2 Aufarbeitung des Forschungsstandes: Die Kommunikationsdimension als Appendix der sozialen Innovationsforschung

Forschungsergebnisse, die sich explizit dem Forschungsgegenstand sozialer Innovationen im Raum zuwenden sind rar. Als Spezialfall des allgemeineren Konzepts soziale Innovation stehen sie in unmittelbarer Nähe zu solch umfassenderen Prozessen. Daher schließt die Aufarbeitung des Forschungsstandes in Korrespondenz zu den soeben vorgestellten Erkenntnisinteressen und Forschungsfragen primär an empirische Befunde, Theoreme und theoretische Konzepte zu sozialen Innovationen sowie Innovationsprozessen allgemein an; nicht ohne allerdings die Raumkomponente stets mitzudenken und der Auseinandersetzung von sozialen Innovationsprozessen und ihrer räumlichen Dimensionierung ein eigenes Unterkapitel zu widmen.

Zuvor arbeitet die Forschungsstandanalyse bisherige wissenschaftliche Erkenntnisse zur Rolle von Akteuren verschiedener gesellschaftlicher Felder, deren Motivlagen, Intentionen und Zielstellungen im sozialen Innovationsprozess heraus. Gefragt wird unter anderem, inwiefern Raumpioniere im Besonderen und zivilgesellschaftliche Akteure im Allgemeinen im analytischen Fokus sozialer Innovationsstudien stehen. Da zivilgesellschaftliche Akteure bei der Realisierung ihrer Projekte auf Netzwerkkontakte zur Top-down-Ebene angewiesen sein können, in ihrer Neuerungsorientierung aber auch schon mal von diesen Akteuren gebremst werden oder gar in Konfliktsituationen mit ihnen geraten, wie sich empirisch zeigt, wird überblickhaft der Stand der Forschung zu Ansätzen innovationsorientierter Planung aufgezeigt. Angesprochen ist mit den Kooperationsbeziehungen zwischen innovationsaffinen Akteuren aus der Zivilgesellschaft und der Top-down-Ebene die Netzwerkdimension. Welche Einsichten netzwerkbasierte soziale Innovationsstudien für mein Erkenntnisziel, die Rolle von (egozentrierten) Netzwerken bei der Durchsetzung neuer Ideen näher zu beschreiben, bereit hält, illustriert das zweite Subkapitel. Dem dritten Teilkapitel kommt schließlich die Aufgabe zu, die eingangs behauptete Forschungslücke der sozialen Innovationsliteratur bei der analytischen Betrachtung kommunikativer Phänomene zu plausibilisieren. Es fasst zusammen, inwiefern bislang überhaupt Face-to-Face-Kommunikationen zur prozesshaften Aushandlung von Neuem berücksichtigt und (wie) soziale Konflikte, Widerstände und Machtauseinander-

A. Noack, *Soziale Innovationen in Berlin-Moabit,* Wissen, Kommunikation und Gesellschaft,
DOI 10.1007/978-3-658-08539-1_2, © Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

setzungen darin thematisiert werden. Abschließend reflektiert das Aufarbeitungskapitel die bisher geleistete Integration von sozialen Innovationsprozessen in sozialwissenschaftliche (Innovations-)Theorien, widmet sich zuvor allerdings noch jenen Forschungsarbeiten, die soziale Innovationen in eine Zusammenschau mit der Raumdimension und Raumentwicklungsprozessen stellen.

2.1 Akteure sozialer Innovationen – ihre Motive, Zielstellungen und gesellschaftlichen Felder

Die soziale Innovationsliteratur setzt sich auf ganz unterschiedlichen Ebenen mit den darin involvierten Akteuren auseinander. Die Bandbreite, auf denen kreative Innovationsakteure zwischen den Polen Individuum und Kollektiv sowie im Hinblick auf ihre Zugehörigkeit zu gesellschaftlichen Feldern verortet werden, sind ebenso facettenreich wie Versuche ihrer Typisierung, die Beschreibung ihrer Innovationsmotive und -zielstellungen.

