

Wissen, Kommunikation und Gesellschaft
Schriften zur Wissenssoziologie

Anika Noack

Soziale Innovationen in Berlin-Moabit

Zur kommunikativen Aushandlung
von Neuem durch Raumpioniere im
städtischen Kontext



Springer VS

Wissen, Kommunikation und Gesellschaft

Schriften zur Wissenssoziologie

Herausgegeben von

H.-G. Soeffner, Essen, Deutschland

R. Hitzler, Dortmund, Deutschland

H. Knoblauch, Berlin, Deutschland

J. Reichertz, Essen, Deutschland

Wissenssoziologinnen und Wissenssoziologen haben sich schon immer mit der Beziehung zwischen Gesellschaft(en), dem in diesen verwendeten Wissen, seiner Verteilung und der Kommunikation (über) dieses Wissen(s) befasst. Damit ist auch die kommunikative Konstruktion von wissenschaftlichem Wissen Gegenstand wissenssoziologischer Reflexion. Das Projekt der Wissenssoziologie besteht in der Abklärung des Wissens durch exemplarische Re- und Dekonstruktionen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktionen. Die daraus resultierende Programmatik fungiert als Rahmen-Idee der Reihe. In dieser sollen die verschiedenen Strömungen wissenssoziologischer Reflexion zu Wort kommen: Konzeptionelle Überlegungen stehen neben exemplarischen Fallstudien und historische Rekonstruktionen stehen neben zeitdiagnostischen Analysen.

Anika Noack

Soziale Innovationen in Berlin-Moabit

Zur kommunikativen Aushandlung
von Neuem durch Raumpioniere
im städtischen Kontext

Anika Noack
Leibniz-Institut für Regionalentwicklung
und Strukturplanung
Erkner, Deutschland

Berlin, Technische Universität, Dissertation, 2014 u.d.T. Soziale Innovationen
bottom-up initiieren: Raumpioniere und ihr innovativer Beitrag zur kommunikativen
Raum(re-)konstruktion Berlin-Moabits.

D83

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung des Leibniz-Instituts für Regionalentwicklung
und Strukturplanung (IRS), Erkner.



Wissen, Kommunikation und Gesellschaft

ISBN 978-3-658-08538-4

ISBN 978-3-658-08539-1 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-08539-1

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
(www.springer.com)

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 Kommunikations- dimension 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 Konstruktivis- mus 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	Bourdieu's 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, Problem-aufwerferin 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 Wissenshetero- genität, Vertrauen, Konflikt und Machtaus- einandersetzungen 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 Moabit- website 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 problem- lösungsbezogenen 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, nutzen- kalkulierendes Netzwerk- management	262
5.4.2.1.2	Fazit: Auf dem Weg von der poten- ziellen 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

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Raumpionierheuristik	39
Abbildung 2:	Das egozentrierte Netzwerk von Robert Zimmermann	163
Abbildung 3:	Zur strukturellen Verfestigung von Ideenaushandlungs- prozessen im Moabiter Bürgerverein.....	176
Abbildung 4:	Das egozentrierte Netzwerk von Michaela Lenz.....	211
Abbildung 5:	Das egozentrierte Netzwerk von Erhard Irrlitz.....	216
Abbildung 6:	Das egozentrierte Netzwerk von Monika Klaus	223
Abbildung 7:	Das egozentrierte Netzwerk von Burkhard Höfig	228
Abbildung 8:	Problemdiskussionen als kommunikative Form zur Innovationsgenese	236
Abbildung 9:	Das egozentrierte Netzwerk von Isabel Richter.....	264
Abbildung 10:	Das egozentrierte Netzwerk von Nina Blomquist	269
Abbildung 11:	Zur strukturellen Verfestigung von Ideenaushandlungs- prozessen in der Moabiter Imageassoziation	278
Abbildung 12:	Die Aushandlung über Neues als kommunikative Gattung..	314

Vorwort

Auf dem Weg zur Einreichung dieser Dissertationsschrift haben mich eine Vielzahl von Menschen begleitet und unterstützt. Ihnen gebührt mein tiefster Dank.

Zuallererst danke ich meinem Doktorvater Prof. Dr. Hubert Knoblauch. Mit seinen Anmerkungen, vielfältigen Ideen und wohlwollenden Kritiken hat er stets kreative Irritationen bei mir ausgelöst und die Überarbeitungsfunktion meines Word-Programmes immer wieder zum Einsatz gebracht. Er hat mich positiv motiviert, mich distanziert-kritisch mit dem bereits Geschriebenen auseinanderzusetzen, Konzepte zu definieren, neue Passagen zu ergänzen oder bestehende zu korrigieren. Mein besonderer Dank gilt meiner Zweitgutachterin, PD Dr. Gabriela B. Christmann. Sie hat mich von der Phase der Themenfindung, über die Exposéerstellung, im Hinblick auf die Feldarbeit bis hin zum Gegenlesen des letzten geschriebenen Satzes im Fazitkapitel intensiv begleitet und betreut. Gabriela Christmann hat in vielen Einzelbesprechungen mit mir meine Ideen diskutiert. Dabei war kein Zeitmangel so akut, als dass sie nicht noch ein Stündchen in ihrem vollen Terminkalender für mich reservieren konnte. Dadurch wurde sie zur besten Kennerin meiner Arbeit. Durch sie habe ich meinen Pragmatismus nicht mehr nur als Scheu vor mühevoller Kleinstarbeit erfahren, sondern als überlebensnotwendige Strategie in der Beendigung dieser Dissertation. Anteil an der Beendigung dieser Arbeit hat auch Prof. Dr. Oliver Ibert, der mir kurzerhand die externe Betreuung dieser Arbeit zugesagt hat. Seine Veröffentlichungen zu innovationsorientierten Planungsverfahren haben die Aufarbeitung meines Forschungsstandes angereichert. Seinen Hinweisen ist es auch zu verdanken, dass sich diese Arbeit vor allem im empirischen Kapitel von einigen formal-technischen Kapitelüberschriften gelöst hat. Inhaltlich-analytische Kapitelbezeichnungen werden der Lebendigkeit und Vielfältigkeit des Forschungsfeldes Berlin-Moabit sehr viel eher gerecht.

Zu höchstem Dank fühle ich mich „meinem“ Forschungsfeld verpflichtet. Die engagierten Moabiterinnen und Moabiter, die mir Einblick in ihre Lebenswelten gewährt haben, sind Basis dieser Arbeit. Einem zunächst fremden Stadtteil begegne ich durch sie mit einem liebevollen Blick. Auch durch ihr Interesse an meiner Forschungsarbeit haben sie geholfen, meine Forschungsinteressen zu präzisieren und diese nicht unabhängig von der praktischen Relevanz des Feldes zu konzipieren.

