Inhalt

1 Einleitung: Gesellschaft innovativ? Zur Profanisierung des Neuen 17

1.1 Erkenntnisinteressen und Forschungsfragen ... 21
1.2 Begriffsklärungen ... 23
1.2.1 Zum wechselwirkenden Verhältnis von sozialen und technischen Innovationen ... 23
1.2.2 Soziale Innovationen im Raum ... 24
1.2.3 Woran lassen sich prozessierende Innovationen methodologisch festmachen? ... 32
1.2.4 Raumpioniere und soziale Innovationen ... 35
1.3 Großstädtische Problemquartiere als Untersuchungsraum sozialer Innovationsprozesse – eine Paradoxie? ... 42

2 Aufarbeitung des Forschungsstandes: Die Kommunikationsdimension als Appendix der sozialen Innovationsforschung 45

2.1 Akteure sozialer Innovationen – ihre Motive, Zielstellungen und gesellschaftlichen Felder ... 46
2.1.1 Innovative Zivilgesellschaft? Bottom-up initiierte Sozialinnovationen ... 49
2.1.2 Ansätze innovationsorientierter Planung ... 55
2.2 Vom innovativen Akteur zum Innovationsnetzwerk ... 58
2.3 Kommunikation, Konflikte, Machtauseinandersetzungen, Vertrauen und Gruppendynamiken im Innovationsprozess ... 63
2.4 Soziale Innovationen im Raum und kreative Stadtentwicklung ... 69
2.5 Soziale Innovationen in sozialwissenschaftlichen Theorien ... 74

3 Theoretische Grundlagen: Mit dem kommunikativen Konstruktivismus und der Theorie kommunikativer Raum(re-)konstruktion zum erweiterten Prozessverständnis sozialer Innovationen 81

3.1 Wie kommt das Neue in die gesellschaftlich konstruierte Wirklichkeit? ... 82
3.2 Von der gesellschaftlichen Konstruktion der Wirklichkeit zum kommunikativen Konstruktivismus ... 91

3.2.1 Kommunikative Gattungen und kommunikative Formen zur Generierung von Neuem 96
3.2.2 „Innovation often emerges from conflict“: Dissens und sozialer Konflikt 98
3.2.3 Face-to-Face-Kommunikationen in der sozialen Innovationsgenese 100
3.3 Zur Theorie kommunikativer Raum(re-)konstruktion 102
3.4 Soziale Netzwerke, Sozialkapital und Macht in der kommunikativen Genese von Neuem 108
3.4.1 Soziale Netzwerke und Innovationsgemeinschaften 108
3.4.2 Bourdieus Kapitaltheorie 110
3.4.3 Die Durchsetzung von Neuem als Machtfrage 113

4 Methodologische und methodische Konsequenzen: Eine fokussierte Ethnografie zur prozessbegleitenden Analyse sozialer Innovationen im Raum 117

4.1 Zur prozessbegleitenden Perspektive auf soziale Innovationen im Raum 117
4.2 Passive Beobachtung statt aktive Gestaltung 119
4.3 Eine qualitative Methodentriangulation unter dem Dach einer fokussierten Ethnografie 122
4.3.1 Methoden der Datenerhebung 124
4.3.1.1 Teilnehmende Beobachtungen kommunikativer Aushandlungsprozesse von Neuem 124
4.3.1.2 Problemzentrierte Interviews mit potenziellen Raumpionieren 126
4.3.1.3 Qualitative Egonetzwerke der Raumpioniere 127
4.3.1.4 Dokumentensammlung und Diskursanalyse 129
4.3.2 Verfahren der Datenanalyse und -interpretation 131
4.3.2.1 Grounded-Theory-Methodologie 132
4.3.2.2 Wissenssoziologische Hermeneutik 134
4.3.2.3 Kommunikative Gattungsanalyse 135
4.3.2.4 Die fallrekonstruktive Analyse egozentrierter Netzwerke 137
4.3.2.5 Der Fallvergleich 139
4.4 Möglichkeiten und Herausforderungen einer fokussierten Ethnografie bei der Untersuchung sozialer Innovationen im Raum 140
4.5 Die Fallauswahl 142