Der frühe Schumpeter (2005 [1950]) – später relativierte er den dominanten Einfluss unternehmerischer Einzelfiguren (vgl. Jessop et al. 2013: 9; Braun-Thürmann 2005: 38-39; Ibert 2003: 93) – ging davon aus, dass wirtschaftlicher Fortschritt vornehmlich durch kreative Neuschöpfungen dynamischer Unternehmer ausgelöst wird, die sich am Markt durchsetzen. Als diejenigen, die mit ihrem Erfindergeist wirtschaftliche Entwicklung aus Unternehmen heraus anstoßen, sind kreative Unternehmer für Schumpeter „keine langweiligen Gleichgewichtsmenschen“ (1987: 116). Für ihn ist „jemand grundsätzlich nur dann Unternehmer, wenn er eine ‚neue Kombination durchsetzt‘ – weshalb er den Charakter verliert, wenn er die geschaffene Unternehmung dann kreislaufmäßig weiterbetreibt“ (1987: 116).

Wie schon bei Schumpeter lassen sich die Akteursbeschreibungen von Armbrecht und Kramhöller (2001), Mumford et al. (2012), Sperber et al. (2007) sowie Weyer (1997, 2000) primär auf der Seite des Individuums verorten. Mumford et al. (2012: 35) sehen soziales Innovationspotenzial insbesondere bei Personen mit Problemlösungsexpertisen. Weyer (1997: 134) zufolge geht dieses vor allem von Außenseitern aus, „die abseits der etablierten Strukturen der Forschung und/ oder abseits der etablierten Marktstrukturen operieren und vom Establishment (in Forschung und Industrie) meist nicht ernst genommen werden.“ Für Sperber et al. reduziert sich die Umsetzungschance von Innovationen drastisch, „wenn der charismatische Akteur fehlt, der Kontroversen anregt, Menschen aktiviert, bestehende Strukturen und Sinnkonstruktionen in Frage stellt

und konsequent an der ‚verrückten' Idee festhält" (2007: 95).[19] Auf Webers Charisma-Konzept greifen verschiedene Innovationsforscher zurück (vgl. u. a. González et al. 2010: 58; Howaldt, Schwarz 2012: 56; Kleinmaier 2012: 148; Moulaert et al. 2005: 1988). Während González et al. und Kleinmaier die Relevanz charismatischer Figuren vor allem für die Initiierung sozialer Innovationen in Gründungsphasen herausstellen, betonen Howaldt und Schwarz deren Wirksamkeit zugunsten der Verbreitung sozialer Innovationen. Ibert relativiert die Erklärungskraft des Charisma-Ansatzes, dessen Schwachpunkt ist, „dass der außenliegende Impuls des Charismas von der Theorie expliziert werden muss (etwa die außergewöhnlichen, nicht hinterfragbaren Fähigkeiten von Individuen oder Eliten), wodurch die Erklärung von Innovation auf ein irrationales Moment verschoben wird" (2004: 25). Indem er außerinstitutionelle Sonderinstitutionen, wie Feste oder Bühnenveranstaltungen, „die das irrationale Moment des Charisma rational zähmen und kontrolliert Außeralltäglichkeit schaffen" (2003: 144) an das Konzept bindet, schließt er dessen Relevanz bei der Durchsetzung von Neuem aber nicht aus. Hartnäckigkeit und Kreativität sind es Armbrecht und Kramhöller (2001: 1050) zufolge, die neben Fachwissen und Lösungswillen Innovateure auszeichnen. Auch wenn die genannten Autoren das Vernetzungspotenzial dieser Innovationsakteure hervorheben, ist es vor allem Neuloh, der soziale Innovationen primär als Resultat kreativen Gruppenverhaltens kollektiver Akteure bestimmt (1977: 19).

Gemeinsam ist diesen Ansätzen allerdings die Zuschreibung an individuelle wie kollektive Innovationsakteure, kreativ zu sein (vgl. MacCallum et al. 2009: 153). Als Voraussetzung und Teilmenge von sozialen Innovationen (vgl. u. a. André et al. 2009; Mumford 2002; Müller 2009) steht Kreativität begrifflich Pate für die „Fähigkeit zu schöpferischem Denken und Handeln" (Müller 2009: 183). Kreatives Potenzial wurde lange Zeit, ebenso wie Innovationsfähigkeit, wesentlich autonomen Subjekten zugeordnet. Zur Verbreitung der Vorstellung von Kreativität als individuellem Persönlichkeitsmerkmal haben auch Überlegungen von Dewey (1988) beigetragen, die später von Arendt (2007) aufgegriffen und weiter entfaltet wurden (vgl. Joas 1996: 206). „Each one experiences life from a different angle than anybody else, and consequently has something distinctive to give others, if he can turn his experiences into ideas and pass them on to others" (Dewey 1929/30: 127-143 in Joas 1996: 207). Dewey, ebenso wie später Arendt