Dankbar bin ich außerdem meinen Kolleginnen und Kollegen am Leibniz-Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung (IRS) in Erkner. Dazu gehört vor allem Tobias Schmidt, der mich immer wieder mit neuen Interpretationsideen für meine Daten versorgt hat. Auch Dr. Kerstin Falk und Maria Köppen haben sich viele Stunden um die Ohren geschlagen, um meine Arbeit Korrektur zu lesen. Als stets anregungsreich habe ich außerdem unsere Doktorandenkolloquien am IRS empfunden. Nicht zuletzt heitere und diskussionsreiche Mittagspausen mit Torsten Heimann, Nicole Mahlkow, Karsten Balgar und Leander Küttner waren oft die Voraussetzung eines produktiven Schreibnachmittags. Nicht vergessen möchte ich an dieser Stelle die enormen Mühen meiner Praktikanten, die mir mit flinken und nimmermüden Fingern bei der Transkription von Interviews und Beobachtungsaufnahmen zur Seite gestanden haben. Bei einem der mühevollsten Jobs habt ihr mich großartig unterstützt.

Vom IRS habe ich nicht nur ideelle, sondern auch materielle Unterstützung erfahren, beispielsweise beim Kopieren und Drucken meiner geistigen Nährquellen. Der Direktorin, Prof. Dr. Heiderose Kilper, habe ich zu verdanken, dass ich – für ein halbes Jahr freigestellt von der Projektarbeit – diese Dissertation in Ruhe und mit Muße zu Korrekturen fertig schreiben konnte.

Dankbar bin ich auch Prof. Dr. Frank Moulaert. Er und seine Kollegen vom Lehrstuhl für Raumplanung an der Katholischen Universität Leuven haben mich im Februar 2013 für fünf Wochen herzlich willkommen geheißen und mir wertvolle Austauschmöglichkeiten zum Forschungsgegenstand sozialer Innovationen eröffnet. Die räumliche Veränderung wurde zusammen mit der internationalen Arbeitsatmosphäre im Team zum wichtigen Stimulus für neue wissenschaftliche Impulse und zum Motivationsschub für die weitere Arbeit.

Insbesondere meinem privaten Umfeld gegenüber möchte ich meinen tiefen Dank zum Ausdruck bringen. Mein Mann hat mich in Phasen des Zweifels und der Ungeduld immer wieder aufgebaut und zum Weitermachen motiviert. Er hat nie an der Fertigstellung dieser Arbeit gezweifelt. Auch meine Eltern haben mir stets Zuversicht vermittelt und gerade aufgrund ihrer inhaltlichen Distanz zum Thema dieser Arbeit für eine gute Balance von Arbeits- und Lebenszeit gesorgt. Ohne die Care-Pakete aus dem Obst- und Gemüsegarten meiner Großeltern hätte ich so manchen Schreibfluss wegen eines knurrenden Magens unterbrechen müssen. Dies haben sie mir glücklicherweise erspart. Viel Zeit und die potenziell ersten grauen Haare hat mir auch meine Schwester erspart, indem sie mir einen enormen Teil meiner Formatierungsarbeiten abgenommen hat. In Situationen mangelnder Distanzierungsfähigkeit von der eigenen Arbeit, hat sie noch den einen oder anderen Rechtschreibfehler entdeckt und mich vor kreativen Wortneuschöpfungen (z. B. Zebrastrafen) bewahrt.

1 Einleitung: Gesellschaft innovativ? Zur Profanisierung des Neuen

Es ist „die Sehnsucht nach Neuem“ (Güntner 2004: 5), die Präferenz für Neues, die „in öffentlichen Diskursen virulent [ist] und zum Leitbild gesellschaftlicher Entwicklung“ (ebd.) avanciert. Gesellschaften stehen – auch wenn Innovationen und Kreativität keine ausschließlich modernen Phänomene sind (vgl. Jessop et al. 2013: 116) – heute zunehmend vor der Herausforderung, stetig Innovationen hervorbringen zu müssen. Sie müssen sich als Innovationsgesellschaften bewähren (vgl. Morandi 2002: 157).

„What does seem to be new in the contemporary world is the self-reflexive emphasis on, and high regard for, innovation and its role in economic development and competition, political reform and revolution, and social progress more generally and, relatedly, the self-description, justified or not, of individuals, groups, organizations, institutional orders, and even whole societies as innovative rather than traditional or conformist“ (Jessop et al. 2013: 116).

In den letzten Jahrzehnten habe sich, so Rammert (2013: 12),

„eben nicht nur in der Wirtschaft, sondern auch in Politik, Wissenschaft, Bildung, Medien und Gesundheit ein Reden über Innovation und eine Rechtfertigung der Aktivitäten als innovative Leistungen ausgebreitet [...] (Boltanski, Chiapello 2003; Bröckling 2007), die auf die Durchsetzung eines bereichsübergreifenden Innovationsimperativs hindeutet. Gleiches gilt für die ‚Erfindung der Kreativität‘ (Reckwitz 2012)“.

Durch eine gesellschaftliche Kommunikationsweise, „die das Neue mit der knappen Ressource Aufmerksamkeit belegt und es dadurch selektiv zugunsten des Bekannten wahrnimmt (Luhmann 1996)“ (Braun-Thürmann 2005: 12), wird dieser Innovationsimperativ reproduziert.

„Im gegenwärtigen Zeitalter ist die Innovation so sehr zu einem gesellschaftlichen Leitbild, ja man möchte sagen, zu einer Ideologie¹ geworden, dass sich auch die Handelnden daran orientieren müssen.“ (Knoblauch 2011: 113)

1 Als System von Ideen, Vorstellungen und Werturteilen sind Ideologien – Knoblauch (1995: 28) zufolge nicht gleichzusetzen mit Sinndeutungen – eng auf Zielstellungen unterschiedlichster sozialer Gruppen bezogen. Auf Ideologien wird beispielsweise rekuriert, um die Führung, Machtposition und Vorrechte einer ganzen sozialen Gruppe zu legitimieren (vgl. Knoblauch 1995: 31).

Wenn dem Handlungszwang, strukturell und reflexiv Neues vorzubringen, weite gesellschaftliche Bereiche unterliegen, wie Rammert (2013: 12) postuliert, Knoblauch zufolge sogar eine Innovationsideologie wirkmächtig ist, stellt sich mir die Frage, inwiefern Zivilgesellschaft ihr Handeln dadurch legitimiert, über Bestehendes und Bekanntes hinaus zu gehen. Wie explizit (oder auch implizit und nicht-intendiert) orientieren sich zivilgesellschaftliche Akteure im lokalen Umgang mit gesellschaftlichen Problemlagen, wie Wirtschafts- und Finanzkrisen, sozialen Polarisierungs- und Exklusionstendenzen und der Rückentwicklung wohlfahrtsstaatlicher Leistungen an Neuem oder beanspruchen gar, sozial innovativ zu sein? Welche neuen Ideen für den Raum setzen sich als Innovationen wie durch, welche scheitern, und zwar aus welchen Gründen? Um zu untersuchen, inwiefern sich potenzielle ‚Innovationskandidaten‘ (vgl. Rammert 2010a: 16) als soziale Innovationen in der gesellschaftlichen Handlungspraxis durchsetzen und zu einem wichtigen Ausgangspunkt lokaler Raum(re-)konstruktionsprozesse werden, müssen sie als soziale Prozesse untersucht werden. Als Prozesse vollziehen sich soziale Innovationen, so meine zentrale These, zunächst kommunikativ. Besonders relevant sind diesbezüglich Face-to-Face-Kommunikationen.² Solche Face-to-Face-Kommunikationen zivilgesellschaftlicher Raumpionierinitiativen mit Fokus auf der kommunikativen Genese von Neuem für die lokale Raumentwicklung stehen im Zentrum der empirischen und theoretischen Aufmerksamkeit dieser Arbeit.

