

Innovationen für Mensch, Markt und Organisation.

Wir brauchen soziale Innovationen - in unserer sich immer schneller und sprunghafter verändernden Welt mehr denn je.

Innovationen bieten grundsätzlich die Chance, Wandel nicht nur aushalten, sondern bewusst vorbereiten und gestalten zu können. Soziale Innovationen im Speziellen fördern ein offenes, demokratisches, zukunftsfähiges Miteinander im Spannungsfeld von jung und alt, arm und reich, gesund und krank, fremd und vertraut.

Mehr als nur modernisieren.

Der Innovationsprozess reicht von der Erfindung oder Entdeckung neuer Ideen, Produkte oder Verhaltensweisen über ihre Durchsetzung bis zu ihrer Verbreitung. Innovationen lassen sich differenzieren - nach ihrer Tiefe (Wieviel Neues?), nach ihrer Reichweite (Für wen neu?) und nach ihrer Wirksamkeit (Welche Relevanz und Akzeptanz des Neuen?).

Jede Innovation setzt ein neues Denken, eine andere Logik, eine weitere Perspektive voraus. Sie grenzt sich damit von einer schrittweisen Verbesserung oder Modernisierung ab. Bedeutsam wird Innovation in ihrem Nutzen, ihrer Überzeugungskraft, erzeugt durch einen schöpferischen Akt und eine systematische Verfolgung der neuen Idee.

Richtig systematisieren.

Moderne, »smarte« Innovationen in der sozialen Branche zielen auf das Miteinander ab, sind für Menschen mit und ohne Einschränkungen geeignet und ermöglichen eine höhere Autonomie für alle Lebenslagen.

Soziale bzw. sozialwirtschaftliche Organisationen sind aus sich heraus hoch innovativ - und zugleich innovationsfeindlich.

Denn eine soziale Innovation ist unmittelbare Problemlösung am und für den Menschen in dessen privatem, beruflichem oder öffentlichem Umfeld. Auf der anderen Seite reichen Neuerungen oft nicht über die jeweiligen Bereichs-, Sektoren- oder Organisationsgrenzen hinaus. Hier kann - und das gilt auch im Bereich des Sozialen - ein systematisiertes, managementorientiertes Innovationsverständnis helfen.

Den Wechsel in Gang bringen.

Wissenskultur, Urbanisierung, Globalisierung, Mobilität - das sind nur einige der »Blockbuster« des Wandels, die unsere Gesellschaft verändern und jeden einzelnen umfassend betreffen.

Der Nonprofit-Sektor sollte daher die Megatrends aktiv in der strategischen Planung berücksichtigen. Darin spiegelt sich die Zukunftsfähigkeit wider - oder eben nicht. Der »Change« ist ein ganzheitlicher Prozess (siehe Grafik): Erfolgreiche Veränderung ▶

Ein ganzheitlicher Prozess ermöglicht den Change.

Damit wirklich etwas bewegt werden kann, braucht es eine veränderungswillige Basis und ein permanentes Reflektieren des Umfelds.



Dr. Anja Ebert-Steinhübel

Learning Leadership Institute
IFC EBERT
Strohstraße 11
72622 Nürtingen
Tel. 07022 244520
www.ifc-ebert.de
www.ungedachtes-denkbarmachen.de

» Wer soziale Dienstleistungen erbringt, hat in Sachen Zukunftsfähigkeit einen Kompetenzvorsprung.«

(»Move«) setzt die Fähigkeit und Bereitschaft zur Veränderung (»Mind«) voraus und basiert auf einer dauerhaften Reflexion des Zusammenspiels von internem und externem System (»Market«).

Auch soziale Innovationen sind in diese Handlungslogik einzuordnen, wenn sie langfristige Effekte erzielen wollen. Das Monitoring der externen, marktseitigen Trends – etwa veränderte Kundenbedürfnisse oder Kompetenzanforderungen – und die Gestaltung einer internen veränderungsaffinen Kultur (Ziele, Werte usw.) im Sinne einer inspirierenden, motivierenden und strukturierenden Entwicklungslogik – das bleibt dauerhafte, immer wieder neu gestaltbare Führungsfunktion.

Sozialwirtschaft im Vorteil.

Wer soziale Dienstleistungen und Produkte erbringt und entwickelt, hat in Sachen Zukunftsfähigkeit tatsächlich einen Kompetenzvorsprung: Er bildet die aktuell nachgefragte Unmittelbarkeit, Flexibilität und Individualität bereits ab. Was sich weiter verändern wird, ist die Differenzierung der Tätig-

keitsfelder und die Überführung in integrierte und komplexere Lösungsangebote.