19 „Charisma soll eine als außeralltäglich (...) geltende Qualität einer Persönlichkeit heißen, um derentwillen sie als mit übernatürlichen oder übermenschlichen oder mindestens spezifisch außeralltäglichen, nicht jedem andern zugänglichen Kräften oder Eigenschaften (begabt) oder als gottgesandt oder als vorbildlich und deshalb als ‚Führer' gewertet wird." (Weber 1972: 140) Charismatische Führer folgen religiösen und magischen Handlungsmotiven, handeln allerdings nicht völlig jenseits zweckrationaler Motive, sondern auch nach Erfahrungsregeln, wie Joas (1996: 70) Webers Charisma-Konzept interpretiert.

(2007), verortet Kreativität bereits in der Natalität, das heißt dem individuellen Geborensein eines jeden Menschen, setzt allerdings den Austausch und die Weitergabe kreativer Ideen an andere für Wirkhandlungen voraus. Wenn Mead (1962) Kreativität in der persönlichen, subjektiven und vorsozialen Instanz des I verankert, beschreitet er ähnliche Denkwege wie Dewey und Arendt. Auch Popitz (2000: 93ff.) gilt kreatives Handeln und die phantasievolle Überschreitung von Bestehendem und Gewusstem als anthropologische Konstante des Menschen. In der neueren (Innovations-)Literatur wird Kreativität aber vor allem als sozialer Prozess und kollektives Phänomen gedeutet. Kreativität ist dann Resultat gemeinsamer Denk- und Handlungsprozesse eines Sozialzusammenhangs, beispielsweise eines Netzwerkes, einer Gruppe oder eines Teams und nicht nur der spezifischen Begabung individueller Akteure zuzurechnen (vgl. Müller 2009: 186). Kapitel drei macht nähere Ausführungen zu meinem Verständnis kreativen Handelns im Rückgriff auf Joas Konzept situierter Kreativität sowie auf Überlegungen von Knoblauch (2011, 2013b) sowie Knoblauch und Schnettler (2005, 2010), die Kreativität an die Imaginationsfähigkeit vorentworfener Handlungsakte eines Akteurs knüpfen.

Bei der Unternehmung, individuelle wie kollektive Akteure der Innovation zu typisieren, werden in der Regel mindestens zwei unterschiedliche Typen differenziert: jene, die kreativ mit neuen Ideen voranschreiten und jene, die ihnen in der Implementation und Anwendung folgen (vgl. Gillwald 2000: 25). Diese Unterscheidung wird beispielsweise von Rogers (1995) präzisiert. Für den Verbreitungsprozess von Innovationen unterscheidet er die Träger der Innovationen von den frühen Pionieranwendern, der späteren Mehrzahl der Folger und diese wiederum von den Verweigerern. Es sind aber, wie MacCallum et al. (2009: 153) bemerken, nicht nur die Träger der innovativen Idee Schlüsselprotagonisten. Für sie sind die Adaptoren maßgeblich dafür, dass Neues in der Handlungspraxis anerkannt und verbreitet wird. Bevor Neues in der Handlungspraxis aufgegriffen wird oder erst einmal entsteht, sind häufig spezifische Ausgangsbedingungen und auslösende Motive für Innovationshandeln zu beobachten. Kreativität als Leistung sei Joas zufolge keine „ungezwungene Hervorbringung von Neuem ohne konstitutiven Hintergrund in unreflektierten Gewohnheiten“ (1996: 190), sondern setze Problemdefinitionen voraus, die eine Lösung erfordern. Unter anderem Pfetsch (1975) und Conzelmann (1995) subsumieren diesen Aspekt unter die Krisentheorie des Innovationsursprungs. Dann lösen Instabilitäten, beispielsweise unsichere Marktlagen, Innovationen aus. González et al. (2010) sowie Moulaert et al. (2005) adaptieren diese Sichtweise für soziale Innovationsprozesse und benennen soziale Exklusionsprozesse als Krisensituation, von der ausgehend zivilgesellschaftliche Initiativen soziale Innovationen initiieren. Zielstellungen sozial innovativer Initiativen sind dann Empowermentprozesse sozial