Weder der Innovationsorientierung von Zivilgesellschaft im Allgemeinen noch der von Raumpionieren³ im Besonderen und ihrem Einfluss auf die innovative Performanz von Stadträumen, die bereits auf eine längere ‚Problemgeschichte‘ zurückblicken, hat die soziale Innovationsforschung bislang breitere Aufmerksamkeit geschenkt. Dies erstaunt, denn Raumpioniere können mit ihren Projektideen und potenzialorientierten Raumvisionen neue Entwicklungsimpulse für problembehaftete Großstadtquartiere vorschlagen, zu Wandel und Dynamisierung von Raumwissensbeständen und Gesellschaftspraktiken beitragen (vgl. Christmann, Büttner 2011). Ihr Konzept verweist ferner (vgl. Kapitel 1.2.4) in hohem Maße auf das Thema Innovation. Deshalb werden Raumpioniere im Allgemeinen und deren zivilgesellschaftliche Vertreter im Besonderen als diejenigen Akteursgruppen betrachtet, die einerseits raumbezogen Neues sowohl intendiert als auch nicht-intendiert bottom-up initiieren und andererseits spezifische Handlungspraktiken im (nicht-)reflexiven Umgang mit top-down-institutionalisierten Handlungserwartungen einer Innovationsgesellschaft zeigen. Diese

2 Face-to-Face-Kommunikation meint hier die persönliche Kommunikation leiblich präsenter Anwesender, die gleichzeitig oder aufeinanderfolgend in einer gemeinsam geteilten sozialen Situation miteinander kommunizieren.

3 Eine detaillierte Auseinandersetzung mit dem Raumpionierbegriff folgt im Kapitel 1.2.4.

Innovationsgesellschaft ist primär über Kommunikation und Wissen als zentrale Ordnungsprinzipien beschreibbar, weshalb der analytische Blick in die wissensbasierten kommunikativen Vorgänge von Zivilgesellschaft und ihr Bezug auf Neuerungen die Gegenwartsgesellschaft versteh- und erklärbar macht. Einsichten in die kommunikative Innovationsgenese sind in der Innovationsliteratur ebenso wie eine dafür erforderliche prozessbegleitende Untersuchungsperspektive auf soziale Innovationen „Mangelware“ (siehe vor allem Kapitel 2.3). Diese Prozessperspektive ist angesichts von ex-post Etikettierungen sozialer Innovationen (vgl. Braun-Thürmann, John 2010: 56) und ihrer damit verknüpften nahezu ausschließlich rekonstruktiven Analyse bislang kaum erprobt. Und das trotz einer – nach sporadischem Wissenschaftsinteresse seit den 1970er und 1980er Jahren von Neuloh (1977), Chambon et al. (1982) und Zapf (1989) – vermehrten Forschungsaufmerksamkeit der letzten Jahre. Die wird insbesondere forciert durch Gillwald (2000), Howaldt, Schwarz (2010b, 2012), Rammert (2010a, 2013), Moulaert et al. (2010a, 2010b, 2013), Mulgan et al. (2007) und Mumford (2002). Hinzu kommen Millionen-Treffer bei Google und ein immer größer werdendes politisches Interesse. Das führt zu Profanisierung und Veralltäglichen des sozialen Innovationsbegriffes, macht ihn Moulaert et al. (2013: 1) zufolge zum Catch-All-Konzept. Dennoch oder gerade deswegen verbleibt insgesamt „the field of social innovation [...] relatively undeveloped.“ (Mulgan et al. 2007: 3). Damit sich dies ändert, fordert beispielsweise Rammert (2010b: 21) die Abwendung von einer ökonomisch zentrierten Innovationsforschung zugunsten einer Forschungsperspektive, die sich für die Spezifika sozialer, künstlerischer, wissenschaftlicher, politischer etc. Innovationen öffnet.

Diese Arbeit öffnet sich für die Spezifika sozialer Innovationen, die von Raumpionieren aus der Zivilgesellschaft in problematisierten Stadtquartieren Berlin-Moabits bottom-up initiiert werden. Mit ihrem Fokus auf kommunikative Aushandlungsprozesse neuer Ideen für die Lösung von (lokalen) Raumproblematiken verweist diese Dissertation nicht nur auf die Zentralität von Face-to-Face-Kommunikationen in der frühen Genese sozialer Innovationen. Sie macht außerdem aufmerksam auf die Zentralität von (De-)Legitimationsprozessen in der Bewertung von Neuem, den gattungsmäßigen Verlauf von Ideenaushandlungsprozessen und die situative Interdependenz von Machtauseinandersetzungen, Konfliktprozessen und Vertrauensbildungen in Gruppenkommunikationen um neue Ideen für die Raumentwicklung. Diese Ergebnisse diversifizieren einerseits bestehende Innovationsansätze. Sie spezifizieren andererseits die Theorie kommunikativer Raum(re-)konstruktion. Bevor fallübergreifende Schlussbetrachtungen am Ende dieser Arbeit diesbezügliche Erkenntnisse bündeln, werde ich zuallererst meine hier angerissenen Erkenntnisinteressen und Forschungsfragen überblickhaft darstellen, um anschließend notwendige Begriffsklärungen

(soziale Innovationen im Raum, Zivilgesellschaft, Raumpioniere) vorzunehmen. Die Aufarbeitung des Forschungsstandes zu Theoremen, theoretischen Konzepten und empirischen Befunden sozialer Innovationen im zweiten Kapitel wird die von mir identifizierten Forschungslücken konkretisieren und wichtige Anschlussstellen für meine empirischen Fallbeispiele aufzeigen. Wie die gesamte Arbeit resultiert auch dieses Teilkapitel aus einem Forschungsprozess, der stetig zwischen Datenerhebung und -analyse, Literatur- und Theoriearbeit changierte und dessen Ergebnisse wechselseitig aufeinander bezog. So wird innerhalb dieses Kapitels deutlich, dass die Selektion darzustellender Forschungsbefunde zu sozialen Innovationen in Korrespondenz zu analytischen Ergebnissen meiner empirischen Daten geleistet wurde und aktuelle empirische Befunde und theoretische Ansätze des Forschungsstandes wiederum in meine Datenanalyse und -interpretation eingeflossen sind. Auf dieser Basis wird eine mangelnde Verankerung des Phänomens sozialer Innovationen in sozialwissenschaftlichen Gesellschaftstheorien konstatiert. Entsprechend schlägt das dritte Kapitel im Rekurs auf die Theorie gesellschaftlicher Konstruktion von Wirklichkeit sowie ihrer kommunikations- und raumbezogenen Erweiterung ergänzende theoretische Grundlagen zum Prozessverständnis sozialer Innovationen im Raum vor. Eine ausführliche Methodenreflexion zu meinem fokussiert ethnografischen Vorgehen folgt im vierten Kapitel. Dieses informiert über die Triangulation verschiedener qualitativer Erhebungs-, Analyse- und Interpretationsmethoden und schafft damit die Grundlage für eine schlussfolgernde Reflexion über Möglichkeiten und Herausforderungen eines prozessbegleitenden ethnografischen Vorgehens bei der Untersuchung sozialer Innovationen im Raum. Hauptaugenmerk der Arbeit liegt auf dem empirischen Analysekapitel fünf. Im Anschluss an ein diskursanalytisches und von Bewohnerperspektiven inspiriertes Portrait des Stadtteils Moabit präsentiere ich drei Fallstudien zivilgesellschaftlicher Raumpionierinitiativen. In jedem dieser drei Falldarstellungen werden Raumpioniere und zentrale Akteure sowie deren Innovationsbezüge vorgestellt und mit Verweis auf spezifische soziale Funktionsübernahmen in Initialphasen der Aushandlung von raumbezogenem Neuem in eine Raumpionierheuristik eingeordnet (und diese damit zugleich überprüft). Datenbasiert illustriert wird daraufhin, wie neue und potenziell innovative Projektideen kommunikativ verhandelt und bearbeitet werden und inwiefern jede der drei Raumpionierinitiativen im Zuge der kommunikativen Konstruktion von Neuem Raum(re-)konstruktionsprozesse im (Über-)Lokalen beeinflusst.

