



Robert Oschatz

Soziale Innovationen aus räumlicher Perspektive

Eine Untersuchung zur Entwicklung der „Regionalwert AG“
unter besonderer Berücksichtigung räumlicher Strukturen

Inhalt

Vorwort

1. Einleitung
 - 1.1 Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit
 - 1.2 Einordnung in den Forschungsstand
 - 1.3 Methodik und Aufbau der Arbeit
2. Soziale Innovation als Veränderungsimpuls für gesellschaftliches Handeln
 - 2.1 Innovation – Eine Begriffsklärung
 - 2.2 Unternehmertum als Kontext von Innovation
 - 2.3 Sozialunternehmertum als Kontext von sozialer Innovation
 - 2.4 Soziale Innovation als Beginn gesellschaftlichen Wandels
3. Die Wechselwirkung von Handeln und Struktur – Die Theorie der Strukturation
 - 3.1 Soziales Handeln
 - 3.2 Gesellschaftliche Struktur/ en
 - 3.3 Dualität von Handeln und Struktur
4. Raum als Teil gesellschaftlicher Strukturen – Die Wechselwirkung von Handeln und räumlichen Strukturen
 - 4.1 Das handlungstheoretische Raumverständnis
 - 4.2 Relationaler Raum – Die Dualität von Handeln und Raum

5. Identität und Raumbilder als Indikatoren räumlicher Strukturen
 - 5.1 Identität als Teil von Handeln
 - 5.2 Kollektive Identität
 - 5.3 Raumbilder
 - 5.4 Folgerungen für die qualitative Untersuchung
6. Methodisches Vorgehen
 - 6.1 Die Methode empirisch-qualitativer Experteninterviews
 - 6.2 Datenerhebung – Ablauf der Befragung
 - 6.3 Datenauswertung
7. Untersuchung der Regionalwert AG und der Region Freiburg
 - 7.1 Das Untersuchungsgebiet: Region Freiburg
 - 7.2 Projektbeschreibung: Die Regionalwert AG als soziale Innovation
 - 7.3 Auswertung: Raumbilder der Region Freiburg
 - 7.4 Verbindung der Raumbilder mit den Zielen der Regionalwert AG
8. Abschlussbetrachtung
 - 8.1 Diskussion zu sozialen Innovationen aus räumlicher Perspektive
 - 8.2 Übertragbarkeit der Erkenntnisse zur Regionalwert AG auf andere Regionen
 - 8.3 Eignung des Forschungsdesigns
 - 8.4 Ausblick

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

Quellenverzeichnis

Anhang

Vorwort

Dass Innovationen einem raumzeitlichen Ausbreitungsprozess unterliegen, hat sich durch Hägerstrands Diffusionsansatz in der Ökonomie und den Sozial- sowie Raumwissenschaften schon seit langem fest etabliert. Auch bleibt diese Erkenntnis nicht auf wirtschaftliche oder technische Neuerungen beschränkt, für soziale Veränderungen gilt das gleichermaßen. Die vorliegende Schrift eröffnet jedoch ganz im Sinne der Neuen Kultur- und Wirtschaftsgeographie einen veränderten Betrachtungshorizont. Es geht nicht mehr darum, wie im Raum eine zeitliche Ausbreitung erfolgt, sondern umgekehrt darum, wie die soziale Innovation den Raum, genauer: das Verständnis von Raum, prägt. Darüber wird auch eine neue Bedeutungslinie erschlossen: Regionalökonomische Initiativen sind nicht mehr nur Ergebnis einer (gewachsenen und gut ausgeprägten) regionalen Identität, sondern sie sind geeignet, dieses Identitätsempfinden selbst zu beeinflussen. Der Autor begibt sich mit der vorliegenden Schrift auf eine spannende Analyse von Vorgängen und Effekten, die erst seit kurzer Zeit gesellschaftlich „auffällig“ geworden sind. Das beginnt schon mit dem Innovationsobjekt selbst, dem sozialen Unternehmertum. Es gelingt auf diese Weise eine Integration von ökonomischen, soziologischen und regionalwissenschaftlichen Perspektiven, die nicht nur akademisches Forschungsinteresse widerspiegelt, sondern auch das Potenzial besitzt, Neuausrichtungen in der Praxis der regionalen Wirtschaftsförderung anzustoßen.

