterschiede).

Fragewortlaut: LW: „Bitte geben Sie für Ihr Unternehmen an, wie sehr folgende politische Instrumente die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten/ Initiativen unterstützen. Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht.“ V: „Bitte geben Sie aus Verbandssicht an, wie sehr die folgenden politischen Instrumente die Umsetzung von nachhaltigen Tätigkeiten / Initiativen in Ihren landwirtschaftlichen Unternehmen unterstützen. Bewerten Sie die folgenden Aspekte anhand einer Skala von 1 = „sehr stark“ bis 6 = „überhaupt nicht.“

Quelle: Eigene Erhebung (Landwirtschafts- und Verbandsbefragung, 2023). LW: n =243–255, Ö: n=110-115, K: n=107-113, V: n=50-52.

Häufigkeiten und Signifikanzen der Begründung von Nachhaltigkeitsexzellenz (Online Befragung Landwirt*innen und Verbände)

Gründe	LW gesamt	Darunter		Verband	Signifikanzen	
	LW	Ö	K	V	Ö-K	LW-V
...sie auf freiwilligem Engagement des Unternehmens beruht.	1,65 (1,034)	1,60 (0,982)	1,51 (0,895)	1,57 (0,811)	0,595	0,912
...eine starke Motivation im Unternehmen dahintersteht.	1,79 (1,045)	1,56 (0,868)	2,10 (1,241)	1,86 (0,964)	0,001	0,615
...sie zur kontinuierlichen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung im Unternehmen beiträgt.	2,02 (1,136)	1,84 (1,076)	2,14 (1,095)	1,75 (0,910)	0,012	0,318
...sie das Kerngeschäft des Unternehmens umfassend betrifft.	2,53 (1,633)	2,18 (1,474)	2,89 (1,718)	2,52 (1,209)	0,004	0,56
...sie wirtschaftlich für das Unternehmen ist.	2,76 (1,567)	2,94 (1,530)	2,64 (1,611)	2,30 (1,342)	0,116	0,21
...sie unter schwierigen Rahmenbedingungen umgesetzt wird.	2,90 (1,466)	2,86 (1,426)	3,20 (1,577)	2,60 (1,314)	0,141	0,363
...sie hohes Innovationspotential besitzt.	2,96 (1,479)	2,70 (1,537)	3,20 (1,372)	2,40 (0,883)	0,01	0,142
...es der erste Schritt des Unternehmens in Richtung Nachhaltigkeit ist.	3,12 (1,544)	3,17 (1,621)	3,13 (1,562)	3,05 (1,731)	0,829	0,77
...das Konzept einfach auf andere Bereiche übertragbar ist.	3,29 (1,544)	3,49 (1,537)	3,25 (1,595)	2,80 (1,322)	0,244	0,203
...sie gut kommuniziert werden kann.	2,33 (1,309)	2,27 (1,351)	2,41 (1,298)	2,24 (0,831)	0,326	0,7
...der Imagegewinn hoch ist.	2,46 (1,385)	2,27 (1,297)	2,54 (1,317)	2,52 (1,401)	0,119	0,798
...der Vorbildcharakter für andere besonders hoch ist.	2,58 (1,352)	2,26 (1,300)	2,95 (1,359)	2,24 (1,179)	<0,001	0,254
...sie zur Vernetzung bzw. Kooperation beiträgt.	3,14 (1,623)	2,86 (1,551)	3,46 (1,624)	3,35 (1,424)	0,021	0,464
...der Nachahmungseffekt besonders hoch ist.	3,16 (1,387)	3,11 (1,455)	3,15 (1,406)	2,71 (0,956)	0,922	0,143
...sie viele Nachhaltigkeitselemente umsetzt.	2,20 (1,240)	1,95 (1,127)	2,50 (1,279)	1,95 (0,921)	0,001	0,55
...neue Wege in der Branche bestritten werden (Neue Wege).	2,90 (1,435)	2,69 (1,400)	3,20 (1,363)	2,25 (1,118)	0,006	0,026
...umfassende Veränderungen der Branche oder der Märkte erreicht werden.	3,54 (1,510)	3,39 (1,555)	3,77 (1,477)	3,25 (1,293)	0,103	0,34
...umfassende Veränderungen extern in der Gesellschaft/Gemeinschaft oder der Umwelt erreicht werden.	2,92 (1,440)	2,79 (1,443)	3,10 (1,497)	3,00 (1,376)	0,185	0,725

Legende: Mittelwerte; * - Signifikante Unterschiede der Gruppenmittelwerte auf 5% Niveau nach Mann-Whitney U Test (fett gedruckte Mittelwerte kennzeichnen signifikante Unterschiede).