1.1 Erkenntnisinteressen und Forschungsfragen

Mein Erkenntnisinteresse an der kommunikativen Genese sozialer Innovationen im Raum lässt sich zu folgender zentralen Forschungsfrage zusammenfassen: Wie werden potenziell innovative Ideen als neue Raumwissensbestände und -praktiken im Rahmen von Kommunikationsprozessen verhandelt und weiterentwickelt und wie entfalten sie im Zuge ihrer diskursiven und handlungspraktischen Durchsetzung sowie räumlichen Diffusion als soziale Innovationen Raumtransformationspotenzial?

Von besonderem Interesse für diese Arbeit und für die an Innovationsprozessen orientierte Forschungsgemeinschaft ist vor allem der erste Teil der zentralen Forschungsfrage, der den Prozess der kommunikativen Verhandlung neuer raumbezogener Ideen in einer frühen Phase der potenziellen Innovationsgenese betrachtet. Folgende Fragestellungen konkretisieren dieses Erkenntnisinteresse:

- Wie explizit (oder auch implizit und nicht-intendiert) und aus welchen Gründen orientieren sich zivilgesellschaftliche Raumpionierinitiativen im lokalen Umgang mit gesellschaftlichen Problemlagen an Neuem oder beanspruchen gar semantisch nachvollziehbar, sozial innovativ zu sein? Welche Rolle spielen dabei die gesellschaftliche Innovationssemantik, -pragmatik und -grammatik?
- Wie unterscheiden sich gegebenenfalls Kommunikationsstrategien, verwendete kommunikativen Formen und (De-)Legitimationsprozesse von Neuem zwischen Raumpionierinitiativen, die ihre Neuerungsabsicht semantisch explizit machen und solchen, die zunächst allenfalls auf der pragmatischen Handlungsebene erkennen lassen, dass sie Innovationspotenzial mitbringen?
- Inwiefern verläuft die Face-to-Face-Kommunikation von Neuem ungerichtet oder entlang welcher typisierbaren Verlaufsmuster?
- Wie gehen die an Ideenaushandlungsprozessen von Neuem Beteiligten mit Konflikten, Widerständen und Machtauseinandersetzungen um und wie werden diese kommunikativ verhandelt? Welche Rolle spielen Vertrauen und akteursbezogene Wissensheterogenität im Zusammenspiel mit den vorgenannten kommunikationsbasierten Faktoren?

Einher gehen mit diesen übergeordneten Fragestellungen zur kommunikativen Innovationsgenese sowohl Fragen zu den strukturellen Voraussetzungen zivilgesellschaftlich initiiert sozialer Innovationen als auch Fragen zu den zivilgesellschaftlichen Akteuren selbst, lassen sich solche Prozesse nämlich weder ohne handlungsbeeinflussende Strukturen noch ohne näheren Bezug auf die handelnden Akteure und deren dynamisches Spannungsverhältnis zueinander verstehen

und erklären. Gefragt wird einerseits, wie das Handlungsfeld der Akteure strukturiert ist, welche Bedeutung Innovation im zivilgesellschaftlichen Wertegefüge einnimmt und welche handlungsprägende Rolle öffentlich verbreiteten Innovationsdiskursen zukommt. Gefragt wird andererseits danach, wie die zivilgesellschaftlichen Raumpioniere mit diesen strukturellen Handlungserwartungen umgehen, aber auch welche (heterogenen) Interessen, welche Werterhaltungen und Handlungsziele zivilgesellschaftliche Raumpioniere aufweisen. Inwiefern ist eine Innovations- bzw. Neuerungsrhetorik bei welchen Akteuren beobachtbar und welche Absichten zur Innovationserzeugung liegen vor? Auch Fragen nach Netzwerkaktivitäten und -strategien dieser Raumpioniere werden in Zusammenhang gebracht mit den Durchsetzungschancen von neuen Projektideen. Die Beantwortung dieser Fragen ist aufschlussreich hinsichtlich der heuristischen Differenzierung unterschiedlicher Raumpioniere, die wiederum auf verschiedene soziale Funktionen in frühen Phasen potenzieller Innovationsgenesen sowie auf Differenzen bezüglich semantischer, pragmatischer und grammatischer Innovationsebene verweisen.

Nicht zuletzt geht es darum – und das betrifft den zweiten Teil der zentralen Forschungsfrage zum Raumtransformationspotenzial sozialer Innovationen – wie das städtische Umfeld selbst zum Gegenstand von Innovationen wird und wie sich der Stadtteil Moabit entsprechend verändert. Entsprechend möchte ich raumbezogene Wirkungen und Effekte nachvollziehbar machen, die beobachtbar werden, wenn Raumpionierinitiativen Neues konstruieren. Von Interesse ist, wie diese einerseits physisch-materielle Raumgestaltungen und andererseits alternative Raumdeutungen, raumbezogene Identitätsbildungsprozesse, soziale Integration, Teilhabe und Mobilisierungskraft beeinflussen. Solche Wirkungen werden von den Gruppen selbst thematisiert, sofern sie öffentliche Belange berühren, sind sie allerdings auch diskursanalytisch auffindbar. Diese Forschungsfragen sind verknüpft mit dem übergeordneten Erkenntnisinteresse, empirisch begründet die notwendige Theorieentwicklung über die kommunikative Genese von sozialen Innovationen im Raum voranzutreiben. Meine Fokussierung darauf erweitert nicht nur theoretische Wissensbestände zur Rolle und Bedeutung von Kommunikation in Initialphasen sozialer Innovationen in potentia, sie diversifiziert zugleich bestehende Innovationsansätze und trägt zur konzeptionellen Einbettung des sozialen Innovationskonzeptes in eine Theorie kommunikativer Raum(re-)konstruktion bei.

1.2 Begriffsklärungen

Bevor es nun gilt, das Begriffsverständnis von sozialen Innovationen auszuführen, das dieser Arbeit zugrunde liegt und bereits ein Ergebnis dieser empirischen Untersuchung darstellt, widme ich zunächst der Interdependenz von sozialen und technischen Innovationen Aufmerksamkeit. Gegenstand dieses Kapitels sind außerdem eine Erläuterung des Raumpionierkonzepts sowie eine Auseinandersetzung mit den Fragen, inwiefern sich prozessierende soziale Innovationen als Forschungsgegenstand methodologisch fassen lassen und es tatsächlich paradox ist, solche Phänomene ausgerechnet in problematisierten Großstadtquartieren zu untersuchen.