Peter Pez
Lüneburg, März 2015

1 Einleitung

Im Zuge der globalen Finanzkrise der letzten Jahre wurde deutlich, wie weitreichend und grenzüberschreitend sich die globalen Zusammenhänge von Wirtschaft und Politik auswirken. Vielfach wird der Ruf laut, dass eine neue Form des Wirtschaftens und Maßhaltens notwendig ist. Ganze Nationalstaaten scheinen von den Bewertungen einiger weniger Rating-Agenturen abzuhängen, die westlichen Konsumgewohnheiten haben Auswirkungen auf die Arbeitsbedingungen in den Ländern des Südens und die sozialen Unterschiede werden immer größer. In diesem Kontext scheinen die globalen Probleme zu lokalen Herausforderungen zu werden. Zusätzlich ist es der Bundesregierung oder Regierungen allgemein oft nicht möglich, ihre regulativen Aufgaben und somit ihre Verantwortung in ausreichendem Maße wahrzunehmen. Die staatlichen Organe scheinen gewisse Verantwortungsbereiche gern dem zivilgesellschaftlichen Engagement zu überlassen. Die Zivilgesellschaft spielt daher von jeher eine wesentliche Rolle, da sie sich einiger der Probleme annimmt. Deutschland blickt auf eine lange Tradition bürgerschaftlichen Engagements zurück (vgl. BIRKHÖLZER 2011, 23; BECKMANN 2011, 70), welches in der Gegenwart immer bedeutungsvoller wird (vgl. BIRKHÖLZER 2006, 62).

In dieser Tradition steht der jüngste Diskurs zum Thema Social Entrepreneurship. Im Mittelpunkt stehen Akteure, die mit unternehmerischen Mitteln versuchen, gesellschaftliche Probleme und Herausforderungen zu lösen. Die Motive liegen in einem ganzheitlicheren Wohlstandsverständnis. Dies ist unter anderem auf das anhaltende Wachstum

des ökonomischen Wohlstands der letzten Jahrzehnte und ein damit einhergehendes gesteigertes Bildungsniveau zurückzuführen (vgl. BECKMANN 2011, 71). Infolgedessen wird Wohlstand nicht mehr allein auf die ökonomischen Kennzahlen reduziert, sondern parallel wird auch ein gesellschaftlicher Mehrwert berücksichtigt. Social Entrepreneurs streben an, ökonomisch unabhängig agieren zu können, dabei aber innovative Lösungen für gesellschaftliche Problemstellungen zu finden. Diese Lösungswege werden als soziale Innovationen bezeichnet. Sie sind als veränderte Handlungsweisen zu verstehen, die schlussendlich zu einem gesellschaftlichen Wandel beitragen können, um die oben skizzierten gesellschaftlichen Herausforderungen zukünftig gemeinsam zu bewältigen.

Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist eine soziale Innovation, die Regionalwert AG (RWAG). Die Forschung zu Social Entrepreneurs umfasst sowohl Fragen zur Entwicklung einer sozialen Innovation als auch zu den Unternehmerpersönlichkeiten und ihrem gesellschaftlichen Kontext. Dem gesellschaftlichen Kontext sozialer Innovationen kommt dabei eine entscheidende Rolle zu, jedoch wurde er bisher nicht häufig in den Mittelpunkt von Untersuchungen gestellt (vgl. CHRISTMANN 2011, 193, 207; MARTIN 2004, 24-25). Tatsächlich ist ein entscheidender Bestandteil einer (sozialen) Innovation jedoch eine Pionier-Gruppe, also eine soziale Gruppe, die die Innovation als erste nutzt und zu ihrer Verbreitung beiträgt. Zudem wirken viele weitere Aspekte des gesellschaftlichen Kontextes auf Sozialunternehmer und die weiteren Akteure, sodass es zu Wechselwirkungen zwischen Kontext und Innovation kommt. Im Angesicht dieser Wechselwirkungen entsteht für eine Erforschung von Kontext und sozialen Innovationen die drängende Frage, in welcher Weise sich soziales Handeln und der gesellschaftliche Kontext gegenseitig beeinflussen und zusammenhängen.

Die vorliegende Untersuchung setzt genau an diesem Punkt an. Dabei wird eine Forschungsperspektive eingenommen, zu der bisher nur sehr wenige Studien vorliegen: Soziale Innovationen werden in dieser Arbeit aus räumlicher Perspektive betrachtet. Dies ist eine bisher selten gewählte Perspektive, durch die jedoch

„besonders die Bedingungsfaktoren für die Entwicklung und Implementierung [...] wesentlich umfassender und systematischer in den Blick genommen werden“ (CHRISTMANN 2011, 207).

Die räumliche Perspektive ist für moderne Lebensformen in einer globalisierten Welt, in der ein Leben nicht mehr eindeutig in eine Gesellschaft, eine Kultur oder einen Raum eingebettet ist (vgl. GIDDENS 1995, 33), ein bedeutendes Untersuchungsfeld. Die gegenwärtigen Lebensformen werden als entankert beschrieben (vgl. WERLEN 2000, 614-615; WERLEN 2004, 3233), was von vielen Menschen als zusätzliche Herausforderung empfunden wird. Für diese entankerten Lebensformen lassen sich Identitäten nicht mehr aus einer klaren Kontinuität von Vergangenheit und Zukunft sowie festen Rollenbildern entwickeln. Nicht nur politische Grenzen weichen auf und öffnen sich, auch die nationalstaatliche Abgrenzung wird schwieriger, wie das Beispiel doppelter Staatsbürgerschaften zeigt. Dabei beziehen Menschen einen Teil ihrer Identität aus eben dieser räumlichen Umgebung ihres alltäglichen Lebens. Insofern sind räumliche Strukturen als ein Teil unseres Selbsts zu verstehen.

