

Soziale Innovation/en: Zugänge und Verständnisse des ZSI

**Conference: Social Innovations in Rural Areas
HNE Eberswalde**

14. 11. 2013

**Berenike Ecker
Zentrum für Soziale Innovation**





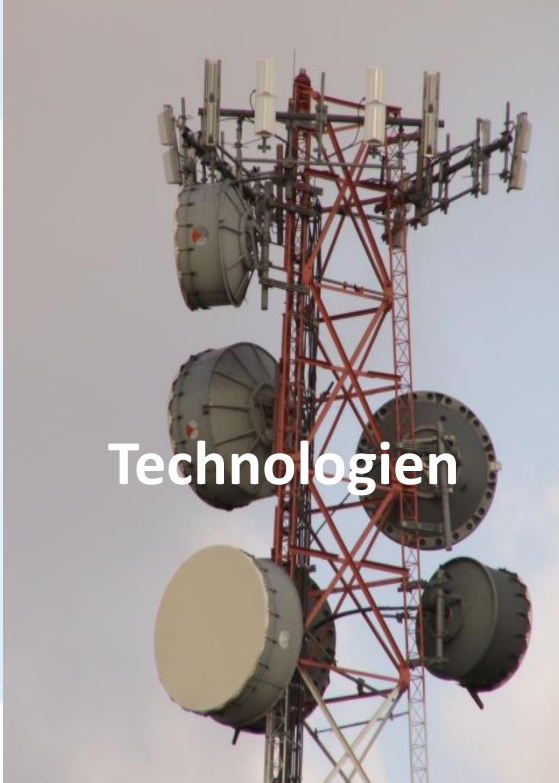
Evolution

Gesellschaftliche Entwicklung,
Veränderungen und Krisen:
Welche Lösungen für soziale Fragen?



Soziale Innovationen

>> *Kulturelle Evolution*



Technologien



Der breitere Rahmen: "Innovationskonzepte" ...

100 Jahre Innovationstheorie und Innovationsforschung

5 Formen von "neuen Kombinationen" bei Schumpeter im Vergleich zu den 4 Grundtypen von „Innovationen“ nach dem „Oslo Manual“

Neue Kombinationen von Produktionsfaktoren (Schumpeter 1911):

Grundtypen von Innovationen (OECD/EUROSTAT 2005, 29):

Neue oder bessere Produkte



Produktinnovationen

Neue Produktionsmethoden



Prozessinnovationen

Eroberung neuer Märkte



Innovationen im Marketing

Neue Quellen für Rohmaterial



Organisatorische Innovationen

Reorganisation der Marktposition

75%
Schumpeter



Innovationsverständnis

„Innovation ist nicht nur ein wirtschaftlicher Mechanismus oder ein technischer Prozeß.

Sie ist vor allem ein soziales Phänomen, in dem die Kreativität von Einzelpersonen und Gesellschaften, ihre Bedürfnisse oder Wünsche zum Ausdruck kommen.

Von daher sind Zweckbestimmung, Folgen und Rahmenbedingungen der Innovation eng mit dem sozialen Klima verknüpft, in dem sie entsteht.“

Europäische Kommission, 1995: Grünbuch zur Innovation

http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com95_688_de.pdf





Alle Innovationen sind sozial relevant

**Jede Innovation entsteht in einem gesellschaftlichen Kontext
und hat Auswirkungen
auf die eine oder andere soziale Gruppierung,
und auf – viele oder wenige – Individuen
in ihren diversen Rollen in Familien, Wirtschaft, Beruf ...**

**Das traditionelle Verständnis, Messen und Benchmarking von Innovationen
berücksichtigt weder die soziale Relevanz von Innovationen im Allgemeinen,
noch soziale Innovationen im Besonderen.**





Definition „Soziale Innovation“ *)

**„Soziale Innovationen sind
neue soziale Praktiken zur Bewältigung sozialer
Herausforderungen,
die von den betroffenen gesellschaftlichen
Gruppen angenommen und genutzt werden“**



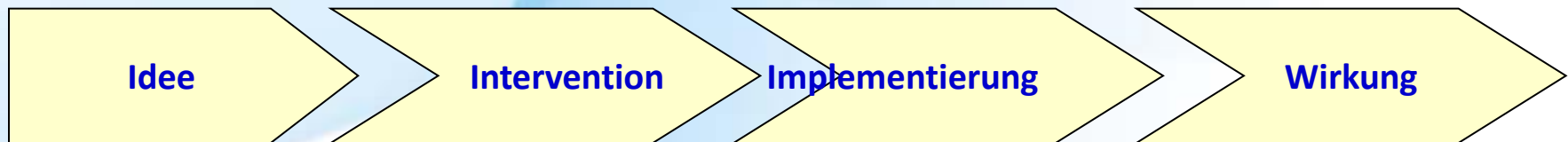
***) Zentrum für Soziale Innovation, 2012:
„Alle Innovationen sind sozial relevant“ – ZSI-Discussion Paper 13, S. 2.**





Merkmale sozialer Innovationen (1)

- o **Unterscheidung zwischen Idee und Innovation:** eine Idee wird erst zu einer Innovation im Prozess der Umsetzung, *wenn sie soziale Praktiken verändert und verbessert.*
- o **Der „4-I Prozess“:**
 - **Idee** (Problemanalyse und Vorstellung einer Lösung)
 - **Intervention** (Methoden entwickeln/erproben, Akteure aktivieren)
 - **Implementierung bzw. Institutionalisierung** (Umsetzung, *Durchsetzung*)
 - **Impakt: Wirksamkeit** (Akzeptanz, direkte/indirekte Effekte, ‚Reichweite‘)