1.2.1 *Zum wechselwirkenden Verhältnis von sozialen und technischen Innovationen*

Soziale Innovationen werden zum Teil noch immer ausschließlich in ihrem funktionalen Verhältnis oder gar in Abgrenzung zu technischen Innovationen beschrieben. Dabei wird nicht nur übersehen, dass soziale Innovationen einen eigenständigen Phänomenbereich bilden, der angesichts der Herausbildung der Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft einen Bedeutungszuwachs erlangt (vgl. Howaldt, Jacobsen 2010: 9). Negiert werden zudem zentrale Gemeinsamkeiten und enge Wechselwirkungen zwischen sozialen und technischen Innovationen zugunsten der Schärfung von Unterschieden und ihrer Verwendung als Gegensatzpaar (vgl. Gillwald 2000: 36). Eine, die Begriffsunterschiede ausdehnende Dichotomie, die das Technische mit dem Materiellen und das Soziale mit dem Immateriellen gleichsetzt, wird abgelehnt, schon weil materielle Bestandteile sozialer Innovationen ignoriert, aber auch technische Innovationen von ihrer gesellschaftlichen Kontextabhängigkeit entkleidet werden (vgl. Braun-Thürmann, John 2010: 58). Für Rammert (2013: 1) erweist sich diese

„dominante Orientierung an technisch-materialen Innovationen als theoretisch unterkomplex und praktisch irreführend, da sie auf der einen Seite die Innovationen des Handelns und Deutens nicht als Teil, sondern nur als Anhängsel der technischen Innovation erfasst und auf der anderen Seite die Bedeutung genuin sozialer Innovationen bei der gesellschaftlichen Erneuerung unterschätzt.“

Demgegenüber sind die Wechselwirkungen zwischen sozialen und technischen Innovationen in den Vordergrund zu stellen. Denn empirisch sind erstgenannte nicht immer von technischen Innovationen zu trennen. So kann beispielsweise die Legitimität von sozialen Neuerungen gegenüber solchen, die als nicht-legitim

aufgefasst werden, nicht nur an sozialen Referenzen, wie sozialer Teilhabe, sozialer Integration oder Mobilisierungskraft festgemacht werden, sondern auch an ökonomischen Referenzen des Gewinnversprechens, dem technische Innovationen in der Regel unterliegen. Technischer Fortschritt kann umgekehrt auch die Begleitung durch soziale Lernprozesse erfordern (vgl. Gillwald 2000: 38). Technische Innovationen sind alles andere als a-sozial angesichts der „sozialen Konstitution der Technik, von alternativen Entwicklungspfaden und den Interessen, die sich mit Technikoptionen verbinden, von den Kämpfen um deren Durchsetzung“ (Moldaschl 2010: 10). Ebenso berechtigt wie die wechselwirkende empirische Betrachtung beider Phänomene ist die nun folgende analytische Fokussierung auf das Konzept sozialer Innovationen im Raum.

1.2.2 Soziale Innovationen im Raum

Bei der Bearbeitung gesellschaftlicher Problemlagen, die sich in Städten häufig wie in einem Brennglas bündeln, sind technische, wirtschaftliche und (städte-) bauliche Innovationen bedeutsam (vgl. Jessen, Walther 2010), vor allem aber soziale (vgl. Christmann 2013b). Weit verbreitet in der wissenschaftlichen Literatur des deutschsprachigen Raumes ist die Begriffsdefinition im Anschluss an Zapf, der soziale Innovationen beschreibt als „neue Wege, Ziele zu erreichen, insbesondere neue Organisationsformen, neue Regulierungen, neue Lebensstile, die die Richtung des sozialen Wandels verändern, Probleme besser lösen als frühere Praktiken, und die deshalb wert sind, nachgeahmt und institutionalisiert zu werden.“ (Zapf 1989: 177)⁴ Mit seinem Verständnis hat Zapf nicht nur die Diskussion um das Verhältnis von sozialen Innovationen und sozialem Wandel im Anschluss an Ogburn (1923, 1964) beflügelt, auch der Aspekt, dass jedwede Neuerung an Bestehendes anknüpft und nur in Relation zu ihr bestimmt werden kann, wurde vielfach aufgegriffen, beispielsweise von Howaldt und Schwarz (2010b, 2012). Beide Autoren entkleiden den Zapf-Begriff seiner Normativität und betonen notwendigerweise, ebenso wie Lindhult, dass Innovationen⁵ keineswegs per se positive Wirkungen zeitigen, denn „there is no inherent goodness in social innovation“ (Lindhult 2008: 44). Soziale Innovationen können sogar ambivalente, mithin negative Folgen für bestimmte Gruppen mit sich bringen

4 Bereits 1972 vertritt Meadows (1972: 172) die Ansicht, „dass soziale Innovation nicht mehr länger hinter der technischen zurückbleiben darf, dass die Zeit für eine radikale Reform institutioneller und politischer Prozesse auf allen Ebenen, einschließlich der höchsten, der Ebene der Weltpolitik, reif ist.“

5 Wenn im Folgenden von Innovationen die Rede ist, sind mit diesen stets soziale Innovationen gemeint, sofern diese nicht anderweitig spezifiziert werden.

(vgl. Schwarz et al. 2010: 174f.). Diese Erkenntnisse haben im international breit rezipierten sozialen Innovationskonzept von Mulgan und Pulford (2010) keinen Platz. Ähnlich normativ wie Zapf verstehen sie soziale Innovationen als

„innovations that are social both in their ends and in their means. Specifically, we define social innovations as new ideas (products, services and models) that simultaneously meet social needs (more effectively than alternatives) and create new social relationships or collaborations. In other words they are innovations that are both good for society and enhance society’s capacity to act” (Mulgan, Pulford 2010: 16).