Der Aspekt des räumlichen Kontextes könnte einen wesentlichen Bedingungsfaktor für die Entwicklung und Implementierung einer sozialen Innovation darstellen. Hinsichtlich der weitreichenden globalen Herausforderungen ist es wesentlich, unmittelbare räumliche Bezüge herzustellen, damit Betroffenheit und Handlungsbereitschaft

entstehen. Die Identität ist der menschliche Kern, an dem Betroffenheit ansetzt. Es soll in dieser Arbeit geprüft werden, inwiefern räumliche Strukturen über den Aspekt der Identität eine Wirkung auf neue Handlungsweisen haben. Dieses Phänomen findet sich auch im Motto der UN-Agenda 21 ‚Global denken, lokal handeln‘ wieder (vgl. UNITED NATIONS 1992), denn die lokalen räumlichen Aspekte stellen die Anknüpfungspunkte für globale Problemstellungen dar. Der Einzelne kann globale Probleme erkennen und verstehen, sein Wirkungsraum ist jedoch lokal.

Somit wird in der vorliegenden Arbeit die Entwicklung einer sozialen Innovation aus räumlicher Perspektive untersucht. Das gewählte Beispiel weist hierfür einen direkten räumlichen Bezug auf, da es als innovativ für den Bereich nachhaltiger Regionalentwicklung gelten kann. Untersucht wird die Regionalwert AG in der Region Freiburg. Die RWAG ist eine Bürgeraktiengesellschaft, durch die Bürger aus der Region mithilfe ihres Kapitals direkt mit nachhaltiger, landwirtschaftlicher Wertschöpfung verbunden werden. Den Kern der Studie bildet die Untersuchung des Zusammenhangs von lokalen sozial-räumlichen Strukturen in Form von Raumbildern und den Zielen und Handlungsschwerpunkten der sozialen Innovation der RWAG.

1.1 Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit

In der vorliegenden Arbeit wird die Kontextualität von sozialen Innovationen mit einem speziellen Fokus auf der Bedeutung des Raums untersucht. Ziel ist es, zu erkunden, in welcher Weise Social Entrepreneurs als handelnde Individuen in einen räumlichen Kontext eingebunden sind, aus welchem heraus und innerhalb dessen sie agieren und der sowohl ermöglichend als auch einschränkend wirken kann. Die soziale Innovation der RWAG wird deshalb aus räumlicher Perspektive untersucht. Die Fragestellung in

Bezug auf das Fallbeispiel lautet: Besteht ein Zusammenhang zwischen der sozialen Innovation der RWAG und ihrem sozial-räumlichen Kontext der Region Freiburg? Im Zentrum der empirischen Untersuchung steht dabei die Region Freiburg, die als sozial-räumliches Umfeld in Bezug auf die RWAG erforscht wird. Es ergeben sich somit zwei Typen von Teilfragen, zum einen auf theoretischer Ebene und zum anderen auf der Ebene des Fallbeispiels.

Auf theoretischer Ebene gilt es zu erarbeiten:

1. Was ist eine (soziale) Innovation und wie hängt diese mit dem Typus des (Sozial-)Unternehmers zusammen?
2. In welchem Zusammenhang stehen Sozialunternehmer (handelndes Individuum), gesellschaftlicher Kontext (gesellschaftliche Strukturen) und soziale Innovationen (Veränderungen von sozialem Handeln)?
3. Was ist unter Raum und sozial-räumlichen Strukturen zu verstehen und inwiefern können diese als Teil gesellschaftlicher Strukturen verstanden werden?
4. Inwiefern manifestieren sich sozial-räumliche Strukturen im Individuum und welche Indikatoren können helfen, diese immanenten Strukturen festzustellen?

Auf der Ebene des Fallbeispiels sind folgende Teilfragen zu untersuchen:

1. Wie lässt sich die Region Freiburg abgrenzen und welche (natur-)räumlichen Gegebenheiten lassen sich feststellen?
2. Welche Ziele verfolgt die RWAG bzw. welche veränderten Handlungsweisen werden angestrebt?
3. Welche Raumbilder ergeben sich für die Region Freiburg und wie hängen diese miteinander zusammen?
4. Besteht ein Zusammenhang zwischen den Zielen der RWAG und den Raumbildern im Kontext mit der Region

Freiburg?

1.2 Einordnung in den Forschungsstand

Die Forschungsfragen dieser Arbeit lassen sich in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen und Domänen verorten. Das Thema ‚Soziale Innovationen aus räumlicher Perspektive‘ ist grundsätzlich als kulturwissenschaftliches Forschungsthema anzusehen, da es sich an der Grenze von Wirtschaftswissenschaften, Sozialwissenschaften und der Geographie bewegt.

