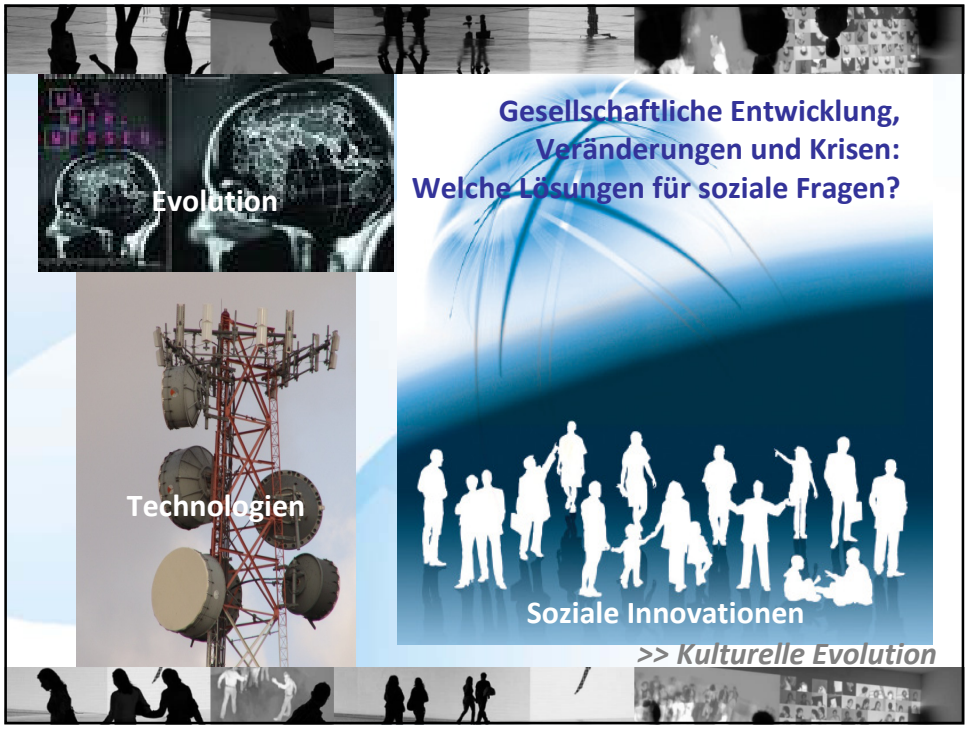
7. Forschungswerkstatt der Donau Universität Krems:

Von sozialen Innovationen lernen – Soziale Innovationen für das Lernen

ZSI, Linke Wienzeile 246, 1150 Wien
13. 4. 2012

Einführung: Soziale Innovationen als Teil eines erweiterten Innovationsparadigmas

Josef Hochgerner
Zentrum für Soziale Innovation



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 Produktions-faktoren (Schumpeter 1911):		**Grundtypen von Innovationen** (OECD/EUROSTAT 2005, 29):
Neue oder bessere Produkte	→	Produktinnovationen
Neue Produktionsmethoden	→	Prozessinnovationen
Eroberung neuer Markte	→	Innovationen im Marketing
Neue Quellen für Rohmaterial Reorganisation der Marktposition	⋮	Organisatorische Innovationen

75% Schumpeter

Innovation aus sozio-kultureller Perspektive

Innovations are „changes or novelties of rites, techniques, customs, manners and mores."

Horace Kallen, 1949: Innovation, in: Encyklopedia of the Social Sciences; Vol. 8; pp. 58ff.

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.“

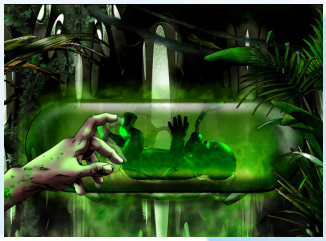
Europäische Kommission, 1995: Grünbuch zur Innovation
http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com95_688_de.pdf

Das Konzept “soziale Innovation” …

INNOVATIONEN IM SOZIALEN WANDEL

Die berühmteste aller Dampfmaschinen:
Optimiert durch James Watt, 1776

Menschen nach Maß:
Optimierung im 21. Jahrhdt. ?



„Schöne neue Arbeits- und Lebenswelt“:
Optimierung des menschlichen Verhaltens und von Sozialsystemen

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.