Weniger stark von einer ausschließlichen Positivsetzung sozialer Innovationen ausgehend, aber gleichwohl partiell normativ, machen Moulaert et al. (2010b) soziale Innovationen wie Mulgan und Pulford (2010) an der Befriedigung unerfüllter sozialer Bedürfnisse sowie dem Aufbau und Wandel von Netzwerkbeziehungen, beispielsweise zwischen zivilgesellschaftlichen Akteuren und politischen Entscheidungsträgern (vgl. Moulaert 2010: 4), fest. Hinzu kommt als dritte Dimension das Empowerment marginalisierter und sozial exkludierter Bewohnergruppen. Soziale Innovationen werden im Verständnis von Moulaert et al. vorwiegend von ihren sozialen Wirkungsweisen her als solche rekonstruktiv bestimmt. Dieses Verständnis greife ich – unter anderem neben Aspekten wie physischer Raumwirksamkeit oder der Verbreitung alternativer Raumdeutungen – zur analytischen Klärung des Beitrages der von mir untersuchten drei Raumpionierinitiativen zur kommunikativen Raum(re-)konstruktion auf. Anders als Mulgan und Pulford beschreiben Moulaert et al. soziale Innovationen weniger auf der Ebene von „new ideas (products, services and models)“ (2010: 16) als auf der Ebene der zivilgesellschaftlichen Initiativen selbst, die infolge der drei beschriebenen Wirkungen (im Raum) als sozial innovative Initiativen dargestellt werden. Weder Moulaert et al. noch Mulgan und Pulford berücksichtigen allerdings, inwiefern innovative Lösungen für gesellschaftliche Probleme auch tatsächlich als solche von den zivilgesellschaftlichen Akteuren intendiert wurden. Im Gegensatz zu Schwarz et al. (2010). Ihnen zufolge gehen soziale Innovationen „von bestimmten Akteuren und Akteurskonstellationen aus, bestehen aus intentionaler, zielgerichteter Neukonfiguration sozialer Praktiken an den Schnittstellen unterschiedlicher sozialer Kontexte und Rationalitäten, haben zum Ziel, Probleme anders zu lösen und Bedürfnisse anders zu befrieden“ (Schwarz et al. 2010: 174f.). Gemäß Schwarz et al. werden soziale Innovationsprozesse stets intendiert und zielgerichtet initiiert, womit sie allerdings nicht Folgen und Wirkungen ausschließen, die zunächst nicht beabsichtigt und geplant wurden (vgl. Howaldt, Schwarz 2010a: 92). Kesselring und Leitner diversifizieren diese Sichtweise. Denn „Akteure können bewusst an einem zielgerichteten Projekt arbeiten, das sozial innovativ sein kann, obwohl es die handelnden Personen

selbst (noch) nicht als soziale Innovation bezeichnen.“ (2008: 28) Schlüsselakteure bezeichnen ihre Vorhaben häufiger als neue Wege zur Befriedigung sozialer Bedürfnisse als explizit von sozialen Innovationen zu sprechen, kommen Ailenei und Lefebvre (2010) zu einer ganz ähnlichen Schlussfolgerung wie Kesselring und Leitner. Erste eigene empirische Einsichten zeigen in die gleiche Richtung. Zivilgesellschaftlich angestoßene soziale Innovationsprozesse, die sich der Befriedigung raumbezogener Bedürfnisse und der Bewältigung sozialer Problematiken in städtischen Problemquartieren Berlin Moabits zuwenden, sind nicht ausschließlich die Folge intendierten Innovationshandelns; vor allem werden neue Aktivitäten selten mit dem Innovationsterminus belegt.

Ausgehend von dieser empirischen Erkenntnis stellt sich die Frage, inwieweit soziale Innovationen im Allgemeinen und zivilgesellschaftlich implementierte im Besonderen überhaupt medial thematisiert werden und damit Chancen haben, in den gesellschaftlichen Wissensvorrat einzugehen. Offen ist auch, welches Verständnis von sozialen Innovationen über die Medien vermittelt wird, in welchen Kontexten soziale Innovationen Erwähnung finden, welche Beispiele und beteiligten Akteursgruppen für diese angeführt werden.

Exkurs: Zum massenmedialen Diskurs über soziale Innovationen⁶

Die meinungsführenden Printmedien in Deutschland, wie die Süddeutsche Zeitung, die Frankfurter Allgemeine Zeitung, die taz, der Spiegel, der Focus, der Stern oder die Welt und deren Onlineausgaben behandeln das Thema soziale Innovation(en) kaum als ein eigenständiges. Häufiger erscheint der Begriff im Kontext anderer Themenfelder, insbesondere im Zuge der Klimadebatte, als Wirtschaftsfaktor, in seiner gesellschaftlichen Relevanz, allerdings nur rudimentär im Zusammenhang mit Stadtentwicklungsthemen. In der Umweltdiskussion im Allgemeinen und bei der Auseinandersetzung mit dem Klimawandel im Besonderen wird auf soziale Innovationen zuvorderst als Ergänzung zu technischen Innovationen rekurriert. Technische Neuerungen allein würden nicht genügen, um den klimatischen Veränderungsprozessen und ihren Folgen zu begegnen, sie müssten durch sozial innovative Denk- und Handlungsansätze begleitet werden. Insgesamt werden soziale Innovationen positiv konnotiert. Von ihnen erhofft man sich Lösungen für die Bewältigung von Umwelt- oder sozialen Problemen. Sozialen Innovationen wird eine sozialintegrative Funktion zugeschrieben, vor

6 Datengrundlage der wissenssoziologischen Diskursanalyse zur Thematisierung sozialer Innovationen in der medialen Öffentlichkeit stellen ca. 50 Artikel dar, die in der Stichwortsuche nach sozialen Innovationen in den meinungsführenden Printmedien und deren Onlineausgaben (SZ, FAZ, taz, Spiegel, Focus, Stern, Welt) im Untersuchungszeitraum zwischen 2009 und 2013 erschienen sind. Das nähere Vorgehen bei dieser Diskursanalyse schildert das Methodenkapitel 4.3.1.4.

allem dann, wenn von ihnen Lösungspotenzial für gesellschaftliche Defizite, zum Beispiel den Umbau des Sozialstaates, erwartet wird.

Soziale Innovationen finden zwar kaum als eigenständiges Thema Beachtung, aber als Begriff gelegentlich Verwendung. Ihr Begriffsverständnis wird jedoch nicht näher definiert oder expliziert. Das legt den Schluss nahe, dass die Medienmacher ein allgemeines, aber oftmals unbestimmtes oder global-abstraktes Verständnis beim Rezipienten voraussetzen, was mit sozialen Innovationen gemeint ist. Sozial innovative Konzepte, die in den Massenmedien erwähnt werden, sind beispielsweise das Car-Sharing, die Lockerung des Dresscodes in Japan infolge der Fukushima-Ereignisse (Pullover statt Jackett, was Energieeinsparungen mit sich bringt), das Tempolimit 100, Teilzeitarbeitsmodelle für Führungskräfte (vor dem Hintergrund der Erhöhung der Frauenquote) oder der Handlungsansatz des Halbzeit-Vegetariers, der aufgrund des hohen Energieaufwandes für die Fleischproduktion seinen Fleischkonsum deutlich senkt. In diesem Kontext genannt werden außerdem die Dezentralisierung der Stromerzeugung, beispielsweise durch die Schaffung energieautonomer Dörfer und Regionen, aber auch die Durchsetzung der Umweltzone in vielen deutschen Großstädten, generationenübergreifende Wohnprojekte oder ganz speziell die Ashoka-Organisation oder die Grameen-Bank zur Vergabe von Mikrokrediten zugunsten von Unternehmensgründungen in weltweiten Armenvierteln.

Ist von sozialen Innovationen im Kontext von Stadtentwicklungsdebatten die Rede, sind zumeist Innovationen adressiert, die von den stadtplanenden Instanzen selbst ausgehen. Wenn dieses Gedankenexperiment überhaupt „gewagt“ wird, begnügen sich die Journalisten mit der Benennung innovativer Bürgerbeteiligungsverfahren, die von Planungsinstanzen initiiert werden. Eine explizite Thematisierung des sozialen Innovationspotenzials von Zivilgesellschaft auch und gerade in Bezug auf Stadtentwicklungsphänomene ist aber in der Regel nicht Teil des medial geführten öffentlichen Diskurses.