Der Bereich der Social-Entrepreneurship-Forschung ist vornehmlich im Feld der Wirtschaftswissenschaften zu verorten. Doch bereits bei der Frage nach sozialen Innovationen und gesellschaftlichen Handlungsweisen von Sozialunternehmern berührt die Arbeit Aspekte der Handlungstheorie und somit der Sozialwissenschaften. Mit der Handlungstheorie wird der Frage nach sozialem Handeln innerhalb gesellschaftlicher Strukturen nachgegangen. Sie dient dazu, die mit sozialem Handeln sowie die mit den Veränderungen im Handeln (soziale Innovationen) einhergehenden Prozesse zu erklären. Die Sozialwissenschaften stellen gleichzeitig die Verbindung zur Kultur- und Sozialgeographie her, da soziale Handlungsprozesse die Basis eines neuen Raumverständnisses in der Geographie bilden. Sie leiten daher über in die Geographie, innerhalb derer die sozialgeographische Frage nach dem Zusammenhang zwischen räumlichen Strukturen und sozialen Innovationen anzusiedeln ist. Die kulturwissenschaftliche Perspektive ergibt sich aus dem interdisziplinären Ansatz, mit dem Ziel des Zusammenführens dieser drei Forschungsfelder – der Social-Entrepreneurship-Forschung, der Handlungstheorie und den Raumwissenschaften – und damit der Verknüpfung mit ihren jeweiligen Stammdisziplinen.

Im Folgenden soll das Thema etwas genauer in den aktuellen Forschungsstand dieser drei Felder eingeordnet werden. Die Social-Entrepreneurship-Forschung ist der Teilbereich, der sich mit dem Thema der sozialen Innovationen und dem Social Entrepreneur als neuem Unternehmertypus beschäftigt. In der Social-Entrepreneurship-Forschung wird neuerdings die Forderung laut, soziale Innovationen verstärkt in ihrem gesellschaftlichen Kontext zu untersuchen. Kritiker merken an, dass sich die bisherige Forschung vermehrt auf die Unternehmerpersönlichkeiten und damit auf das Individuum konzentriert (vgl. MARTIN 2004, 24-25; CHRISTMANN 2011, 193). Diese Forderung nach einem Perspektivwechsel wird u. a. damit begründet, dass es sich bei den Forschenden in diesem Bereich meist um Wissenschaftler handelt, die aus den Wirtschaftswissenschaften stammen (vgl. CHRISTMANN 2011, 206). Diese Tendenz wird im Übrigen nicht nur für die Forschung zu sozialen Innovationen festgestellt, sondern kann ebenfalls für die allgemeine Innovationsforschung attestiert werden. HOWALDT/KOPP/SCHWARZ fordern daher in ihrem Artikel „Innovationen gestalten – Zur neuen Rolle der Sozialwissenschaften“ (HOWALDT/KOPP/SCHWARZ 2008), einen stärkeren sozialwissenschaftlichen Forschungsfokus innerhalb der Innovationsforschung zu etablieren. Ihrer Ansicht nach ist jeder Innovationsprozess mit sozialen Prozessen in Form von Kommunikation, Kooperation und Wissensgenerierung verbunden, für die die sozialwissenschaftliche Expertise integrale Erkenntnisse bieten kann (vgl. HOWALDT/KOPP/SCHWARZ 2008, 68), weshalb sie als zwingend relevant anzusehen ist (vgl. BULLINGER/BIENZEISLER 2007, 57). Nach CHRISTMANN wäre es zudem wünschenswert, dass vermehrt Fragen sozialwissenschaftlicher Innovationsforschung in das Feld der Social-Entrepreneur-Forschung einfließen und eine Erweiterung der Forschung um eine raumwissenschaftliche Perspektive erfolgen würde. Diese Erweiterung könne dazu

beitragen, dass weitere Erkenntnisse über Bedingungsfaktoren für die Entwicklung und Implementierung sozial-innovativer Ideen gewonnen werden (vgl. CHRISTMANN 2011, 207).

Die raumwissenschaftliche Perspektive ist der zentrale Blickwinkel der Geographie, die sich traditionell als Wissenschaft zwischen Gesellschaft und erdräumlichem Kontext versteht. Über die Jahrhunderte hat sich die Raumwahrnehmung jedoch verändert. Distanzen haben eine neue Bedeutung bekommen und heute wird in Deutschland (dies gilt auch für viele andere Länder mit hohem Wohlstand) von entankerten Lebensformen gesprochen (vgl. WERLEN 2000, 614-615; WERLEN 2004, 32-33). Im Zuge der technologischen Entwicklungen wurde dem Faktor Raum weniger Bedeutung zuteil. Diese Entwicklung wurde durch die Relativierung in der Überwindung von Distanzen durch verbesserte Transport- und Kommunikationsmittel unterstützt. Die Frage ‚Was ist Raum?‘ bleibt aus diesem Grund weiterhin eine Frage der Geographie. Das Gleiche gilt für die Frage nach der Beziehung von Gesellschaft und Raum. Hierfür ist es wichtig, Handlungen in die Untersuchungen und Forschungen der Geographie, vor allem der Sozial- und Kulturgeographie, einzubeziehen. WERLEN verweist darauf, dass es schon lange Forderungen nach mehr handlungstheoretischen Bezügen in der Sozialgeographie gibt und prägt heute die handlungstheoretische Fokussierung in der Geographie (vgl. HARTKE 1962; BARTELS 1968; WIRTH 1979; WERLEN 2004, 309). Eine Anthropogeographie, in der es um Raum-Gesellschafts-Beziehungen geht, muss sich mit den Fragen des Raums und der menschlichen sozialen Handlungen auseinandersetzen. Raum sollte nicht nur als „(erdoberflächliche) Anordnungen physisch-materieller Gegebenheiten“ (WERLEN 2004, 392), wie im klassischen Geographie-Verständnis, aufgefasst werden, vielmehr sollte dieser Determinismus aufgehoben werden. Raum verändert