Fragewortlaut: „Die zuvor beschriebene nachhaltige Tätigkeit oder Initiative ist besonders und herausragend, da... Bewerten Sie die folgenden Statements anhand einer Skala von 1 = "sehr zutreffend" bis 6 = "überhaupt nicht zutreffend".

Quelle: Eigene Erhebung (Landwirtschafts- und Verbandsbefragung, 2023). LW: n=206-218, Ö: n=91-98, K: n=79-84, V: n=20-21.

Anhang C – Expert*innen-Workshop

Abschlussstatements der Expert*innen

Expert*in	Abschlussstatement
E1	Ich habe während der gesamten Diskussion immer mal wieder überlegt, wie sich die Zusammenhänge für uns darstellen. An vielen Ecken muss ich dann doch feststellen, dass Verbandspolitik auch ein bisschen anders funktioniert als es nach außen bewusst ist. Ich habe mir da manchmal schwer getan, Zusammenhänge auch wirklich gut nachvollziehen zu können. Aber grundsätzlich fand ich die Diskussion durchaus interessant. Am Anfang haben wir ja auch noch über ökonomische Anreize stärker gesprochen und ich glaube, dass diese Punkte in der weiteren Diskussion hätte ich sozusagen neben den vielen anderen Möglichkeiten das Thema nach vorne zu bringen, ob das jetzt Werbung über die Verbände ist oder Sonstiges, aber bei dem Punkt bin ich etwas hängen geblieben. ... um das Thema für die Branche dann attraktiver zu machen. Den Hebel aktiv zu nutzen.
E2	Ich würde mich freuen, wenn ich in Ruhe nochmal in Ihre Präsentation schauen könnte. Was ich meinem Pressesprecher sagen würde, wäre, dass er mal schaut, was so eintrudelt an Presse material zur Nachhaltigkeitsexzellenz, besonders in Bezug auf Biodiversität. Und dann würde ich auch noch ein Auge drauf werfen, was sich aus [unserer] Sicht vielversprechend anhört. Also da würde ich jetzt nochmal mit einem anderen Auge drüber gucken. Und ich glaube, dass die Awards durchaus ein zusätzliches Mosaiksteinchen sein können im Gesamtkonstrukt, aber nicht der Haupthebel.
E3	Ganz spannender Austausch verschiedenster Einblicke. Für mich ist ganz groß das wichtigste Thema kommunizieren, kommunizieren, kommunizieren, und zwar in allen Bereichen. Wenn ich jetzt zu meinem Pressesprecher gehen müsste, würde ich genau das tun, dass wir diesen Bereich mehr rein gehen. Dass wir das, was sie bereits tun, einfach offen und klar kommunizieren und dass im besten Fall auch außerhalb unserer Bubble, weil ich glaube die weiß das. Ob der Rest weiß von der Lieferkette, von der Wertschöpfung und in letzter Instanz die Gesellschaft stelle ich jetzt mal provokativ in Frage.
E4	/
E5	Keine einfache Frage. Ich bin etwas überrascht darüber, dass diese Förderung der Nachhaltigkeitsexzellenz eigentlich sehr stark privatwirtschaftlich diskutiert wurde. Das liegt wahrscheinlich auch an der Zusammensetzung. Ich möchte nur betonen, dass ich eigentlich ergebnisorientierte Politik und Maßnahmen als Treiber der Nachhaltigkeitsförderung sehe. Was die Nachhaltigkeitsexzellenz/Innovations sichtbarmachung angeht, da kann ich mir wirklich gut vorstellen, dass da eben Awards eine große und größere Rolle spielen könnten. Und was die Sustainable Finance angeht, denke ich wirklich, dass es eine einheitliche Definition von Nachhaltigkeit braucht und diese Definition sollte aus meiner Sicht nicht privatwirtschaftlich kommen, weil da immer andere Interessen dahinter sind, die muss aus meiner Sicht aus der Gesellschaft kommen.
E6	Ich finde erneut und wir sehen das auch seitens der [Name der Organisation] in Diskussion mit den Firmen bzw. mit den Firmen, mit denen wir nicht diskutieren können, weil die Definition von Nachhaltigkeit nicht verstanden haben, weil sie stellenweise Ah-Erlebnisse haben: „Achso, das ist Nachhaltigkeit? Das mache ich doch schon zwanzig Jahre lang“. Also da auch die Unternehmen und Agrarbetriebe zu unterstützen und zu sagen, dass sie mit dem, was sie tun nach draußen gehen sollen. Aber die erste Voraussetzung ist das Grundverständnis, die Definition. Die gibt es ja, für mich ist die mehr als bekannt. Aber die eben unters Volk zu bringen und in Kooperation mit den Verbänden. Bei denen sehe ich vor allem die Pflicht, das Thema vorantreiben und die Betriebe zu ermutigen mit dem, was sie tun, rauszugehen, die Awards, die es gibt, bekannter zu machen und vielleicht auch unterstützend tätig zu sein. Ich sehe hier ganz viel Potential. Der Dreh- und Angelpunkt ist aber einfach das Grundverständnis, was Nachhaltigkeit ist und wie man das in allen drei/vier Dimensionen leben/umsetzen kann. Wir reden bei uns auch immer von Leitfäden für die Branchen zum Beispiel. In diesem Fall wäre es dann Landwirtschaft. Alle reden vom gleichen Ding, von einer Standarddefinition und da helfen natürlich branchenspezifische Leitfäden, um das noch konkreter zu machen.