Eine Ursache für das mangelnde Bewusstsein in der Bevölkerung zu sozialen Innovationen liegt wohl auch in der Medienlogik selbst begründet. Die Berichterstattung massenmedialer Printmedien konzentriert sich (ebenfalls in ihren Onlinebeiträgen) nahezu ausschließlich auf in der Regel einfacher zu visualisierende und nachvollziehbarere technologische oder wirtschaftliche Innovationen. Bürgerorganisationen, die neue Ideen durchsetzen, um soziale Probleme im Stadtteil anzugehen, können in der Regel auf eine Berichterstattung allenfalls im Sommerloch hoffen oder wenn die Hürde eines skandalisierbaren Vorgehens genommen wurde (vgl. Bornstein 2006: 361).

Ende des Exkurses

Ausgehend von diesem exkursorisch dargestellten analytischen Befund ist die in semantischer Hinsicht heutige Ubiquität (vgl. Rammert 2010a: 13) von Innovativität und Kreativität zumindest in Bezug auf die Zivilgesellschaft zu hinterfragen. Meine empirischen Beobachtungen verweisen ebenfalls darauf. Zivilgesellschaftliche Akteure machen sich gelegentlich nicht einmal bewusst, dass sie eine lokale Neuerung einführen, die Transformationspotenzial mit sich bringt. Mit der Untersuchung dieser nicht-intendierten Innovationsprozesse stoße ich in eine Forschungslücke. Denn solche sozialen Neuerungen, die im Hinblick auf Innovationsabsichten nicht-intendiert angestoßen oder/ und von ihren Kreateuren nicht als solche bezeichnet werden, sind bislang kaum in den prozessbegleitenden wissenschaftlichen Analyseblick gelangt.

Eben dieser Beobachtung trägt die von Rammert (2010a, 2010b, 2013) eingeführte Drei-Ebenen-Unterscheidung sozialer Innovationen Rechnung. Rammert (2010b: 24) differenziert die semantische Ebene der Innovationsdiskurse von der pragmatischen Ebene des innovativen Handelns und der grammatischen Ebene, die Regelregime repräsentieren. Von Innovationen auf der semantischen Ebene spricht er dann, wenn „eine Idee, eine Praktik, ein Objekt als etwas Neues und Besseres wahrgenommen und weiterkommuniziert wird, um als Innovation zu gelten“ (Rammert 2010b: 34). Rammert zufolge ist es nicht ausreichend, wenn eine Idee als neu und sachlich anders markiert wird. Hinzukommen müsse eine Evaluierung, die diese Idee als Fortschritt, Erleichterung und Verbesserung bewertet, sowie ihre kommunikative Reproduktion (2010a: 15). Innovationen lassen sich aber nicht nur über ihre semantische Markierung als Neues erfahren.

Neuartige Ideen und Praktiken können nach Rammert ebenso auf der pragmatischen Ebene beobachtet werden, ohne dass sie anfänglich oder sogar während des gesamten Prozesses von den handelnden Akteuren auf der semantischen Ebene als Thema formuliert oder wahrgenommen wurden. Im Versuch, die bei Joas (1996: 107ff.) aufgeführten Metaphern der Kreativität in ihrem Differenzpotenzial zu Routinehandeln zu übersetzen, unterscheidet Rammert folgende fünf Innovationspraktiken: alternative Formen expressiven Handelns, wie in der Kunst oder der Mode; neue Modi des Produzierens, Verteilens und Konsumierens von Gütern und Dienstleistungen; Veränderungen des wissenschaftlichen Denkstils, des politischen Handelns und alltäglichen Lebens; Kräfte des Lebens, wie neue Formen der Willensäußerung, irrationale Zerstörungsakte etc. und schließlich Praktiken der Intelligenz als generalisierte Muster problemlösenden Handelns, wie experimentelle Interaktivität, Think Tanks, tüftelndes Basteln oder Perspektivendiversität durch politische Partizipation. Letztgenannte Praktiken, zu denen ich auch Ideenaushandlungsprozesse im Allgemeinen sowie

Brainstormingmodelle⁷ oder Kreativitätswshops im Besonderen zähle, bezeichne ich künftig im Anschluss an das Konzept von Knoblauch (1995) als potenziell innovationsgenerierende *kommunikative Formen*. Ihre empirische Verwendung verweist auch ohne den Gebrauch einer Innovationsrhetorik oder einer explizit formulierten Innovationsabsicht auf die potenzielle Genese sozialer Innovationen auf der pragmatischen Handlungsebene (vgl. Rammert 2010a: 13f.). Konzipiert man Innovationshandeln stets als ein kommunikatives – und davon soll hier ausgegangen werden – und begreift man dieses als reflexiv, dann sagen Akteure nicht nur etwas, sondern zeigen auch an, was sie tun und wie sie ihr Handeln verstanden wissen wollen (vgl. Knoblauch 1995: 54). So wird im Vollzug der Handlung beobachtbar, dass und wie Neues geschaffen wird. Für die Entstehung von Innovationen auf der pragmatischen Ebene bedarf es neben der Variation durch kreatives Handeln allerdings auch der „erfolgreiche[n] Selektion durch nachahmendes, aneignendes und dauerhaft reproduzierendes Handeln“ (Rammert 2010a: 14). Dieser von Rammert als Selektion beschriebene Prozess inkludiert beispielsweise die Bewertung von Neuem „als kreativ oder kriminell“ (2010a: 21). Um sowohl den Auswahl- als auch Bewertungsprozess von Neuem begrifflich fassbar zu machen, verwende ich folglich den Legitimationsterminus. Mit Knoblauch gehe ich nämlich von der Überlegung aus, dass Neues unmittelbar an Legitimationen als Reflexionsinstanz geknüpft ist, das heißt Neues als neu definiert und gesellschaftlich zugelassen werden muss, um schließlich als Neues oder explizit Innovatives gelten zu können.⁸

Die grammatische Ebene, die systematisch geschaffene soziale Strukturen zur reflexiven Herstellung des Neuen repräsentiert, macht schließlich Wandlungsprozesse und Abfolgen von Innovationskulturen und -regimen sichtbar. Dieses Konzept erklärt Konflikte zwischen Innovationsregimen, beispielsweise der gewinnorientierten Innovationskultur der Privatwirtschaft gegenüber der gemeinschaftsorientierten Innovationskultur der Open-Source-Bewegung (vgl. Rammert 2010a: 15). „Damit lassen sich auch falsche Generalisierungen kritisieren, wie die Übertragung des ökonomischen Innovationsregimes auf die Wissenschaften oder auf die Künste.“ (Rammert 2010a: 15)

7 Beim Brainstorming handelt es sich um eine Kreativitätstechnik zugunsten der regelgeleiteten Ideensammlung und Problemlösungsfindung. Gefördert werden sollen dabei das freie, assoziiierende und phantasievolle Gedankenspiel sowie egalitäre Ideeneinbringungen ohne sofortige (De-)legitimationen. Erst im Anschluss an diese Sammlungsphase werden die externalisierten Ideen z. B. in Bezug auf ihre Realisierbarkeit bewertet (vgl. Gabler-Wirtschaftslexikon. In: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/brainstorming.html>; Zugriff am 04.03.2013).