sich stetig und kann somit kein ‚etwas‘ sein, in dem wir uns bewegen. WERLEN fordert daher für die Sozialgeographie, Raum nicht mehr als euklidischen Behälterraum zu verstehen, sondern Raum aus einer handlungstheoretischen Sicht zu betrachten und Sozialgeographie als raumorientierte Handlungswissenschaft zu verstehen (vgl. WERLEN 2004, 279). Diese provokante Forderung, die Sozialgeographie als raumorientierte Handlungswissenschaft anzusehen, führte in der Geographie zu einer Debatte um den Raumbegriff sowie zu einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Ansatz einer handlungstheoretischen Sozialgeographie. Trotz vieler Kritikpunkte teilt BLOTEVOGEL an WERLENS sozialgraphischem Ansatz den Standpunkt,

„daß [sic!] die ‚traditionelle‘ Geographie (letztlich bis zur new regional geography) bei der Verwendung der Vokabel ‚Raum‘ immer die absolut-erdräumlich-substantialistische Semantik bewusst oder unbewusst im Hinterkopf hatte bzw. hat, die der weitaus komplexeren Realität nicht gerecht [wird.]“ (BLOTEVOGEL 1999, 6)

Das gilt ebenso für Weichhart. Auch für ihn ist Raum kein Ding und eine handlungstheoretische Sozialgeographie kann nicht auf einem traditionellsubstantialistischen Raumverständnis fußen (vgl. WEICHHART 1999). Darüber hinaus sind sich Meusbürger (MEUSBÜRGER 1999a), HARD (HARD 1999) und ZIERHOFER (ZIERHOFER 1999) weitestgehend einig, dass die Sozialgeographie nicht von einem rein physischen Raum ausgehen kann und eine handlungstheoretische Perspektive eine wichtige Rolle einnimmt. Uneinig ist man sich jedoch über den rein subjektzentriert-handlungstheoretischen Ansatz, wie ihn WERLEN definiert. Die Sozialgeographie sollte sich nach WERLEN vielmehr als Handlungstheorie verstehen, die traditionellerweise der

Sozialwissenschaft zugeordnet wird. So ausschließlich muss die Herangehensweise für die Sozialgeographie als Forschungsrichtung jedoch nicht definiert werden, wie die Auseinandersetzung deutscher Geographen mit WERLENS WERK zeigt (vgl. MEUSBURGER 1999b). Dennoch bietet seine Theorie einen „konzeptuelle[n] Gewinn, der sich als nachhaltig erweisen wird“, wenn Räume hierdurch als „Konzepte und nicht mehr als physischmaterielle Phänomene aufgefaßt [sic!] werden“ (HARD 1999, 133). Der Fokus liegt also auf den sozialen Tätigkeiten, die dabei sowohl die sozial-kulturellen als auch die physisch-materiellen Bedingungen berücksichtigen.

Die vorliegende Arbeit bewegt sich genau in diesem Feld der handlungstheoretischen Kultur- und Sozialgeographie WERLENS, die Raum nicht mehr als euklidischen Behälterraum versteht, der deterministisch auf gesellschaftliche Handlung wirkt. Dabei ist eine handlungsorientierte Sozialgeographie stark mit den Sozialwissenschaften verbunden, wie die Orientierung von WERLENS Werk an dem Soziologen GIDDENS deutlich zeigt (vgl. WERLEN 2000; WERLEN 2009; WERLEN 2012).

Auch in den Sozialwissenschaften hat sich die Perspektive auf die Untersuchung menschlicher Handlungen und Lebenswelten stetig verändert. Die Berücksichtigung räumlicher Komponenten ist eine immer wieder auftauchende Frage, die in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat. So wird auch in dieser Disziplin das Einbeziehen von raum-zeitlichen Komponenten in die Forschung gefordert (vgl. LÄPPLE 1992; GIDDENS 1997; IPSEN 1997; LÖW 2001; SCHMID 2010; CHRISTMANN 2011). Dabei wird mit diesen Überlegungen zur Einbindung räumlicher Einflüsse auf gesellschaftliche Prozesse sowie zu Raumkonzepten, Raumbildern oder dem Begriff des Raums an die Arbeiten vieler philosophisch-soziologischer Vordenker angeknüpft (vgl. NEWTON/DELLIAN 1988; SIMMEL 2006; LEFEBVRE/NICHOLSON-SMITH 2007). So plädiert Löw mit