Merkmale sozialer Innovationen (2)

- Idee»** **Warum, wo und wie beginnen?**
- Problemanalyse
 - Initiative ausgehend von Individuen, Organisationen etc. (Stakeholder)
 - Ansatzpunkte: neue Ideen, andere Perspektiven und Kreativität
- Intervention»** **Welche Methoden und Ressourcen stehen zur Verfügung oder können mobilisiert werden?**
- Menschen, ihre Qualifikationen und Kompetenzen
 - Wissen und Quellen (Erfahrung, Wissenschaft & Forschung)
 - Geld, Infrastruktur, Sozialkapital
- Implementierung»** **Wie kann die neuen Praxis durchgesetzt („institutionalisiert“) werden?**
- Interessen, Traditionen, manifeste/latente/systemische Widerstände
 - Übertreffen der Vorteile von bisherigen Praktiken oder Untätigkeit
 - Aufwand der Realisierung, Zeit, Ausdauer
 - Berücksichtigung anderer Prozesse (z.B. sozialer Wandel, technische Entw.)
- Impact»** **Welchen Wirkungen können erwartet bzw. beobachtet werden?**
- Theoretische Reichweite und Akzeptanz in der bzw. den Zielgruppen
 - Unterschiedliche Auswirkungen (positive vs. negative Effekte)
 - Direkte und indirekte, aktuelle und spätere Wirkungen
 - Maßstäbe, Relationen, Indikatoren ...



Merkmale sozialer Innovationen (3)

Soziale Innovationen stehen (wie jede Innovation) im **Wettbewerb** mit traditionellen Praktiken oder anderen neuen Lösungsvorschlägen – und sie durchlaufen einen **Lebenszyklus** (Ende wenn Akzeptanz > Neuheit)

Soziale Innovationen sind **nicht normativ** sozial in Sinn von ‚gut‘

Reichweite und Verbreitung: neue Praktiken müssen nicht für die ganze Gesellschaft gelten oder angewendet werden (i.d.R. gibt es Zielgruppen)





Soziale Innovation im erweiterten Innovationsparadigma

Innovationen mit wirtschaftlichen Zielsetzungen ¹⁾

Verbessern, verändern oder schaffen eine neue wirtschaftliche Praxis

→ eingeführte Typologie, Auswirkungen werden mit ökonomischen Maßzahlen gut erfasst.

- Produkte (primär auf Technik basierend)
- Dienstleistungen (vielfach auf Technik basierend)
- Organisation (teilweise auf Technik basierend)
- Marketing (nutzt technische – und soziale – Innovationen)

Innovationen mit sozialen Zielsetzungen ²⁾

Verbessern, verändern oder schaffen neue soziale Praktiken

→ noch nicht eingeführte Typologie, fehlende Methoden/Indikatoren um Effekte zu messen.

- Rollen (von informeller Abweichung bis zu formeller Neubestimmung)
- Beziehungen (von individueller Anpassung bis zu kollektiven Verpflichtungen)
- Normen (von mikro- bis makrosoziologischen Regelungen und Gesetzen)
- Werte (von variablen Wertmustern bis zu rechtlich und kulturell verankerten Werten)

1) „Oslo Manual“, OECD/EUROSTAT 2005, re. Schumpeter

2) Erweiterungskategorien 2011, Jo Hochgerner



WAS IST INNOVATIV – z. B. in der Bildung ?

Soziale Innovation:
 Eine neue, gezielte und erfolgreiche Lösung für ein soziales Problem

„Erfolgreich“ heißt: Die Lösung **funktioniert**, wird **angenommen** und findet **Verbreitung**.

		Idee und Methode der Problemlösung	
		Alt	Neu
Soziales Problem z.B. in der Schule	Alt „Sozial unterschiedl. Erfolg“	Individuelle Förderung; Schulorganisation	Erfolgskriterium » Potenzial- statt Defizitansatz
	Neu „Internet, video games“	Anwendung von Kontrolle, Restriktionen	Innovation Einsatz sozialer Kompetenzen, inter-generationelles Lernen



Systemische soziale Innovation: Integrative Konsumbeteiligung

Das Beispiel „Zukunft für alle“ in Kapfenberg

- Projekt der Stadt seit 2006: Idee = Hilfe ohne Stigmatisierung
 - Armut nicht rein einkommensbestimmt („soziale Ausgrenzung“)
 - „AktivCard“ seit Anfang 2008 ► Ermäßigte Angebote für
 - ✓ Kultur und Sportveranstaltungen und Benützung von Sportstätten
 - ✓ Angebote des ISGS (Integrierter Sozial- und Gesundheitsprengel)
 - ✓ Transporte (Busverkehr)
 - ✓ Lebensmitteleinkauf
 - ✓ Kein Sozialmarkt (SOMA), der Reste und beschädigte Ware anbietet
 - ✓ Normaler Supermarkt einer Kette („Nah & Frisch“), jedoch betrieben von sozialem Trägerverein (pro mente Steiermark), Stadtgemeinde subventioniert
 - ✓ Je nach (Minder-)Einkommen gestaffelt kann mit der AktivCard bis zu 60% begünstigt eingekauft werden – Zahlung mit Chipkarte wie „normale“ Kunden
- www.kapfenberg.at/system/web/sonderseite.aspx?menuonr=220447074&detailonr=220447074





Berenike Ecker
Zentrum für Soziale Innovation
Linke Wienzeile 246
A - 1150 Wien

Tel. ++43.1.4950442-45
Fax. ++43.1.4950442-40
email: ecker@zsi.at
<http://www.zsi.at>

