



Herzlich willkommen zum

43. Brandenburger Regionalgespräch

Soziale Innovationen in ländlichen Räumen

43. Brandenburger Regionalgespräch Soziale Innovationen in ländlichen Räumen

Gabriela B. Christmann



**Soziale Innovationen auf dem Land.
Akteure, Bedingungen und Prozesse
kreativer Gemeindeentwicklung**

Beobachtung I: Krisenhafte Lagen in strukturschwachen ländlichen Regionen

Abwärtsspirale

■ Strukturschwäche

geringe wirtschaftliche Produktivität, geringe berufliche Perspektiven, unzureichende technische, soziale und Dienstleistungsinfrastrukturen;

■ Demografischer Wandel

umfassende Abwanderungen → verschärfen weiteren Infrastrukturabbau;

■ **Negativdiskurs** im demografischen Wandel („großer Demografie-Diskurs“) „Ausbluten“ ländlicher Randregionen, „sterbende Dörfer“, „leere Landschaften“ → verstärkt Abwanderungstendenz;

■ Wirtschaftliche Entwicklungschancen

verschlechtern sich wegen fehlender potenzieller Arbeitskräfte.

Aber: Not macht erfinderisch.

Vielerorts werden neuartige Lösungsansätze erarbeitet.



Beobachtung II: Existenz zahlreicher kreativer Projekte



- Regenerierung durch Kultur,
z.B. Dorf macht Oper in Klein Leppin



- Bioenergiedörfer –
Dörfer schaffen sich eine wirtschaftliche
Lebensgrundlage

Soziale Innovationen



- Dorfläden –
Einzelhandel mit umfangreichen
Dienstleistungen zur
Nahversorgung

Was heißt soziale Innovation?

(Soziale) Innovationen



- Neue Praktiken, „neue Wege, Ziele zu erreichen, insbesondere neue Organisationsformen, neue Regulierungen, neue Lebensstile“ (Zapf 1989: 177).
 - **Neue Ideen** wurden **in die Praxis umgesetzt**, führen zu neuer Praxis;
 - neue Praxis **bricht mit dem Gewohnten**;
 - ist **relative Neuheit**, neue Kombination bekannter Elemente;
 - wird in Gesellschaft **als Neuheit wahrgenommen** und als „innovativ“ bezeichnet;
 - wird **nachgeahmt** und breitet **sich räumlich aus**.
-

Soziale Innovationen entdecken!

- Bislang waren nur **Technik- und Wirtschaftsinnovationen** bekannt.
 - **Wichtig für die Zukunft:** Innovationen umfassend verstehen!
 - Nicht nur technische oder ökonomische, sondern **auch soziale Innovationen** erforschen und vorantreiben.
 - Nicht nur Unternehmer oder Ingenieure als **Innovationsakteure** begreifen, sondern verschiedenste Akteure **aus der Breite der Gesellschaft** (auch aus der Zivilgesellschaft).
-

Soziale Innovationen sind auf die politische Agenda gerückt

Kongress auf Initiative des BMBF

- „Innovationen für die Gesellschaft – Neue Wege und Methoden zur Entfaltung des Potenzials sozialer Innovationen“ (20. und 21. September 2016, Berlin)



Kongress-Broschüre (im Erscheinen)

- Innovationen für die Gesellschaft – auch für die Raumentwicklung, v.a. für ländliche Räume

INNOVATIONEN FÜR DIE GESELLSCHAFT

Neue Wege und Methoden zur Entfaltung des Potentials sozialer Innovationen

EIN NEUES INNOVATIONSVERSTÄNDNIS

Was haben das Schweizer Engagement Center (2012), die Gründung von Startups, die Ideen von Startlabors, die Gründung von Geopreneurzentren oder die Sozialer Innovationsraum gemein?

Die Idee ist die einer „Reifegrad-Übersicht“ welche soziale Innovationen der nächsten 10-20 Jahren in drei Zeiträumen immer mehr zu einem Leitmotiv moderner Gesellschaften gemacht. In Veranschaulichung der Phase der Innovationsentwicklung. Lange Zeit dachte man, dass die Förderung technologischer Innovationen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit sein sollte. Innovationen sind heute immer stärker gesellschaftlich eingebettet und tragen einen stärkeren sozialen Charakter. Dies ist im Grunde ein Wandel der Perspektive dahingehend, dass soziale Innovationen sich gegenwärtig zu technologischen weniger „reiner“ sind und zugleich stärker in soziale Kontexte eingebettet sind.

Gesellschaften stellen sich in Form von Vertrauen und der Herabsetzung von abgegrenzten Verhaltensweisen und Gewohnheiten.