ihrer Raumsoziologie wie Werlen dafür, den Raum aus dem „starren Hintergrund“ zu lösen und als etwas Bewegliches zu denken, als eine „relationale Anordnung“ (Löw 2001, 150). Dabei geht sie jedoch weiter und fordert, dass auch Menschen als Teil des Raums verstanden werden müssen und es zusätzlich eine Ebene des Lesens von Räumen geben sollte. Mit ihrer Arbeit rückt sie den „Prozeß [sic!] der Konstitution in den Mittelpunkt“ (Löw 2001, 151; Hervorhebung im Original). Für den Prozess der Konstitution von Raum ergeben sich die Fragen, was angeordnet wird, wer anordnet und wie dabei Raum entsteht.

Die beiden grundlegenden Theorien dieser Arbeit fokussieren darauf, wie soziale Handlungen zustande kommen, da es eben diese Handlungen sind, die einen relationalen Raum entstehen lassen und der relationale Raum ebenso auf die sozialen Handlungen, also auch auf soziale Innovationen, wirkt. WERLEN wie auch LÖW beziehen sich dabei auf die Theorie der Strukturation von GIDDENS (1997). Dieser verbindet das Individuum und die Gesellschaft, also soziales Handeln und gesellschaftliche Struktur, in seiner Theorie dadurch, dass er aufzeigt, wie Strukturen im Handeln der Individuen eingelagert sind und rekursiv funktionieren. Demnach schaffen wir Strukturen, die die Grundlage eben dieser Handlung sind (vgl. GIDDENS, 52). Somit ist die Handlungstheorie von GIDDENS das verbindende Element zwischen Social-Entrepreneur-Forschung und den handlungsorientierten Raumwissenschaften.

1.3 Methodik und Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit besteht aus zwei Teilen: (1) Zunächst wird das theoretische Konstrukt im Zusammenhang von Sozialunternehmern als handelnden Individuen, sozialen Innovationen als veränderten sozialen Handlungsweisen und dem gesellschaftlichen Kontext mit besonderem Blick auf

die räumliche Komponente detailliert erläutert. (2) Anschließend wird diese theoretische Konstruktion am konkreten Fallbeispiel der sozialen Innovation der RWAG im sozial-räumlichen Kontext der Region Freiburg überprüft. Beide Teile dienen dem Ziel, Erkenntnisse über den Zusammenhang von sozialen Innovationen und ihrem räumlichen Kontext zu erlangen.

Hierzu wird in [Kapitel 2](#) der Begriff der Innovation hergeleitet und in Bezug zum Verständnis des Unternehmertums gesetzt. Darauf aufbauend wird das Verständnis von Sozialunternehmertum erklärt und in Verbindung mit sozialen Innovationen gebracht. Zum Abschluss des Kapitels wird der Begriff der sozialen Innovation als Form veränderter Handlungsweisen erläutert. Sozialunternehmer können im Sinne der Handlungstheorie als handelnde Individuen verstanden werden, womit ihre sozialen Innovationen als veränderte Handlungsweisen gelten können.

[Kapitel 3](#) widmet sich dem Zusammenhang von sozialem Handeln und gesellschaftlichen Strukturen. Hierzu wird im ersten Schritt ein Blick auf die individuellen Prozesse sozialen Handelns gerichtet, um zu erklären, welche Prozesse während einer sozialen Handlung ablaufen und auf welcher Ebene des Bewusstseins des Individuums dies geschieht. Darauf aufbauend folgt eine Betrachtung der gesellschaftlichen Strukturen sowie abschließend eine Erklärung zum Zusammenhang zwischen Handeln und Struktur. Dieses Verständnis ist erstens entscheidend, um deutlich zu machen, dass der Sozialunternehmer und sein Kontext nicht losgelöst voneinander betrachtet werden sollten. Zweitens ist es wichtig, um eine Basis für den Blick auf die räumlichen Strukturen zu schaffen, da Raum als Teil gesellschaftlicher Prozesse verstanden werden kann.

In [Kapitel 4](#) liegt der Fokus auf dem Verständnis von Raum und der Erklärung, weshalb Raum nicht als Behälter, sondern als Begriff verstanden werden sollte und welche

Rolle dabei sozialem Handeln zukommt. Im Weiteren wird dargelegt, weshalb in modernen Lebenswelten von entankerten Lebensformen gesprochen werden kann und welche Auswirkungen sie auf die Seinsgewissheit der Individuen haben. Anschließend folgt eine Erläuterung zur Konstitution von Raum. Es wird aufgezeigt, dass räumliche Strukturen einen Teil gesellschaftlicher Strukturen bilden. Für die Untersuchung ist es notwendig, Indikatoren räumlicher Strukturen festzulegen, damit eine Beobachtung des sozial-räumlichen Kontextes möglich ist.