8 An der Stelle greife ich auf Überlegungen von Knoblauch zurück, die er im Rahmen eines Vortrags mit dem Titel „Zur kommunikativen Konstruktion des Neuen“ in einer Veranstaltung des Graduiertenkollegs „Innovationsgesellschaft heute“ an der Technischen Universität Berlin am 22.10.2012 gehalten hat.

Diese Differenzierung zwischen Semantik, Pragmatik und Grammatik macht auf die Vielschichtigkeit der analytischen Betrachtung heutiger Innovationsphänomene aufmerksam. Sie ist Teil eines von Rammert eingeführten relational referentiellen Innovationskonzepts. Das unterscheidet in der sozialen Dimension Normales, Gewohntes, Vorhandenes, Routine und Selbstverständlichkeit von Neuem als Abweichendem und schlüsselt die drei Ebenen Semantik, Pragmatik und Grammatik auf. In zeitlicher Hinsicht wird die Unterscheidung zwischen alt und neu zum wesentlichen Konstitutionsmerkmal von Innovationen, in sachlicher Hinsicht die Relation zwischen gleichartig und neuartig.⁹ Neuartiges entsteht der Schöpfungstheorie nach als radikal Neues, der Evolutionstheorie zufolge stets als Rekombinierendes und Variierendes von Bestehendem (vgl. Rammert 2010a: 7ff.). Neues muss deshalb einerseits immer anschlussfähig an bestehendes Wissen sein, lässt sich andererseits aber gerade erst in Abgrenzung zu etablierten Wissensbeständen als Veränderung, als Anderes und Neues erfahren. Soziale Innovationsprozesse bewegen sich in ihrer Dynamik in eben jenem Spannungsfeld zwischen Neukonstitution und der Orientierung an vorhandenen Wissensbeständen. Innovatives bzw. zunächst Neues bestimmt sich demnach stets im Abgleich und in der Relation mit Bestehenden. „Wenn aber der Vergleich fehlt, ist die Existenz des Neuen nicht mehr möglich.“ (Groys 2002: 26) Groys teilt auf diese Weise mit Zapf (1989) sowie Howaldt und Schwarz (2010b) die konstruktivistische Vorstellung, Innovation als radikal Neuartiges auszuschließen und vielmehr von sozialen Innovationen als Neukonfigurationen und Reinterpretationen sozialer Praktiken auszugehen, die Gillwald (2000: 10) um Wiederentdeckungen sowie Christmann und Jähnke (2011: 213) um „Übertragungen auf neue (räumliche) Kontexte oder Bezüge“ erweitern.

Neben den sozialen, zeitlichen und sachlichen Relationen, die Rammert zufolge Innovationen im Kern ausmachen, unterscheidet er konkrete Referenzen, auf die hin eine Innovation – im sozialkonstruktivistischen Sprachgebrauch Bergers und Luckmanns – legitimiert und institutionalisiert wird. Soziale Innovationen beziehen sich demzufolge auf eine Referenz, „nämlich nach welchen ‚dominierenden Zieldimensionen‘ (Zapf 1989: 175), ‚gesellschaftlichen Rationalitäten‘ und ‚Nutzungsdimensionen‘ (Gillwald 2000: 14 f.) die Performanz einer Innovation bemessen und die reproduktive Auswahl gerechtfertigt wird.“ (Rammert 2010a: 17) Zu zentralen Durchsetzungskriterien sozialer Innovationen werden damit soziale Teilhabe, Gerechtigkeit und Integration, Interessenausgleich, Solidarität und Mobilisierungskraft. Wirtschaftliche Innovationen hingegen werden mit Referenz auf Gewinnversprechen und Markterfolg, politische Innovatio-

9 Die Differenzierung zwischen Relationen in zeitlicher, sachlicher und sozialer Hinsicht geht auf Kant zurück und wurde vielfach von Luhmann zugunsten soziologischer Theoriebildung angewendet (vgl. Rammert 2010a: 7).

nen durch Machtzuwachs und Kontrollgewinn zu Phänomenen sui generis (vgl. Rammert 2010a: 17ff.).

Rammert fasst sein Verständnis eines gesellschaftlichen Innovationskonzeptes folgendermaßen zusammen:

„Innovationen können vorläufig als diejenigen Variationen von Ideen, Praktiken, Prozessen, Objekten und Konstellationen begriffen werden, die durch kreative Umdeutung und Umgestaltung geschaffen oder durch zufällige Abweichung und Rekombination hervorgebracht worden sind, die als Verbesserung in einer akzeptierten Hinsicht erfahren und gerechtfertigt werden und die durch Imitation und Diffusion einen Bereich der Gesellschaft mit nachhaltiger Wirkung verändern“ (Rammert 2010a: 16).

Mein Verständnis sozialer Innovationen im Raum diskriminiert insofern von Rammerts, als es auch negative Konsequenzen und ambivalente Folgen für spezifische Betroffenengruppen im Anschluss an Lindhult (2008: 44) sowie Schwarz et al. (2010: 174f.) einschließt. Es berücksichtigt ferner, dass räumliche Übertragungen andernorts neudefinierter Raumwissensbestände und -praktiken, ihre lokale Adaption und Rekombination als Teil von Diffusionsprozessen räumlich umfassenderer sozialer Innovationen auf lokaler Ebene beobachtbar sind. Damit wird die räumliche Ausbreitung einer sozialen Neuerung zu einem zentralen Kriterium, um schließlich von einer sozialen Innovation sprechen zu können. Neue Ideen müssen nicht nur lokal realisiert sein, sondern „von dort aus als ‚Pilotprojekte‘ den Weg für eine weitere räumliche Verbreitung“ (Christmann 2012: 205) antreten und als Neuerung anerkannt sein, dann von einer sozialen Innovation die Rede ist. Whyte hat weniger die räumliche Diffusion denn die Adaption im Fokus. Für ihn ist ausschlaggebend, „that the ideas underlying the invention are new to the people involved in developing and applying them; even if they have consciously copied from elsewhere, at least they had to adapt the copy to their own social, economic and cultural environment“ (1982: 1).¹⁰ Für Groys (2001) ist „die Funktion des Neuen [...] in unserer Zeit [sogar] in erster Linie eine Kontextverschiebung“, denn „viele, was im Leben selbst, im Alltag nicht als ‚neu‘ bewertet wird, [erscheint] uns dennoch als ‚neu‘ [...], wenn wir es von einem Kontext in einen anderen Kontext übertragen.“ (Groys 2001) Dieser kommunikative Umgang mit Neuem steht im Vordergrund meiner prozessbegleitenden Untersuchung, nicht die ex post Zuschreibung an ein Projekt, eine soziale Innovation zu sein.¹¹

10 Die „gegenwärtige Mode [...], den Innovationsbegriff auf jegliche Erscheinungsformen der Abweichung von etwas Bisherigem auszudehnen“, wird von Moldaschl (2010: 3) angesichts einer damit einhergehenden Verwässerung des Innovationskonzeptes durchaus kritisch gesehen.

11 Das Lokale selbst kann dabei, entgegen kulturdiffusionistischer Annahmen, die davon ausgehen, dass kulturelle Neuerungen, einmal erfunden, sich auch in anderen Kulturen ausbreiten, auch zum Ausgangspunkt für neue Ideen und Handlungspraktiken werden.