Die Attraktivität sozialer Innovationen verändert sich zusätzlich der Bedeutung der Konzepte. Soziale Innovationen können als Prozesse und Zusammenhänge von Individuen und Organisationen verstanden werden, die die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und zusammenleben, verändern und unsere politischen Prozesse gestalten. Oft lassen sich die Potentiale neuer Technologien nur dann nutzen, wenn diese in die Veränderungen sozialer Praktiken und Verhaltensweisen eingebettet sind. Insofern müssen soziale Innovationen einen gesellschaftlichen Blick an, in dem technologische und soziale Innovationen sich gegenseitig verstärken und in der Lösung der größten gesellschaftlichen Herausforderungen beitragen.

Die Attraktivität sozialer Innovationen verändert sich zusätzlich der Bedeutung der Konzepte. Soziale Innovationen können als Prozesse und Zusammenhänge von Individuen und Organisationen verstanden werden, die die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und zusammenleben, verändern und unsere politischen Prozesse gestalten. Oft lassen sich die Potentiale neuer Technologien nur dann nutzen, wenn diese in die Veränderungen sozialer Praktiken und Verhaltensweisen eingebettet sind. Insofern müssen soziale Innovationen einen gesellschaftlichen Blick an, in dem technologische und soziale Innovationen sich gegenseitig verstärken und in der Lösung der größten gesellschaftlichen Herausforderungen beitragen.

RAUMENTWICKLUNG

Gabriela Christmann

PROBLEMSTELLUNG

Was sind die Herausforderungen der Raumentwicklung in ländlichen Räumen angesichts der demografischen Veränderungen, der Digitalisierung und der Klimawandelsforderungen?

Die Attraktivität sozialer Innovationen verändert sich zusätzlich der Bedeutung der Konzepte. Soziale Innovationen können als Prozesse und Zusammenhänge von Individuen und Organisationen verstanden werden, die die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und zusammenleben, verändern und unsere politischen Prozesse gestalten. Oft lassen sich die Potentiale neuer Technologien nur dann nutzen, wenn diese in die Veränderungen sozialer Praktiken und Verhaltensweisen eingebettet sind. Insofern müssen soziale Innovationen einen gesellschaftlichen Blick an, in dem technologische und soziale Innovationen sich gegenseitig verstärken und in der Lösung der größten gesellschaftlichen Herausforderungen beitragen.

BUCKPUNKT

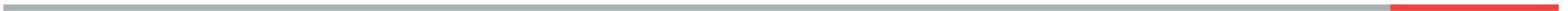
Städte und Regionen stehen sich vor vielfältige Herausforderungen gestellt. Der demografischer Wandel, Strukturveränderungen, immer wieder auftretende wirtschaftliche Problemlagen, eine chronische Unterfinanzierung in Städten und Gemeinden, aber auch zunehmende Digitalisierungsprozesse oder Fragen der Nachhaltigkeit erfordern soziale Innovationen in der Raumentwicklung. Die Zusammenarbeit unterschiedlicher Akteure, auch aus der Sphäre der Zivilgesellschaft, wird bei der Erarbeitung neuer Lösungen wichtiger und richtiger. Die Aufmerksamkeit für die Herabsetzung, Entwicklung und Stärkung neuer sozialer Praktiken, deren Vielfalt, Bedeutung und Räumlichkeit ist in den Fokus dieser Session.

1. WAS WIR BISHER ÜBER SOZIALE INNOVATIONEN IN STÄDTEN UND REGIONEN WISSEN

In Debatten zur Wissensökonomie und Wissensgesellschaft haben Charles Landry und Richard Florida für den Bereich der Stadt die These propagiert, dass es insbesondere Kreative und Künstler sind, die städtische Entwicklungsprozesse positiv stimulieren und dynamisieren. Mit ihnen sei das Konzept der „Kreativen Stadt“ viele Nachahmer gefunden. Es sind jedoch nicht nur Künstler und Kreative allein, die in Städten soziale Innovationen vorantreiben. Auch Bürgerinitiativen, Fachplanungsbehörden oder zivilgesellschaftliche Akteure sind an der Entwicklung neuer Ideen beteiligt, die zu wirksamen Lösungen vielfältiger Probleme beitragen (Bureau of European Policy Advisors 2011; Haxler 2007; Jähne et al. 2011).

In immer mehr Städten und Regionen wird die Relevanz einer Kultur der Kreativität und Teamfähigkeit erkannt, die gesellschaftliche Akteure anregt, neue zu denken, neue Wege zu beschreiben, konkrete Projekte zu planen und umzusetzen (DeVille et al. 2006; Van Sly 2012). Ob geht man davon aus, dass diese Erlebnisse in strukturschwachen ländlichen Regionen weniger ausgeprägt sei, vor allem, dass ländliche Gewerbetreibende weniger innovations-affin seien. Folglich lassen sich aber auf dem Land durchaus neue Wege Ansätze finden und Akteure beobachten, die es wagen, neue Wege einzuschlagen (Link und Völke 2009). Diese „Pioniere“ der Akteure klagen allerdings darüber, dass ihre Mitbräuer vor Ort von einer kollektiven Lethargie geprägt und sehr skeptisch seien, wenn es um Neuerungen geht. Dies nahmen die „Pioniere“ als einen hemmenden Faktor wahr, wenn es um die Umsetzung ihrer Ideen geht.