Dieser Aspekt wird in [Kapitel 5](#) aufgegriffen, indem dargelegt wird, inwiefern räumliche Strukturen als Teil von kollektiver Identität verstanden werden können und wie sie ihren Ausdruck zudem in Form von Raumbildern im Bewusstsein von Individuen finden.

[Kapitel 6](#) beschreibt das methodische Vorgehen bei der Untersuchung. Es wird dargelegt, weshalb sich qualitative Experteninterviews für die Erforschung der Raumbilder der Region Freiburg eignen und welche Überlegungen für die Auswahl der Gesprächspartner angestellt wurden. Zudem werden die Entwicklung des Fragebogens und der Ablauf der Datenerhebung beschrieben sowie das Vorgehen bei der Auswertung der Daten erläutert.

In der Auswertung in [Kapitel 7](#) wird zu Beginn ein Überblick über die Region Freiburg als Untersuchungsgebiet gegeben. Anschließend wird die RWAG vorgestellt, ihre Unternehmensziele beschrieben und der sozialinnovative Charakter der Unternehmung aufgezeigt. Im nächsten Schritt erfolgt die Rekonstruktion der Raumbilder aus den qualitativen Interviews. Diese werden im Weiteren einzeln beschrieben und im letzten Teil zu einem übergreifenden Raumbild vereint und mit den Zielen der RWAG verglichen.

In [Kapitel 8](#) werden die Ergebnisse zunächst hinsichtlich des abstrakten Zusammenhangs von sozialen Innovationen und dem räumlich-gesellschaftlichen Kontext diskutiert und im Anschluss mit Blick auf das konkrete Fallbeispiel der

RWAG erörtert. Im Zentrum steht dabei die Frage nach der Übertragbarkeit der Erkenntnisse auf soziale Innovationen in anderen Regionen. Es folgen zum Ende eine Reflexion des Forschungsdesigns und der Ausblick in Bezug auf weitere mögliche Forschungsfragen.

2 Soziale Innovation als Veränderungsimpuls für gesellschaftliches Handeln

Bei der Untersuchung der Frage nach dem Zusammenhang des sozialräumlichen Kontextes der Region Freiburg mit der sozialen Innovation der RWAG wird sich dem Thema im ersten Schritt über die Frage angenähert, was genau soziale Innovationen sind. Dazu wird im Folgenden zunächst der Begriff der Innovation erläutert ([Kapitel 2.1](#)). Dieser bezieht sich dabei eng auf die Begrifflichkeit des Unternehmertypus. Im zweiten Teil dieses Abschnittes wird dem Verhältnis von Unternehmer und Innovation nachgegangen ([Kapitel 2.2](#)). Ausgehend von ihrer engen Verbindung ist es Ziel des dritten Teils, diese Nähe für den Begriff der sozialen Innovation zu berücksichtigen ([Kapitel 2.3](#)). Deshalb wird hier auf den Typus des Sozialunternehmers differenziert eingegangen. Abschließend wird in diesem Kapitel dann wieder zum Ausgangspunkt und damit zum Begriff der Innovation zurückgekehrt: Vor dem Hintergrund des Zusammenspiels von Unternehmer und Innovation sowie der logischen Folgerung einer Beziehung zwischen Sozialunternehmer und sozialer Innovation wird eine Definition des Begriffs der sozialen Innovation erarbeitet ([Kapitel 2.4](#)).

2.1 Innovation - Eine Begriffsklärung

Innovationen werden nach Drucker als zielgerichtete Anstrengung verstanden, neue Lösungswege für das Erreichen unternehmerischer Ziele zu finden (vgl. DRUCKER

2002, 5). Dabei gibt es verschiedene Vorstellungen davon, was als etwas ‚Neues‘ gilt bzw. welche unterschiedlichen Formen von Innovationen zu unterscheiden sind und auch wie sie zustande kommen. Es ist nicht davon auszugehen, dass einer Innovation immer ein bewusstes, zielgerichtetes Handeln vorausgehen muss. Es gibt genügend Beispiele, bei denen Innovationen Zufallsprodukte eines ursprünglich anderweitig ausgerichteten Vorhabens waren. Vor der Innovation steht also die Entdeckung von etwas ‚Neuem‘, die Invention, die dann durch eine gesellschaftliche Nutzung und Verbreitung zur Innovation wird.

Die meisten Innovationen entspringen jedoch nicht der Zufälligkeit der Entdeckung oder dem Genie einer Person, sondern sind das Resultat bewussten, zielgerichteten Suchens nach Innovationsmöglichkeiten, -potenzialen oder -chancen. Sie können nach DRUCKER (vgl. DRUCKER, 6-7) in sieben Kategorien unterschieden werden.