Exkludierter, um zu Machtverschiebungen in Bezug auf gesellschaftlich relevante Entscheidungsprozesse beizutragen, eine aktive Bürgerschaft aufzubauen, soziale Integrationsprozesse und/ oder kollektive Identitätsbildungsprozesse zu befördern (vgl. González et al. 2010: 54f.). Müller (2009: 174f.) ergänzt als Erklärungsursache für Innovationen die Dissatisfaktionstheorie, die von bislang nicht erfüllten Bedürfnissen und Mangelsituationen als initiierendes Moment ausgeht. Auch der potenziell zu erwartende Nutzen einer Innovation – Conzelmann benennt das Beispiel der Gewinnung neuer Kunden (1995: 20) – kann der Profiterwartungstheorie zufolge Motivationseffekte entfalten. Nicht zuletzt können Kreativität und Genius (Heroen- oder Rebellentheorie) den Ursprung innovativen Handelns kennzeichnen. Der Ausgangspunkt liegt dann in der Persönlichkeit des potenziellen Innovators selbst verortet, Kreation wird mit dem kreativen Selbst begründet (vgl. Conzelmann 1995: 20; Waldenfels 1999: 235). Diese Differenzierung unterschiedlichster Innovationsmotive gründet, wie die Beispiele von Conzelmann (1995) illustrieren, in Erkenntnissen marktbasierter Innovationen. Dass sie zumindest partiell für soziale Innovationsprozesse Gültigkeit besitzen, zeigten schon González et al. (2010) und Moulaert et al. (2005). Inwiefern sie tatsächlich für Raumpioniere aus der Zivilgesellschaft und deren innovative Projekte handlungsauslösendes Potenzial entfalten, ist eine empirische Frage, der ich im fünften Kapitel nachgehe.

Innovatoren werden aber nicht nur aus unterschiedlichsten Motiven und Gründen, sondern auch auf verschiedenen gesellschaftlichen Feldern aktiv. In seiner weiter oben bereits benannten Charakterisierung innovativer Akteure verortet Weyer (1997: 134) die Akteure der Innovation in den Feldern Ökonomie und Wissenschaft bzw. Forschung. Zapf fasst bereits 1989 seine Vorstellungen der feldspezifischen Zugehörigkeit von Akteuren der Innovation weiter. Als derjenige, der in Deutschland ein frühes Begriffsverständnis sozialer Innovationen geprägt hat, reduziert sich Innovationspotenzial nicht auf das „Geschick und die Zähigkeit von Politikern, Managern und Professionals, [sondern beruht] im Fall der Innovationen von unten auf den Alltagsexperimenten und den Praktiken (pratiques) der Subkulturen und sozialen Bewegungen.“ (Zapf 1989: 182) Inwiefern hat sich die soziale Innovationsliteratur nun bislang mit solchen ‚Innovationen von unten‘ auseinandergesetzt?

2.1.1 Innovative Zivilgesellschaft? Bottom-up initiierte Sozialinnovationen

Die wenigsten denken zuallererst an zivilgesellschaftliche Akteure, als freiwillig zusammen handelnde Bürger, die ihr Engagement in der Regel im Rahmen von Vereinen, Verbänden oder auch sozialen Bewegungen organisieren (vgl. Adloff

2005: 8), wenn von Innovationsprozessen die Rede ist. Zwar lenkt die stärkere Auseinandersetzung mit sozialen Innovationen zunehmend den Blick auf Akteursgruppen, die im Rahmen freiwilligen Engagements Neuerungen mit sozialer Problemlösungskompetenz auf den Weg bringen, gleichwohl gilt das Feld zivilgesellschaftlicher Innovationen selbst gegenüber Ansätzen zu Unternehmen, Forschungs- sowie Bildungseinrichtungen als Trägern von Innovationen (vgl. Sperber et al. 2007: 86) in den Sozialwissenschaften als unterbelichtet.