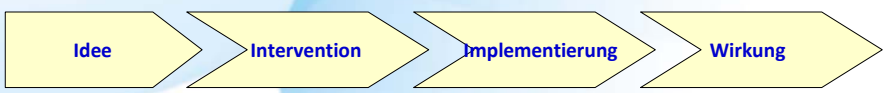
BEISPIELE SOZIALER INNOVATIONEN

Bereiche gesellschaftlicher Entwicklung	Verbreitete, teils historische und institutionalisierte soziale Innovationen
Bildung und Weiterbildung	• **Schulpflicht; Schulformen; pädagog./didaktische Konzepte; technologie-unterstütztes Lernen; Web 2.0; Wikipedia …**
Arbeit, Beschäftigung, Wirtschaft	• Gewerkschaften; Gruppenarbeit; Kurzarbeit/Arbeitszeitkonten; Selbstbedienung, CSR, Sozialunternehmen, Open Innovation …
Diversity Management und Zukunftsvorsorge	• Unternehmenstheater für verbesserte interne Kommunikation; Sozialarbeit mit Arbeitslosen – Ziel Wiedereinstellung … [1)]
Technologien, Maschinen	• Normen; Durchsetzung von Standards; Verkehrsregeln; Führerschein; Straßenampeln; *technology assessment* …
Demokratie und Politik	• Der Staat als juristische Person; (allgemeines) Wahlrecht; Verwaltungsprozeduren; Kontrolleinrichtungen ...
Sozialsystem und Gesundheitswesen	• Soziale Vorsorgesysteme und Formen ihrer Finanzierung (z.B. Versicherungsprinzip vs. Steuern); Gemeinschaftspraxen …

1) Beispiele aus Kesselring/Leitner, Soziale Innovation in Unternehmen; ZSI-Studie 2008: https://www.zsi.at/object/publication/1444

Merkmale sozialer Innovationen (1)

- **Unterscheidung zwischen Idee und Innovation:** eine Idee wird erst zu einer Innovation im Prozess der Umsetzung, *wenn sie soziale Praktiken verändert und **verbessert***.
- **Der „4-*I* Prozess“:**
  - ***I*dee** (Problemanalyse und Vorstellung einer Lösung)
  - ***I*ntervention** (Methoden entwickeln/erproben, Akteure aktivieren)
  - ***I*mplementierung bzw. *I*nstitutionalisierung** (Umsetzung, *Durch*setzung)
  - ***I*mpakt: Wirksamkeit** (Akzeptanz, direkte/indirekte Effekte, ‚Reichweite‘)



Merkmale sozialer Innovationen (2)

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)

Agnès Hubert et al. [BEPA-Report]*) unterscheiden drei Perspektiven zur Bestimmung von Zielen und (beabsichtigten) Wirkungen:

- **„social demand"** – unmittelbarer Bedarf an Sozialleistungen
- **„societal challenges"** – Maßnahmen zu gesellschaftlichen Herausforderungen
- **„systemic change"** – Gestaltung von Prozessen des sozialen Wandels

*) **„Empowering people – driving change. Social Innovation in the European Union."**
http://ec.europa.eu/bepa/pdf/publications_pdf/social_innovation.pdf

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) Meine Erweiterungskategorien 2011

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 unter-schiedl. Erfolg“	Individuelle Förderung; Schul-organisation	Erfolgskriterium » Potenzial- statt Defizitansatz
	Neu: „Internet, video games“	Anwendung von Kontrolle, Restriktionen	**Innovation**: Einsatz sozialer Kompetenzen, inter-generationelles Lernen

Pöchhacker Innovation Consulting & Zentrum für Soziale Innovation, 2012:

Wirtschafts-politische Chancen und Perspektiven sozialer Innovation in Österreich;

Konzeptstudie im Auftrag der aws GmbH

Beispiele sozialer Innovationen in österreichischen Unternehmen

- Umwelt und Nachhaltigkeit
- Demografischer Wandel
- Gesundheit
- Veränderung der Lebens- und Arbeitswelt
- Bildung und Qualifizierung

Download: https://www.zsi.at/object/publication/2159

BEISPIELE UND EFFEKTE: 1/4

Maschinen- und Anlagenbau (6000 Beschäftigte)				Typus der soz. Innovation: Form neuer Praktiken
Problemanalyse und Idee	Intervention, Methodik	Implementierte Maßnahmen	Ergebnisse, Auswirkungen	
Marktentwick-lung, interne Kommunikation, Kundenbindung ► „Verknüpfen von Weiterbildung und Kunden-information“	Lockerung der Abteilungs-strukturen, zugleich Öffnung der Firma nach außen	„InfoCenter“, kombiniert permanente Ausstellung, neue Weiter-bildungs- und Trainings-konzepte inkl. Kundentraining (Innovationen in d. Schalungs-technik)	Interne Synergien, Zeitersparnis, Infocenter ist ein Ort für Sozialkontakte (‚*socialising*‘), positive Resonanz bei Partnerfirmen und in weiterer Öffentlichkeit	Veränderte Rollen: Das Unternehmen gegenüber Partnern und Kunden nicht nur Anbieter von Waren und DL, sondern auch von Bildung, intern öfter Rollenwechsel der Beteiligten

Vgl. Projektbericht der ZSI-Studie 2008: Kesselring/Leitner, Soziale Innovation in Unternehmen; https://www.zsi.at/object/publication/1444