E7	Ich sehe mich in dem, was wir die letzten viereinhalb Jahre gemacht haben, bestätigt. Ja, wir haben hier weitere Mitstreiter, die für das Thema Nachhaltigkeit breit werden und eine gewisse Wirkung nach draußen haben, auch bei den Landwirten. Wir sind aber noch nicht am Ziel. Leider auch noch gar nicht so nah dran am Ziel. Wir müssen alle weiter daran arbeiten dieses Verständnis für Nachhaltigkeit sowohl beim Landwirt, aber auch die Fähigkeiten und Chancen, die die Branche Landwirtschaft mit sich bringt in die breite Bevölkerung zu nehmen. Ich fand es einen sehr spannenden, lebhaften und guten Austausch. Ich habe nochmal viele neue Sichtweisen mitbekommen. Den CSR-Award Finder, werde ich direkt noch [...] mit aufnehmen.
E8	Ich fühle mich darin bestärkt, um wirkliche Nachhaltigkeitstransformation zu ermöglichen, dass dieser breite Ansatz, den wir als [Organisation] gewählt haben, dafür ganz hilfreich ist. Natürlich geht es auch über finanzielle Anreize, die wir durch unsere Förderprogramme setzen, aber auch das Thema Innovationsförderung, was wir auch im Bereich Startup-Förderung verstärkt machen oder eben auch wie dieses Projekt hier über den Förderungsfond. Das fließt ja alles zusammen und jedes Element hat seine Berechtigung und trägt zu der Transformation bei. Ich möchte deswegen nochmal ermutigen, auch wenn jetzt das Echo in der Öffentlichkeit für Awards oder für diese Projekte noch nicht groß ist, machen sie bestimmte Themen sichtbar und ich glaube, dass es die mangelnde Sichtbarkeit ein großes Problem in der Landwirtschaft ist. Gerade da liefern Awards, Nachhaltigkeitsexzellenz und Leuchttürme einen positiven Beitrag.
E9	Ich fand es einen sehr interessanten und tollen Austausch. Ich habe sehr viele Impulse mitgenommen. Einige hätten vorgeschlagen, dass sich die unterschiedlichen Magazine, Zeitschriften, Verlage zusammenschließen könnten. Ich verstehe den Gedanken, aber das ist in der Realität nicht ganz so leicht umsetzbar, da wir natürlich alle auch in Konkurrenz stehen. Deswegen tun wir natürlich schon immer das gut möglichste, um diese Medienpräsenz zu erweitern, aber ich werde das auf jeden Fall mit den Chefredakteuren in Zukunft mal ins Auge fassen, ob da nicht vielleicht doch die ein oder andere Möglichkeit besteht.