Verhandelt unter Schlagwörtern wie *Open Innovation* (vgl. u. a. Chalmers 2011; Pénin et al. 2011) oder *Partizipative Innovationen* (vgl. Krohn 1995: 224) erfährt die Rolle von Nutzern und die strategische Einbeziehung von Kundenwissen in innovationsbezogenen Entwicklungsprozessen im wissenschaftlichen Diskurs inzwischen mehr und mehr Resonanz (vgl. u. a. Bartl 2008; Chesbrough 2003; Pénin et al. 2011). „Partizipative Innovation beteiligt die Akteure an der Konstruktion des Gegenstands, um dessen Nutzungs- und Belastungsverteilung verhandelt werden soll." (Krohn 1995: 224) Dies deutet auf einen Paradigmenwechsel dahingehend hin, dass es nicht ausschließlich die Entwickler selbst sind, die mit Kreativität aufwarten, um technische Innovationen durchzusetzen, sondern dass ebenso die Nutzer, Kunden und sogar die „Bürger […] relevante Akteure im Innovationsprozess" sind, wie Howaldt und Schwarz (2012: 52) konstatieren. Sie sammeln über ihre Anwendungsorientierung spezifische Wissensbestände bzw. sind gar die primären Wissensquellen über ihre eigenen Bedürfnisse (vgl. Ornetzeder, Rohracher 2011: 173). Mit Bürgervereinigungen selbst, ihren Absichten, soziale Innovationen aus welchen Motivlagen und mit welchen Zielstellungen hervorzubringen, beschäftigen sich die genannten Autoren allerdings nicht eingehender.

Im Zwischenbereich von Zivilgesellschaft und Ökonomie operieren Social Entrepreneurs, deren Erforschung „a vast terrain of findings and observations on social innovation" (2005: 1975) ermöglicht, wie Moulaert et al. konstatieren. Auch Howaldt und Schwarz (2010a: 94) sowie Lange et al. (2010) betonen, dass soziale Innovationen in Form von Social Entrepreneurs Gestalt annehmen können. Christmann und Jähnke definieren Social Entrepreneurs als „Akteure, denen das Potenzial zugebilligt wird, gesellschaftliche Herausforderungen mit der Entwicklung von nachhaltig angelegten innovativen Lösungsansätzen zu begegnen" (Christmann, Jähnke 2011: 211).[20] In ihrem Handeln orientieren sie sich an un-

20 Formal ist das Konzept Social Entrepreneurship abzugrenzen von Corporate Social Responsibility, von Corporate Citizenship sowie von bürgerschaftlichem Engagement (vgl. Jähnke et al. 2011: 9), das auf Freiwilligkeit beruht, aber nicht ausschließlich privaten Interessen folgt, sondern zumeist Bezug auf das Gemeinwesen nimmt (vgl. Klein 2007: 20). Mit Corporate Social Responsibility wird in der Regel die soziale Verantwortung von Unternehmen beschrieben (vgl. Schneider, Schmidpeter 2012), mit Corporate Citizenship das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen (u. a. Andriof, McIntosh 2001; Matten, Crane 2003).