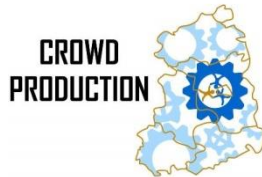
- Unsere Fragen am IRS:
Wie **entstehen** soziale Innovationen
auf dem Land und **wie verbreiten sie sich?**



Kleines Forschungs-“Cluster“ am IRS



Innovationen in **Landgemeinden**



Crowd Production – **Zukunftswerkstatt** Bischofswerda



Social Innovations in Structurally Weak Rural Regions
(RurInno) (EU-MSCA-RISE), IRS: Lead Partner



Social Entrepreneurship in Structurally Weak Rural Regions
(RurAction) (EU-MSCA-ITN), IRS: Lead Partner



Innovationsgesellschaft heute. Die **reflexive Herstellung**
des Neuen (Graduiertenkolleg, TU Berlin)



Schlüsselfiguren als Triebkräfte in der Raumentwicklung

Projekt: Innovationen in Landgemeinden

Frankershausen (Hessen)



Nahversorgung

Klockow (Brandenburg)



Pilotprojekt „Neulandgewinner“,
Robert-Bosch-Stiftung 2014

Kyllburg (Rheinland-Pfalz)



**Kunst, Kultur,
Identität**

Plessa (Brandenburg)



Bundessieger
„Kerniges Dorf 2013“

Bechstедt (Thüringen)



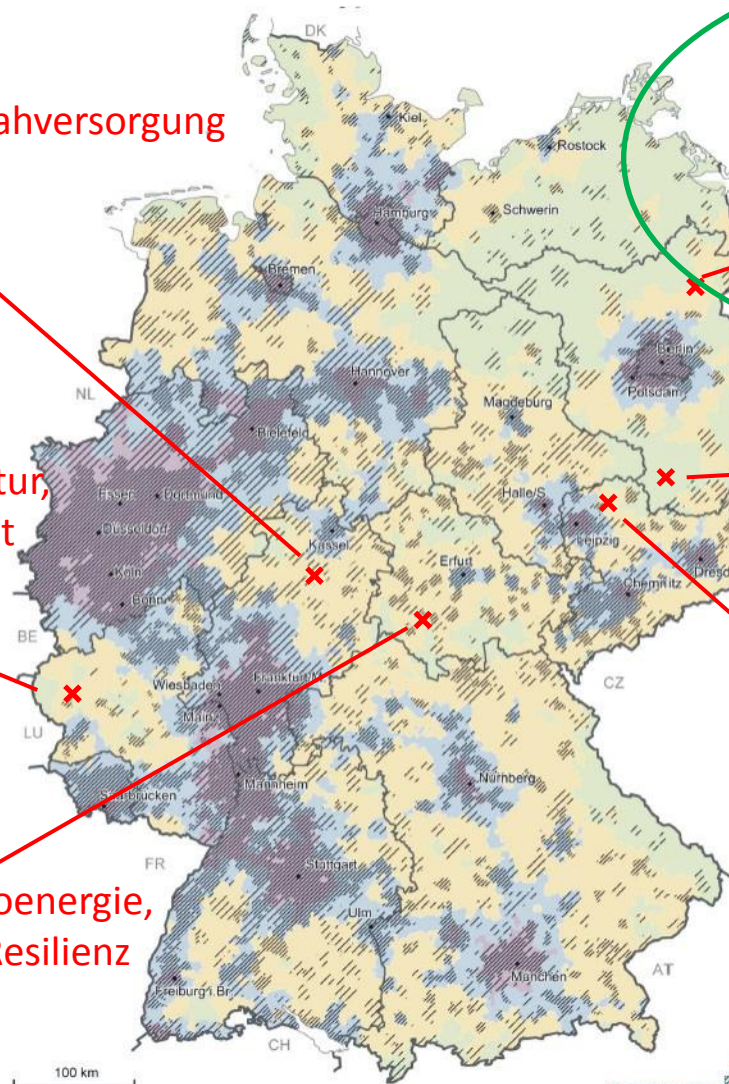
**Bioenergie,
Resilienz**

Bundessieger
„Bioenergiedörfer 2014“

Treptitz (Sachsen)