5 Empirische Analyse: Drei soziale Innovationsprozesse im Raum – drei Fallstudien im Kontext Moabiter Stadtquartiere 145

5.1 Der Stadtteil Moabit und seine Problemquartiere 145
5.1.1 Ein Problemstadtteil im Aufwärtstrend 146
5.1.2 „In Moabit muss man kein Theater spielen“: Perspektiven von zivilgesellschaftlichen Akteuren auf einen authentischen, lebendigen und gemischten Stadtteil..... 148
5.1.3 Eine Enquete-Kommission schafft politischen Handlungswillen: Rahmenbedingungen für bürgerschaftliches Engagement in Deutschland und Berlin 150
5.2 Fallstudie 1: Der Moabiter Bürgerverein und soziale Innovationen im Raum..... 154
5.2.1 Das Aktionsfeld des Moabiter Bürgervereins und multiple Entstehungsgründe für innovationsbezogenes Handeln..... 154
5.2.2 Ein eigentlicher Raumpionier: Robert Zimmermann..... 159
5.2.2.1 Kooperations- und Netzwerkbeziehungen: „Ohne das kommt man nicht weiter“..... 162
5.2.2.2 Fazit: Robert Zimmermann als eigentlicher Raumpionier mit multiplen Funktionen im Entstehungsprozess sozialer Innovationen..... 165
5.2.3 Zur kommunikativen Genese von Neuem im Moabiter Bürgerverein 165
5.2.3.1 Primäre Rahmenwechsel in der Aushandlung über Neues: Experimentelle Formen mit raumbezogenem Problemlösungspotenzial..... 166
5.2.3.2 „Falls da einer Ideen hat?“ Zu strukturellen Verfestigungen von Ideenaushandlungsprozessen im Moabiter Bürgerverein..... 171
5.2.3.3 Machtpositionen, Vertrauen und Interessenheterogenität – Zur situativen Interdependenz dieser Gruppenfaktoren im Moabiter Bürgerverein 178
5.2.4 Der Beitrag des Bürgervereins zur kommunikativen Raum(re-)konstruktion Moabits 186

5.2.4.1 Raumbezogene Integrationskraft trotz Widerstand: Der Einfluss des Moabiter Bürgervereins auf immaterielle Raum(re-)konstruktionen 187
5.2.4.2 Neue Raumgestaltungen und -aneignungen im Quartier: Der Einfluss des Moabiter Bürgervereins auf materiell-physische Raum(re-)konstruktionen 194
5.2.5 Sprechen über Neues als Alltagsschema – Zur Fallcharakteristik des Moabiter Bürgervereins 199
5.3 Fallstudie 2: Die Moabitwebsite und soziale Innovationen im Raum 202
5.3.1 Das Aktionsfeld der Moabitwebsite und Entstehungsgründe für problemlösungsbezogenes Handeln 203
5.3.2 Die Ideenträger und ihre Netzwerke 206
5.3.2.1 Eine etablierte Raumpionierin: Michaela Lenz .. 207
5.3.2.1.1 Das Unterstützungsnetzwerk von Michaela Lenz 210
5.3.2.1.2 Fazit: Michaela Lenz als etablierte Raumpionierin, Problemaufwerferin und Legitimationsinstanz von Neuem im Entstehungsprozess sozialer Innovationen 212
5.3.2.2 Ein etablierter Raumpionier: Erhard Irrlitz 213
5.3.2.2.1 Das inklusionsorientierte Unterstützungsnetzwerk von Erhard Irrlitz 216
5.3.2.2.2 Fazit: Erhard Irrlitz als etablierter Raumpionier und Legitimierungsfigur im Entstehungsprozess sozialer Innovationen 218
5.3.2.3 Eine engagierte Akteurin: Monika Klaus 219
5.3.2.3.1 Wertebezogener Verzicht am strategischen Netzwerkaufbau 222
5.3.2.3.2 Fazit: Monika Klaus trifft als engagierte Akteurin auf Durchsetzungsbarrieren ihrer kreativen Impulse 224
5.3.2.4 Ein engagierter Akteur: Burkhard Höfig 225