ternehmerischen Prinzipien, ihr Habitus ist zugleich ökonomisch und gemeinschaftsorientiert geprägt. Social Entrepreneurs generieren sozial innovative Handlungsansätze, die in netzwerkförmigen Kooperationen kommunikativ verhandelt und mit unternehmerischen Mitteln umgesetzt werden, um sie schließlich als neue Problemlösungen im Bewusstsein und als Handlungspraktiken lokal und überlokal zu verankern (vgl. Christmann, Jähnke 2011: 212). Wenn Christmann und Jähnke (2011) außerdem feststellen, dass es auf Basis empirischer Ergebnisse erforderlich ist, von Social Entrepreneurship anstelle von Social Entrepreneurs zu sprechen, zeigt sich, dass Entrepreneurs selten allein soziale Neuerungen etablieren. In der Regel sind sie nicht nur in umfassende soziale Netzwerke eingebunden, sie agieren häufig selbst als Vernetzungsagenten und versuchen Unterstützer für die Lösung gesellschaftlicher Probleme zu mobilisieren. Solche Vernetzungsaspekte weitgehend vernachlässigend, konzentriert sich ein nicht unerheblicher Anteil des Literaturbestandes über Sozialunternehmer auf attributive Merkmale, die einen solchen Akteurstyp kennzeichnen (u. a. Bornstein 2006; Dees 1998; Pastakia 1998). Kreative Fähigkeiten, die Bereitschaft, Fachgrenzen zu überschreiten, systematisch-strategisches Handeln, Visionskraft, Ausdauer, Charisma und Antizipationsfähigkeit (Bornstein 2006: 303f.) sind Kennzeichen, die Social Entrepreneurs zugeschrieben werden. Diese Erkenntnisse über Social Entrepreneurs richten zwar den Blick auf sicherlich nicht zu vernachlässigende Schlüsselfiguren in sozialen Innovationsprozessen, indem sie die Bedeutung einzelner Persönlichkeiten als Treiber gesellschaftlichen Wandels in den Fokus rücken (vgl. Bornstein 2006: 12), verkürzen aber unsachgemäß die Durchsetzungswahrscheinlichkeit sozialer Innovationen auf akteursbezogene Merkmale der Individualebene. Ansätze hingegen, die fragen, wie es Social Entrepreneurs gelingt, ihre innovativen Denk- und Handlungsansätze zu entwickeln, in kommunikativen Austausch mit anderen zu bringen und abzustimmen, um sie schließlich lokal zu implementieren, wie beispielsweise von Christmann und Jähnke (2011), bleiben bislang die Ausnahme.

Als internationales Schwergewicht sozialwissenschaftlicher Forschung zur sozialen Innovierungsstärke von Zivilgesellschaft gilt die Leuvener Forschungsgruppe um Moulaert. Sie macht sozial innovative Initiativen an drei Dimensionen fest: der Befriedigung unerfüllter sozialer Bedürfnisse, dem Empowerment marginalisierter Bewohnergruppen und dem bottom-up Aufbau und Wandel von Netzwerkbeziehungen, beispielsweise zwischen zivilgesellschaftlichen Akteuren und politischen Entscheidungsträgern (Moulaert 2010: 4).

> „To the extent, that a growing number of needs, particularly those of the poor, remain unmet, social actors emerge whose central activity is aimed at initiating new or improving existing service delivery systems or at democratising the political mechanisms and procedures through

which social and economic policies are decided and implemented" (Swyngedouw, Moulaert 2010: 223).

Das verstärkt innovative Agieren zivilgesellschaftlicher Bottom-up-Initiativen erklären Swyngedouw und Moulaert unter anderem mit dem Rückzug des Wohlfahrtsstaates und der Durchsetzung einer neoliberalen Entwicklungslinie, die nicht zuletzt das Verhältnis zwischen Staat, Markt und Zivilgesellschaft selbst verändern würde. Kollaborative Partnerschaften und neue Governance-Arrangements sind Zielstellungen und potenzielle Konsequenzen dieses neuen Verhältnisses. Historische Wurzeln für das gegenwärtige Verständnis und die Dynamik sozial innovativer Initiativen leiten Moulaert et al. (2005), González et al. (2010) wie Zapf (1989) aus sozialen Bewegungen[21] ab. Zivilgesellschaft wird nämlich, folgt man Adloff (2005: 8), in sozialen Bewegungen als einer ihrer typischsten Organisationsformen sichtbar. „Social innovation is generated by a social movement, defined as a group of actors sharing the same conditions, interests, visions, objectives or ideas, who are determined to undertake one or more actions designed to tackle some sort of social need" (nach Moulaert et al. 2005 in Oliveira, Breda-Vázquez 2012: 524). Die Mehrzahl der von González et al. (2010: 58) untersuchten zivilgesellschaftlichen Vereinigungen mit sozial innovativem Charakter „derived from a repertoire of European, national and regional traditions, such as, for example, the nineteenth-century utopian communities, workers' movement, mutual aid and co-operative experiences, social Christianism". Howaldt und Schwarz (2010a: 94) teilen die Perspektive, dass soziale Innovationen über soziale Bewegungen Gestalt annehmen. Gillwald (2000: 16) geht darüber hinaus. Sie kennzeichnet soziale Bewegungen nicht nur als Trägergruppen sozial innovativen Handelns, sondern erklärt soziale Bewegungen selbst, allen voran die Umweltbewegung, zu einer sozialen Basisinnovation. Gemeinsam ist diesen Bezugnahmen, dass soziale Bewegungen aus der Zivilgesellschaft als zentrale Triebfedern sozialer Innovationsprozesse und damit als Ausgangspunkte gesellschaftlicher Wandlungsprozesse (vgl. Joas 1996: 291; Nilsson 2003: 6; Pickvance 2003) beschrieben werden. Als Auslöser und Motive für innovatives und kreatives Handeln werden wiederholt kollektive Bedürfnisempfindungen und Problemdefinitionen genannt. Auffällig ist, dass stärker Auto-