Quelle: Eigene Darstellung. Expert*innen-Workshop 2024.

Becker, T.; Benner, E (2000): Zur Problematik der Herkunftsangabe im regionalen Marketing
Arbeitsbericht Nr. 1

Chaipan, C. (2000): The Euro and its Impact on ASEAN Economies
Arbeitsbericht Nr. 2

Henze, A. (2000): Marktwirtschaft - Wirtschaftliche Freiheit, motiviertes Handeln und Wettbewerb: Que llen des Wohlstands
Arbeitsbericht Nr. 3

Benner, E. (2000): Zur effizienten Herkunftsangabe im europäischen Binnenmarkt
Arbeitsbericht Nr. 4

Vorgriemler, D. (2000): Wettbewerbstheorie und stagnierende Märkte
Arbeitsbericht Nr. 5

Beerbaum, S. (2001): Grundzüge einer internationalen Zusammenarbeit im Klimaschutz aus ökonomischer Sicht
Arbeitsbericht Nr. 6

Vorgriemler, D.; Wübben, D. (2001): Prognose der Entwicklung des Agrartechnikmarktes - Eine Expertenbefragung nach der Delphi-Methode
Arbeitsbericht Nr. 7

Tesch, I. (2003): Informationsbedarf und Informationsbeschaffung von Konsumenten bei Lebensmitteln pflanzlicher Herkunft - Eine empirische Untersuchung anhand von Fokus-Gruppen -
Arbeitsbericht Nr. 8

Benner, D. (2004): Quality Ambiguity and the Market Mechanism for Credence Goods
Arbeitsbericht Nr. 9

Benner, E., Kliebisch, C. (2004): Regio-Marketing-Strategien des Lebensmitteleinzelhandels
Arbeitsbericht Nr. 10

Benner, E., Heidecke, S.-J. (2005): Grundpreisaufschläge bei Groß- und Familienpackungen - eine empirische Untersuchung im deutschen und französischen Lebensmitteleinzelhandel -
Arbeitsbericht Nr. 11

Becker, T. (2006): Zur Bedeutung geschützter Herkunftsangaben.
Arbeitsbericht Nr. 12, 1. und 2. Auflage

Elsässer, A., Benner, E., Becker, T. (2006): Marketing auf Wochenmärkten
Arbeitsbericht Nr. 13

Becker, T. (2006): Die CMA auf dem Prüfstand
Arbeitsbericht Nr. 14

Staus, A. (2007): An Ordinal Regression Model using Dealer Satisfaction Data
Arbeitsbericht Nr. 15

Kliebisch, C., Rügge, M. (2007): Alte und neue Wege des Gemeinschaftsmarketings für Agrarprodukte und Lebensmittel
Arbeitsbericht Nr. 16