5.3.2.4.1 Höfig als ortskundiger Gelegenheits-vernetzer mit marginalen Netzwerkressourcen 227
5.3.2.3.2 Fazit: Als engagierter Akteur löst Burkhard Höfig kreative Irritationen aus 229
5.3.3 Zur kommunikativen Genese von Neuem in der Moabit-website 230
5.3.3.1 Problemdiskussionen als kommunikative Form zur nicht-intendierten Neuerungs-erzeugung auf pragmatischer Ebene und differente Legitimationsstrategien 231
5.3.3.2 Adaptionsgrenzen neuer Ideen – oder zur situativen Interdependenz von Wissensheterogenität, Vertrauen, Konflikt und Machtauseinandersetzungen um Gruppenpositionen 238
5.3.4 Der Beitrag der Moabitwebsite zur kommunikativen Raum(re-)konstruktion Moabits 243
5.3.4.1 Ein lokaler Diskursakteur etabliert sich: Der resonanzbedingte Einfluss der Moabitwebsite auf immaterielle Raum(re-)konstruktionen 244
5.3.4.2 Materielle Auswirkungen eines Diskursakteurs: Der Einfluss der Moabitwebsite auf materiell-physische Raum(re-)konstruktionen 251
5.3.5 Eine lokale Innovation als Zufallsprodukt problemlösungsbezogenen Handelns – Zur Fallcharakteristik der Moabitwebsite 252
5.4 Fallstudie 3: Die Moabiter Imageassoziation und soziale Innovationen im Raum 255
5.4.1 Das Aktionsfeld der Moabiter Imageassoziation und plurale Entstehungsbedingungen für neuerungsbezogenes Handeln 255
5.4.2 Die Ideenträger und ihre Netzwerke 259
5.4.2.1 Auf dem Weg von der potenziellen zur eigentlichen Raumpionierin: Isabel Richter 259
5.4.2.1.1 Isabel Richters strategisch, nutzenkalkulierendes Netzwerkmanagement 262
5.4.2.1.2 Fazit: Auf dem Weg von der potenziellen zur eigentlichen Raumpionierin institutionalisiert

Isabel Richter strukturelle Kontexte für die Aushandlung über Neues 264
5.4.2.2 Auf dem Weg von einer potenziellen zur eigentlichen Raumpionierin: Nina Blomquist 265
5.4.2.2.1 Das positiv integrierte und lokal aktivierbare Unterstützungsnetzwerk von Nina Blomquist 268
5.4.2.2.2 Fazit: Nina Blomquist als Ideenschmiederin auf dem Weg von einer potenziellen zur eigentlichen Raumpionierin 270
5.4.3 Zur kommunikativen Genese von Neuem in der Moabiter Imageassoziation 271
5.4.3.1 „Ganz verquer denken" – Die Aushandlung von Neuem zwischen experimentellen Formen und struktureller Verfestigung 271
5.4.3.2 Praktikabilität, Zweckrationalität und Imitation als zentrale Legitimationsstrategien in der machtasymmetrischen Verhandlung von Neuem 279
5.4.4 Der Beitrag der Moabiter Imageassoziation zur kommunikativen Raum(re-)konstruktion 284
5.4.4.1 Im Spannungsfeld von Kiezaufwertung und Gentrifizierung: Der Einfluss der Moabiter Imageassoziation auf immaterielle Raum(re-)konstruktionen 284
5.4.4.2 Umnutzung und Neudefinition von Quartiersgestaltungen: Der Einfluss der Moabiter Imageassoziation auf materiell-physische Raum(re-)konstruktionen 289
5.4.5 Die kommunikative Genese von Neuem als Prozess schöpferischer Neukombination, Imitation und Adaption – Zur Fallcharakteristik der Moabiter Imageassoziation 291

6 Fallübergreifende Schlussbetrachtungen: Zur kommunikativen Genese sozialer Innovationen und ihren raum(re-)konstruktiven Wirkungen 295

6.1 Zur kollektiven Organisation von Neuem: Raumpioniere und ihre Netzwerke 296

6.1.1 Raumpioniere und ihre Netzwerke im Vergleich und ihre Funktionen im Entstehungsprozess sozialer Innovationen ... 297
6.1.2 Plurale Entstehungsgründe für soziales Innovationshandeln: Kollektiv geteilte Problemlagen, ein kreativer Genius, grammatisch institutionalisierte Innovationserwartungen und die Prägekraft des Sprechens über Innovationen ... 302
6.1.3 Konflikt, Macht, Vertrauen und Wissensheterogenität: Zur situativen Interdependenz solcher Gruppenfaktoren in der kommunikativen Innovationsgenese ... 304
6.2 Gesagte und gemachte Innovationen: Zum Verhältnis von Semantik und Pragmatik bei bottom-up initiierten sozialen Innovationen im Raum ... 308
6.2.1 Die kommunikative Verhandlung von Neuem zwischen experimentellen Formen zur Transformation des primären Rahmens und kommunikativen Gattungen ... 309
6.2.2 Originalität, Praktikabilität, Wertebezogenheit: Legitimationsstrategien zur Durchsetzung von Neuem ... 315
6.3 Zum Raumtransformationspotenzial sozialer Innovationen oder zur Spezifizierung der Theorie kommunikativer Raum(re-)konstruktion ... 319

Literatur **327**

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