21 Trotz oder gerade wegen umfangreicher soziologischer Analysen zum Phänomen soziale Bewegungen, hat sich ein konsensuell getragenes Verständnis davon nicht durchsetzen können (vgl. Ahlemeyer 1989: 175). Weil dies nicht der Ort für eine Reflexion der komplexen Debatte zu sozialen Bewegungen ist, soll für ein grundlegendes Verständnis zunächst die Definition von Raschke herangezogen werden: „Soziale Bewegung ist ein mobilisierender kollektiver Akteur, der mit einer gewissen Kontinuität auf der Grundlage hoher symbolischer Integration und geringer Rollenspezifikation mittels variabler Organisations- und Aktionsformen das Ziel verfolgt, grundlegenderen sozialen Wandel herbeizuführen, zu verhindern oder rückgängig zu machen" (Raschke 1985: 77).

ren, die zu sozialen Innovationen (bzw. zu Innovationsprozessen allgemein) forschen, auch soziale Bewegungen in ihr Denken aufnehmen als dies umgekehrt der Fall ist. Dies mag mit Ressentiments zusammenhängen, die soziale Bewegungen gegenüber sozialen Innovationen äußern, wie das Zentrum für Soziale Innovationen in Wien (2006) feststellt:

> „Soziale Bewegungen verhalten sich gegenüber Innovation vielfach reservierter, denn zahlreiche Innovationen werden als die Umwelt belastend, Beschäftigung mindernd, bedrohlich für soziale Sicherheit und Lebensstile, im Zeichen der Globalisierung ganze Kulturen betreffend, wahrgenommen. Einseitigkeit in der Betrachtung, Förderung und Umsetzung von Innovationen macht diese Diskrepanzen möglich: Von Befürwortern wie auch Kritikern wird Innovation fast ausschließlich als technisch-industrielles Konzept verstanden".[22]

Dem ZSI zufolge sind soziale Bewegungsforscher tendenziell mit wenigen Bewegungsformen beschäftigt, die ihre Innovationsabsicht nachvollziehbar bekunden und die Integration des Innovationsparadigmas in soziale Bewegungsansätze erfordern würden. Nichtsdestotrotz hält insbesondere die soziale Innovationsliteratur interessante Einsichten für die Betrachtung sozialer Bewegungen bereit, werden diese doch gemeinhin bereits im Kontext gesellschaftlicher Wandlungsprozesse diskutiert (u. a. Fainstein, Hirst 1995; Pickvance 2003).

Anschlussfähig an meine Prozessperspektive auf die kommunikative Genese von Neuem sind darüber hinaus einige wenige empirische Studien, die sich mit Face-to-Face-Gruppenkommunikationsprozessen in sozialen Bewegungen auseinander setzen, auch wenn diese nicht auf Innovationskonzepte rekurrieren (Christmann 1998; Knoblauch 1995; Snow 2004; Snow, Benford 1992). Snow und Benford (1992) beispielsweise weisen auf die interaktiven und interpretativen Aushandlungsprozesse, die in sozialen Bewegungen in Bezug auf Agendasetting, Handlungsziele, Rollenverteilungen oder Bedeutungszuschreibungen stattfinden, hin. Vergleichbar zur Unterscheidung von Snow (2004) zwischen Führungsfiguren, Aktivisten und Unterstützern in sozialen Bewegungen differenziert Christmann (1998: 114) zwischen Kernmitgliedern, regelmäßig Aktiven und sporadisch Aktiven Akteuren in Ökologiegruppen. Auch Knoblauch (1995) legt, Nicht-Raucher- und Anonyme-Alkoholiker-Gruppen als soziale Bewegungen beschreibend, den Analysefokus auf kommunikative Muster und Kontexte solcher sozialen Bewegungen. Die Relevanz unterschiedlicher kommunikativer Rollenfiguren, von Konflikten und Machtprozessen wie kommunikativen Mustern in Face-to-Face-Kommunikationen übertrage ich auf meine Analyse der kommunikativen Genese von Neuem in zivilgesellschaftlichen Raumpioniervereinigungen.