Innovationen können ein Resultat sein von (1) unerwarteten Ereignissen, (2) Unstimmigkeiten, (3) Prozessanforderungen oder (4) Branchen- und Marktveränderungen. Sie sind innerhalb eines Unternehmens oder einer Branche zu verstehen. Außerdem ergeben sich nach DRUCKER aus dem sozialen und professionellen Umfeld der Organisation drei weitere Kategorien: Eine Innovation kann auch als Resultat aus (5) demografischem Wandel, einer (6) Veränderung in der Wahrnehmung oder (7) aus neu erforschtem Wissen hervorgehen.

Es gibt also eine hohe Vielfalt an Ursachen und Wegen, die zu einer Innovation führen können und einer Organisation bzw. einer Unternehmung einen Vorteil verschaffen. Diese Vielfalt verdeutlicht, dass es zwar zufällig zur Innovation kommen kann, jedoch ein Bewusstsein für mögliche Kristallisationskerne innovativen Handelns hilfreich für das Finden neuer Lösungswege ist, wie in Kategorie (5), (6) und (7). Innovationen sind einerseits das Produkt analytischen

Arbeitens und des Nutzens vorhandener Möglichkeiten, andererseits jedoch bedarf es auch eines besonderen Gespürs für Erwartungen, Werte und Bedürfnisse der Nutzer einer Innovation. Denn erst durch diesen zweiten Schritt des Annehmens einer Erfindung durch eine Nutzergruppe, also durch das Nutzen und die Aneignung der Idee durch Dritte, wird eine Invention gesellschaftlich legitimiert und somit zur Innovation (vgl. DRUCKER, 9). Eine Innovation kann somit eigentlich immer erst nachträglich, wenn sie bereits akzeptiert und genutzt wird, als Innovation bezeichnet werden.

Ein Handeln im Sinne eines innovativen Unternehmers beschreibt dabei ein Handeln, das versucht, Lösungswege aufzuzeigen, die ‚neu‘ sind, wobei ‚neu‘ in diesem Sinne nicht allein als Begriff zu verstehen ist, bei dem etwas geschaffen wird, das es noch nicht gab. Dies kann zwar der Fall sein, jedoch ist es ebenfalls möglich, im Sinne innovativen Handelns einfach einen Weg aufzuzeigen, der bereits existiert, der nur bisher von niemandem wahrgenommen wurde. Demnach kann das Einfache oder Naheliegende vielfach die beste Innovation darstellen: „Indeed, the greatest praise an innovation can receive is for people to say, ‚This is obvious! Why didn’t I think of it? It’s so simple!‘“ (DRUCKER, 9) Innovationen¹ können somit neue, einfache, naheliegende oder ungewöhnliche Lösungswege sein, die einer Unternehmung oder Organisation einen Vorteil innerhalb der Branche, dem Markt oder der Organisation verschaffen. Was eine Innovation braucht, ist zunächst einmal Talent, Einfallsreichtum und Wissen. Dies ist der Anteil eines Potenzials zur Innovation, der zur Invention, zur Erfindung führt. Wenn eine Invention den Zeitgeist ihres Umfeldes trifft und sie vom Umfeld angenommen wird, dann kann durch diese Akzeptanz – verbunden mit dem Gebrauch der Erfindung – aus der Invention eine Innovation werden. Darüber hinaus sollte sie

durch konzentrierte und fokussierte Arbeit und durch Engagement, Fleiß und Beharrlichkeit vorangetrieben werden (vgl. DRUCKER, 6-7).

Demnach ist die Entwicklung von Innovationen in gewisser Weise eine der Kernaktivitäten von Unternehmertum. Das unternehmerische Handeln drückt sich in diesem Sinne in einer bewussten, zielgerichteten Suche nach Möglichkeiten für Innovationen aus: „The heart of that activity is innovation: the effort to create purposeful, focused change in an enterprise’s economic or social potential.“ (DRUCKER, 6) Da Innovationen zu den Kernaktivitäten unternehmerischen Handelns gehören, ist es sinnvoll, sich bei der Begriffsklärung auch mit dem Typus des Unternehmers und seinem Handeln auseinanderzusetzen.

2.2 Unternehmertum als Kontext von Innovation

Durch die Betrachtung des Typus des Unternehmers und seiner unternehmerischen Handlungsweisen soll nachvollzogen werden, wie sich das Zusammenspiel der beiden gestaltet und welche Rückschlüsse daraus für eine Definition von sozialen Innovationen möglich sind.

Der österreichische Ökonom Schumpeter ist neben den beiden Begründern der klassischen Nationalökonomie SAY und SMITH ein wichtiger Referenzpunkt im Verständnis von Unternehmertum (vgl. SCHUMPETER 1997, 29). Er begründet in einem Kapitel seines Buches ‚Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung‘ umfangreich, weshalb der Unternehmer ein besonderer Typus ist, der mit seinem Handeln eine „schöpferisch-zerstörerische“ (SCHUMPETER 1997, 29; SCHUMPETER 2002, 406) Wirkung des Gestaltens ausübt. Diesen zentralen Aspekt greift auch DEES in seinem Artikel ‚The Meaning of Social Entrepreneurship‘ auf (DEES 2001). In diesem Sinne sind ‚entrepreneurs‘ nicht als Gründer,