- Staus, A. (2008): Standard and Shuffled Halton Sequences in a Mixed Logit Model
Arbeitsbericht Nr. 17
- Staus, A., Becker, T. (2009): Die Zufriedenheit der Landmaschinenhändler mit den Herstellern
Arbeitsbericht Nr. 18
- Becker, T., Heinze, K. (2011): Gesellschaftliches Management von Verbraucherbeschwerden:
Funktion und Finanzierung
Arbeitsbericht Nr. 19
- Siddig, K., Flaig, D., Luckmann, J., Grethe, H. (2011): A 2004 Social Accounting Matrix for
Israel. Documentation of an Economy-Wide Database with a Focus on Agriculture, the Labour
Market, and Income Distribution
Working Paper No. 20
- Bücheler, G. (2011): Biokraftstoff-Zertifizierungssysteme ISCC und REDcert: Darstellung,
Vergleich und kritische Diskussion
Working Paper No. 21
- Gebhardt, B. (2012): Akzeptanz und Erfolg kleinräumiger Systeme der
Lebensmittelversorgung im urbanen Umfeld am Beispiel Stuttgart - Empirische
Untersuchungen von Verbrauchern und Unternehmen
Working Paper No. 22
- Luckmann, J., McDonald, S. (2014): Stage_W: An Applied General Equilibrium Model With
Multiple Types of Water
Working Paper No. 23
- Hauck, M., Becker, T. (2015): Evaluierung des Qualitätszeichens Baden-Württemberg (QZBW)
aus der Sicht der Teilnehmer
Arbeitsbericht Nr. 24
- Semenenko, K., Becker, T. (2015): Entwicklung der Zufriedenheit der Landmaschinenhändler
mit den Herstellern
Arbeitsbericht Nr. 25
- Gebhardt, B. (2016): Beschreibung von 24 Nachhaltigkeitspreisen in Deutschland mit
Relevanz für Unternehmen der Ernährungsbranche
Arbeitsbericht Nr. 26
- Gebhardt, B., Ding, J.L., Feisthauer, P. (2018): Obsoleszenz - auch ein Thema bei
Lebensmitteln: Ergebnisse einer Expertenbefragung
Arbeitsbericht Nr. 27
- Gebhardt, B. (2020): Nachhaltigkeitswettbewerbe in Deutschland 2020. Übersicht und
Methodik der Bestandsaufnahme
Arbeitsbericht Nr. 28
- Gebhardt, B. (2020): Plant-based foods for future. Results of consumer and professional
expert interviews in five European countries - EIT-Food Project „The V-Place“
Arbeitsbericht Nr. 29
- Bozorov, A., Feuerbacher, A., Wieck, C. (2021): A 2014 Social Accounting Matrix (SAM) for
Uzbekistan with a Focus on the Agricultural Sector
Arbeitsbericht Nr. 30

Gebhardt, B. (2021): Quo vadis? Ansätze der Qualitätssicherung von Nachhaltigkeitswettbewerben für Unternehmen. Ergebnisse eines Experten-Workshops
Arbeitsbericht Nr. 31

Kareem, O.I., Wieck, C. (2021): Mapping agricultural trade within the ECOWAS: structure and flow of agricultural products, barriers to trade, financing gaps and policy options. A research project in cooperation with GIZ on behalf of BMZ
Arbeitsbericht Nr. 32

Gebhardt, B. (2022): Status Quo und Potentiale des ökologischen, Heil-, Kosmetik- und Gewürzpflanzenanbaus in Baden-Württemberg. Studienbericht & Supplement
Arbeitsbericht Nr. 33

Gebhardt, B., Bermejo, G., Imort-Just, A., Kiefer, L., Zikeli, S., Hess, S. (2023):
Zweinutzungshuhn – was ist das? Umfrage unter Landwirt*innen und Geflügelhalter*innen in Deutschland 2022
Arbeitsbericht Nr. 34

Bermejo, G., Imort-Just, A., Gebhardt, B., Hess, S., Kiefer, L., Zikeli, S., (2023): Status-Quo und Perspektiven von Zweinutzungshühnern in Baden-Württemberg: Ergebnisse eines World-Cafés im Rahmen des 1. Dialogforums des Projektes „ZweiWert“ am 2.3.2023.
Arbeitsbericht Nr. 35

Gebhardt, B., Maute, J., Kiefer, L. (2023): Zweinutzungshuhn – wie schmeckt das?
Sensorische Beurteilung von Hühnerfleisch und Eiern von vier Zweinutzungshuhn-Genetiken
Arbeitsbericht Nr. 36

Gebhardt, B., Hellstern, L. (2023): Die Kraft von Awards. Umfrage unter Unternehmen und Vergabeinstitutionen in Deutschland 2023
Arbeitsbericht Nr. 37

Gebhardt, B., Hellstern, L. (2024): SIEGER! Business-Awards als Instrument zur Steuerung der Nachhaltigkeitstransformation – Ansätze für Qualitätssicherung und Schärfung der strategischen Weiterentwicklung
Arbeitsbericht Nr. 38

Gebhardt, B. (2024): Sensorische Beurteilung von Zweinutzungshühnern in der Gemeinschaftsverpflegung. Ergebnisse einer Verkostung des Gerichts „Halbes Brathähnchen“ in drei Kantinen in Baden-Württemberg
Arbeitsbericht Nr. 39