22 In: https://www.zsi.at/de/object/event/1050?_wrapper=print; Zugriff am 14.03. 2013.

Stark (2008) ist neben Ornetzeder und Rohracher (2012) einer der wenigen Forscher im deutschsprachigen Raum, der Innovationen und Zivilgesellschaft sogar im Titel eines Buches in eine Zusammenschau stellt und dazu ausführt: „soziale Innovationen sind in hohem Maße auf das funktionierende Zusammenspiel zivilgesellschaftlicher Akteure angewiesen." (Stark 2008: 5) Bezeichnet als „Erneuerungsprozesse, die nicht im Reißbrett von dafür ausgewiesenen Akteuren in Politik, Wissenschaft und Technik entstehen, sondern die aus der Mitte der Gesellschaft kommen" (Beck, Kropp 2012: 15), sind es neben Stark, Beck und Kropp (2012: 17f.), die ihre Stimmen für eine stärkere wissenschaftliche Berücksichtigung von zivilgesellschaftlich initiierten Innovationen erheben. Membretti führt gewissermaßen die zuvor dargestellten Erkenntnisse über soziale Innovationen aus der Zivilgesellschaft zusammen: „Citizenship, in this empirical approach, becomes the product' of different services and enacted spaces: it is the main output, but also the main input for innovation and social change." (2010: 77) Wie Beck und Kropp (2012) sowie Stark (2008) und Moulaert et al. (2010) erkennt Membretti den Initiativcharakter von Bürgervereinigungen bei der Konstruktion sozialer Innovationen an, geht aber sogar über Moulaerts Zieldimension des Empowerments hinaus, wenn die gemeinsame, dauerhafte und aktive Organisation freiwillig zusammen handelnder Bürger als Ergebnis sozialer Innovationsprozesse ausgegeben wird.

Die hier reflektierten Forschungsansätze zu zivilgesellschaftlich angestoßenen sozialen Innovationen konzentrieren sich allesamt auf die Beschreibung zentraler Entstehungsgründe und Zielstellungen sozialer Innovationen, die ich für meine Analyse raumpionierinduzierter Sozialinnovationen fruchtbar machen kann. Aussagen über ihr kommunikatives Prozessieren lassen sich aus diesen Beiträgen jedoch nicht ableiten. Diesbezüglich greife ich auf Vorarbeiten des Projektes „Raumpioniere im Stadtquartier. Zur kommunikativen (Re-) Konstruktion von Räumen im Strukturwandel" zurück, an dem ich am Leibniz-Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung mitgearbeitet habe.[23] Darüber hinaus versprechen ökonomische Verlaufsmodelle (siehe Kapitel 2.3) sowie singuläre Ansätze innovationsorientierter Planung prozessbezogene Erkenntnisse zur Entstehung von Innovationen.

23 Zwar beschränkt sich der Raumpionierbegriff nicht, wie ich im Einleitungsteil bereits dargestellt habe, auf zivilgesellschaftliche Akteure. Am Beispiel von problematisierten Stadtquartieren in Berlin-Moabit und Hamburg-Wilhelmsburg konnte jedoch gezeigt werden, wie vor allem ideenreiche und zivil engagierte Akteure innovative Projekte initiieren, um Lösungen für raumbezogener Probleme aufzuzeigen und gegen Negativstigmatisierungen ganzer Stadtteile anzukämpfen (vgl. Christmann 2013a).

http://www.springer.com/978-3-658-08538-4

Soziale Innovationen in Berlin-Moabit
Zur kommunikativen Aushandlung von Neuem durch Raumpioniere im städtischen Kontext

Noack, A.

2015, XVI, 334 S. 12 Abb., 8 Abb. in Farbe., Softcover
ISBN: 978-3-658-08538-4