Die meisten Organisationen haben mittlerweile erkannt, dass es in der digitalen Transformation unserer Lebens- und Arbeitswelt um mehr als technologische Innovation geht. Als neue Währung gelten vor allem immaterielle Werte wie das Vertrauen in das Netzwerk der Partner. Vertrauen, Dienstleistungsorientierung, Nachhaltigkeit, Werteorientierung, Integration bzw. Inklusion – wer wenn nicht die sozialwirtschaftlichen Institutionen haben dies seit jeher in ihrer DNA verankert?

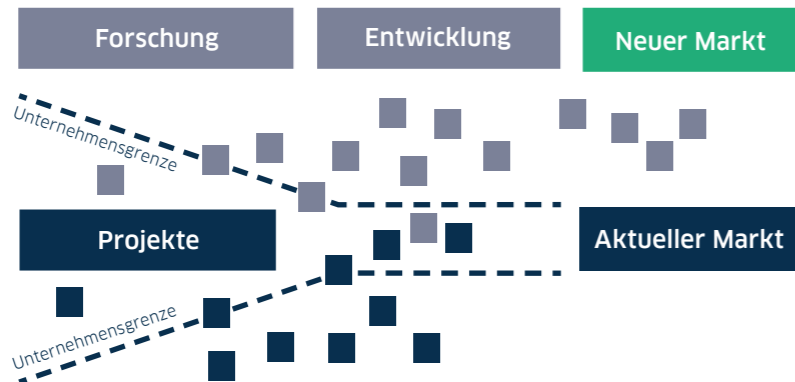
Raum für Innovationen.

Innovationen brauchen Raum für neues Denken. Über die Frage, ob dies inner- oder außerhalb der eigenen Organisation, im Netzwerk mit Branchepartnern oder -fremden zu realisieren ist, lässt sich streiten. Innovation wird real, wenn über die methodische, inhaltliche, strukturelle Neuerung hinaus Lösungen erprobt und als neue Standards etabliert und weiterentwickelt werden.

Die neue »Offenheit«, also institutionelle und personelle Unabhängigkeit, Gleichwertigkeit und Transzendenz der Innovationsprozesse – das markiert einen Paradigmenwechsel sozialer und technologischer Innovation. Es bildet sich eine neue, demokratische Zuständigkeit qua Motivation, Commitment und Engagement. Das garantiert den permanenten Perspektivwechsel gemäß dem Konzept der »Open Innovation« (Chesbrough 2003) über personelle, Bereichs-, Branchen- und Sektorengrenzen hinweg,

Der Blick über die eigenen Grenzen hinaus ist unabdingbar.

Ein offener Innovationsprozess lebt vom permanenten Perspektivwechsel über personelle, Bereichs-, Branchen- und Sektorengrenzen hinweg.



Die neue Offenheit.

Trotz einem vermeintlichen Auflösungstrend traditioneller Sozialstrukturen finden sich in unserer Gesellschaft immer wieder Gegenbewegungen, die auf gemeinschaftliche Ziele, Ideale oder auch schlicht auf Effizienz- und Effektivitätsvorteile hinwirken. So ist in Deutschland beispielsweise die Anzahl der Personen, die ein Ehrenamt hatten bzw. unentgeltlich in einer Bürgerinitiative, einem Sportverein, einer sozialen Organisation oder Ähnlichem tätig waren, laut Statista in den letzten Jahren leicht und stetig gestiegen.

Soziale Innovationen haben ihre Grundlage und resultieren in gesellschaftlichem Austausch und individueller Partizipation. Eine gezielte Vernetzung der Akteure

in Projekten, Organisationen oder auch nur im Spiegel einer breiteren Öffentlichkeit findet bislang allerdings kaum statt.

Im weitesten Sinne bezeichnen soziale Innovationen also die grundsätzliche Möglichkeit und den konkreten Impuls zur Entwicklung neuer Problemlösungen für die Veränderung der Gesellschaft als Ganzes und im persönlichen Detail. Dabei wäre es grob fahrlässig, die vorhandene, nicht organisierte Vielfalt nicht zu nutzen. Die wohlfahrtsstaatlichen Prinzipien der Eigenverantwortung, Sicherheit, Solidarität und Effektivität werden damit weder ausgehebelt noch delegiert, sondern im offenen Miteinander zwischen institutionellem und offenem sozialen Raum wechselseitig eingefordert und eingelöst.

Den Anschluss behalten.

Wir brauchen soziale Innovationen über die institutionellen Akteure hinaus als permanenten Entwicklungs-, Aushandlungs- und Erprobungsprozess im sozialen Raum. Denn eine Gesellschaft, die die Chance zur Selbstreflexion und -erneuerung nicht aktiv fordert, sucht und nutzt, verliert nicht nur den Anschluss an technologische und ökologische Innovation, sondern auch den Anschluss an das Wirklichkeitserleben und -verständnis ihrer eigenen zukünftigen Generation.