Bundessieger
„Land der Ideen 2014“



Erkenntnisse über Akteure / Übersetzung in die Praxis

Schlüsselfiguren als Impuls-, Ideengeber und/oder Triebkräfte vor Ort identifizieren und etablieren

- ‚Fremde‘, ‚Neu-Zugezogene‘ oder ‚Rückkehrer‘ als Potenzial für neue Impulse/ Ideen sehen (bringen distanzierteren, neuen Blick; gegen ‚Lock in‘-Effekte)
- **institutionell verankerte Akteure** (Ortsvorsteher/-in, Bürgermeister/-in, Vereinsvorsitzende/r) sind oft die besten Triebkräfte (bringen Kontinuität und lokale Verankerung ins Projekt)
- **Personen** finden, die längerfristig die Koordination übernehmen
- **unternehmerisch geprägte Akteure** einspannen (bringen starke Handlungsorientierung)
- ggf. **Sozialunternehmer** als fremde Impulsgeber nutzen (moderieren Startphasen, unterstützen in kritischen Phasen, leisten Empowerment, haben Blick für räumliche Verbreitung von innovativen Ansätzen)

Erkenntnisse über Akteurskonstellationen und soziale Prozesse / Übersetzung in die Praxis

Soziale Netzwerke etablieren

- **Akteure zusammenbringen**, die sich gegenseitig ergänzen: Ideengeber, Macher, Ressourcenbeschaffer, Bastler, Netzwerker, Kommunikator
- **Austausch von Wissen**, Erfahrungen, Know-how organisieren
- (prominente) lokale **Unterstützerfiguren** gewinnen
- **Vertrauensinfrastrukturen** aufbauen bzw. nutzen, **soziale Akzeptanz** im Ort herstellen
- **Bewohner/innen** ansprechen, interessieren, involvieren, beteiligen
- **Kontakte ‚nach außen‘** aufbauen bzw. pflegen

Erkenntnisse über Kommunikation & Wissen / Übersetzung in die Praxis

Kommunikation und Wissen organisieren (nach innen)

- geeignete **Kommunikationsformate für Ideen-(Weiter)Entwicklung** identifizieren (runder Tisch, Zukunftswerkstatt, Brainstorming-Sessions, Design Thinking...)
- **Kommunikation nach innen** (in den Ort/ die Region) systematisch betreiben
- geeignete **Kommunikationsformate für die Beteiligung** von Bewohner/-innen identifizieren (Versammlungen Feste, Aktionen, Arbeitseinsätze)
- das **nötige Wissen** beschaffen (auch zu möglichen finanziellen Förderformaten), unterschiedliches Wissen verschneiden
- **strategisches Denken**, Know-how für den Umgang mit Verwaltungen entwickeln
- **Wahrnehmung** schärfen für ‚**Windows of Opportunity**‘

Kommunikation und Wissen organisieren (nach außen)

Was haben neuartige Initiativen (Innovatoren) von einer Ausbreitung?

- Stärkung der gemeinsamen Identität nach innen
 - Image-Gewinn nach außen
 - Gewinnung von Mitstreitern , Vernetzung
- Erleichterung, den neuartigen Lösungsansatz weiter voranzutreiben

Was haben imitierende Initiativen (Nachahmer) von einer Ausbreitung?

- sie müssen ‚das Rad‘ nicht ganz neu erfinden; können aus Erfahrungen von Vorgängern lernen
 - sie können sich aus verschiedenen bestehenden Varianten inspirieren lassen und sie neu kombinieren
- Einsparung von Zeit und Kraft der Akteure, Umgehung von ‚Sackgassen‘

Was hat die Gesellschaft von einer Ausbreitung?

- Verbreitung von Lösungsansätzen für bestehende Problemlagen in der Fläche als Beitrag zur Raumentwicklung
-

Kommunikation und Wissen organisieren (nach außen)

Angelehnt an: Everett M. Rogers, Diffusion of Innovations, 1962

- „*relative advantage*“ (von Nachahmern wahrgenommene Verbesserung gegenüber dem Status quo)
→ **Verbesserungen transparent machen**
 - „*compatibility*“ (Kompatibilität eines Ansatzes mit Erfahrungen, Werten und Bedürfnissen der Nachahmer)
→ **Kompatibilität explizit machen**
 - „*complexity*“ (Grad der Verständlichkeit des neuartigen Ansatzes für Nachahmer)
→ **Einfachheit herstellen und betonen**
 - „*trialability*“ (Erprobbarkeit, beispielsweise der Zugang zu Testanwendungen)
→ **einfaches (Ablauf-)Modell entwerfen, das zum Ausprobieren einlädt**
 - „*observability*“ (Kommunizierbarkeit der Innovation, zum Beispiel durch Leuchtturmprojekte)
→ **aus einem Projekt durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit ein „Leuchtturmprojekt“ machen**
-

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