BEISPIELE UND EFFEKTE: 2/4

Konzernunternehmen der Papierindustrie (ges. 33.000 Beschäftigte)				Typus der soz. Innovation: Form neuer Praktiken
Problemanalyse und Idee	Intervention, Methodik	Implementierte Maßnahmen	Ergebnisse, Auswirkungen	
Preisdruck und wachsende Konkurrenz im Sektor ► „Nutzen von ‚tacit knowledge‘ – Wissens-resourcen, Wissensmanage-ment“	Intranetplatt-form, Dokumen-tation und Analyse der MA-Vorschläge zur Effizienzsteige-rung, einsetzen v. Innovations-managern je Abteilung und Evaluierungs-komittees	„Strategisches Innovations-programm“ für alle Ebenen der Unternehmens-hierarchie, Monitoring der Umsetzung und Ergebnisbeteili-gung (Prämien: 10% v. Netto-ersparnis)	Höhere und intensivere Beteiligung der Beschäftigten, steigende Arbeitszufrie-denheit, Kostensenkung im Konzern ca. 100 Mio. € in drei Jahren	Veränderte Beziehungen: Die Mitarbeiter/ innen (MA) fühlen sich wert-geschätzt, gemeinsame Motivation verbindet und stärkt neben der Effizienz unter anderem auch Umweltschutz

Vgl. Projektbericht der ZSI-Studie 2008: Kesselring/Leitner, Soziale Innovation in Unternehmen; https://www.zsi.at/object/publication/1444

BEISPIELE UND EFFEKTE: 3/4

KMU, Schuhe & Möbel (50 Beschäftigte, Sozialunternehmen, *social entrepreneurship*)				Typus der soz. Innovation: Form neuer Praktiken
Problemanalyse und Idee	Intervention, Methodik	Implementierte Maßnahmen	Ergebnisse, Auswirkungen	
Strukturschwache Region, hohe Arbeitslosigkeit, fehlende Investitionen ► „Wirtschaften zum Leben – langsames Wachstum“	Regionales Produktions- und öst.-weites Handelsnetz-werk (GEA) in Verbindung mit lokalen und globalen Sozialinitiativen	Starke individuelle Leadership, verstärkt durch partizipative Elemente; Aufbau eigener „Akademie“ und „Sozialfonds“	Stabile Entwicklung der Werk-stätten, Beiträge zur Regionalent-wicklung, Regional-währung: „Waldviertler“	Veränderte Normen: Ziele des Wirtschaftens selbst werden anderes als üblich definiert, Handlungs-spielräume normativ neu gestaltet

Vgl. Projektbericht der ZSI-Studie 2008: Kesselring/Leitner, Soziale Innovation in Unternehmen; https://www.zsi.at/object/publication/1444

BEISPIELE UND EFFEKTE: 4/4

Elektronik und Messtechnik (300 Beschäftigte)				Typus der s. I.: Form neuer Praktiken
Problemanalyse und Idee	Intervention, Methodik	Implementierte Maßnahmen	Ergebnisse, Auswirkungen	
Alternde Gesellschaft allgemein und Altern der altersmäßig weitgehend homogenen (zwischen 35-45 J.) Belegschaft ► „Sensibilisierung und Vorsorge“	Investitionen in Weiterbildung, Bewusstseins-bildung und Kommunikation zum Thema; Nutzen von WAGE (*Winning Age, Getting Future* von AK und WK Oö.), und *QualiTech* (Qualifizierungs-programm)	Erhebungen zu Gesundheit, sozialen und anderen Kom-petenzen der MA; interne „Bildungsaka-demie“, firmen-eigenes Ausbil-dungscurricu-lum; Projekt-entwicklung mit AK, WK, ESF, AMS	Bildung und Weiterbildung führen zu neuen (weiter-en) Berufsab-schlüssen; vorher schlecht qualfizierte Schichtarbeiter innen kommen zu besser an höheres Alter angepasste Stellen	Veränderte Werte: Die Firma könnte MA abbauen und neue ein-stellen, will aber vorausschauend ‚alternsgerechte Arbeitmöglich-keiten‘ schaffen und realisiert soziale Werte neben betriebs-wirtschaftlichem Erfolg

Vgl. Projektbericht der ZSI-Studie 2008: Kesselring/Leitner, Soziale Innovation in Unternehmen; https://www.zsi.at/object/publication/1444

Fragen zur Diskussion und Entwicklung sozialer Innovationen:

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 neue Praxis durchgesetzt (‚institutionalisiert') werden?**

- Interessen, Traditionen, manifeste/latente/systemische Widerstände
- Übertreffen der Vorteile von bisherigen Praktiken und von 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 Zielgruppen
- Unterschiedliche Auswirkungen (positive vs. negative Effekte)
- Direkte und indirekte, aktuelle und spätere Wirkungen
- Maßstäbe, Relationen, Indikatoren ...

Univ. Prof. Dr. Josef Hochgerner

Zentrum für Soziale Innovation
Linke Wienzeile 246
A - 1150 Wien

Tel. ++43.1.4950442
Fax. ++43.1.4950442-40
email: hochgerner@zsi.at
http://www.zsi.at