



**Victoria Blessing, Sarah Mortimer, Ute Bongertz,
Georg Mildenberger, Jonathan Loeffler**

Neue Technologien und soziale Innovationen

**Europäische Forschungsstudie über
öffentliche und private Initiativen**



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

Gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft,
Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg

*Victoria Blessing, Sarah Mortimer, Ute Bongertz,
Georg Mildenberger, Jonathan Loeffler*
Neue Technologien und soziale Innovationen

Die Autoren danken dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg für die Förderung des Projektes. Ein besonderer Dank geht zudem an die Teilnehmer der Studie für die Bereitschaft, ihre Erfahrungen und ihr Wissen mit uns zu teilen.

Autoren

Dr. Victoria Blessing (Steinbeis-Europa-Zentrum)

Sarah Mortimer (Steinbeis-Europa-Zentrum)

Ute Bongertz (Centrum für soziale Investitionen und Innovationen der Universität Heidelberg)

Dr. Georg Mildberger (Centrum für soziale Investitionen und Innovationen der Universität Heidelberg)

Dr. Jonathan Loeffler (Steinbeis 2i GmbH)

**Victoria Blessing, Sarah Mortimer, Ute Bongertz,
Georg Mildenerger, Jonathan Loeffler**

Neue Technologien und soziale Innovationen

**Europäische Forschungsstudie über
öffentliche und private Initiativen**



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

Gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft,
Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg

Impressum

© 2018 Steinbeis-Edition

Alle Rechte der Verbreitung, auch durch Film, Funk und Fernsehen, fotomechanische Wiedergabe, Tonträger jeder Art, auszugsweisen Nachdruck oder Einspeicherung und Rückgewinnung in Datenverarbeitungsanlagen aller Art, sind vorbehalten.

Victoria Blessing, Sarah Mortimer, Ute Bongertz, Georg Mildenerger, Jonathan Loeffler
Neue Technologien und soziale Innovationen
Europäische Forschungsstudie über private und öffentliche Initiativen

1. Auflage, 2018 | Steinbeis-Edition, Stuttgart
ISBN 978-3-95663-185-6

Satz: Steinbeis-Edition
Titelbild: metamorworks /shutterstock.com
Druck: e.kurz+co druck und medientechnik gmbh, Stuttgart

Steinbeis ist mit seiner Plattform ein verlässlicher Partner für Unternehmensgründungen und Projekte. Wir unterstützen Menschen und Organisationen aus dem akademischen und wirtschaftlichen Umfeld, die ihr Know-how durch konkrete Projekte in Forschung, Entwicklung, Beratung und Qualifizierung unternehmerisch und praxisnah zur Anwendung bringen wollen. Über unsere Plattform wurden bereits über 2.000 Unternehmen gegründet. Entstanden ist ein Verbund aus mehr als 6.000 Experten in rund 1.100 Unternehmen, die jährlich mit mehr als 10.000 Kunden Projekte durchführen. So werden Unternehmen und Mitarbeiter professionell in der Kompetenzbildung und damit für den Erfolg im Wettbewerb unterstützt. Die Steinbeis-Edition verlegt ausgewählte Themen aus dem Steinbeis-Verbund.

200411-2018-12 | www.steinbeis-edition.de

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	7
Tabellenverzeichnis	7
Icons	8
Executive Summary	9
1 Einführung	12
2 Methodisches Vorgehen der Datensammlung und -analyse	15
2.1 Recherche	17
2.2 Interviews	19
2.3 Besuche	23
3 Fallstudien zu ausgewählten sozialen Innovationen	25
3.1 Fallstudie – AfB	27
3.2 Fallstudie – Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall	30
3.3 Fallstudie – CitizenLab	35
3.4 Fallstudie – DB Medibus	38
3.5 Fallstudie – Walk With Path	43
4 Resultate	49
4.1 Hypothese 1: Viele soziale Herausforderungen bleiben ohne befriedigende Lösungen	49
4.2 Hypothese 2: Vorschläge werden häufig von zivilgesellschaftlichen Akteuren unterbreitet und nur teilweise weiterentwickelt	54
4.3 Hypothese 3: Soziales Engagement wirtschaftlicher Akteure steht oft im Kontext von Corporate Social Responsibility (CSR), selten von sozialen Innovationen	59
4.4 Hypothese 4: Marktpotential sozialer Innovationen ist nicht gut bekannt, gesellschaftliche Akzeptanz niedrig	62
4.5 Hypothese 5: Synergien zwischen Akteuren aus der Zivilgesellschaft und der Wirtschaft bleiben meist ungenutzt, diese wären für Entwicklung und Verbreitung sozialer Innovationen besonders wichtig	65

4.6	Hypothese 6: Welche Rolle könnte es für die baden- württembergische Wirtschaft bedeuten, diesen Wandel proaktiv zu begleiten	69
4.7	Neue Technologien und soziale Innovationen	71
5	Unterstützung für soziale Innovationen	76
5.1	Finanzielle Unterstützung.....	77
5.1.1	Themenunabhängige finanzielle Unterstützung.....	77
5.1.2	Themenabhängige finanzielle Unterstützung.....	79
5.2	Nicht-finanzielle Unterstützung.....	80
5.3	Gründe, bewusst von Bemühungen um Unterstützung abzusehen...	81
6	Trends.....	83
6.1	Großtrends sozialer Innovation	83
6.1.1	Zukunftsträchtige Themen.....	83
6.1.2	Neue Wege der Problemlösung	86
6.2	Open Social Innovation	87
7	Handlungsempfehlungen	90
8	Literaturverzeichnis	95
9	Anhang – Übersicht und Profile aller näher untersuchten sozialen Innovationen.....	98

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Prozess der Datensammlung.....	17
Abb. 2: Organisationsformen der untersuchten sozialen Innovationen	19
Abb. 3: Fotos eines <i>AfB</i> -Ladens sowie der IT-Hardware- Wiederaufbereitung.....	28
Abb. 4: Fotos der Schwäbisch-Hällischen Landschweine und einer Direktvermarktungsstelle	31
Abb. 5: Außen- und Innenansicht des <i>Medibus</i>	39
Abb. 6: Fotos des „Path Finder“ der Firma <i>Walk With Path</i>	44
Abb. 7: Schritte des Entwicklungsprozesses sozialer Innovationen	54
Abb. 8: Themenfelder, in denen Technologien soziale Innovationen unterstützen können.....	73

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Übersicht über die sozialen Innovationen, deren Initiatoren oder Mitarbeiter interviewt wurden.....	22
Tab. 2: Übersicht über die zusätzlich recherchierten sozialen Innovationen	22
Tab. 3: Übersicht über die fünf Fallstudien.....	26
Tab. 4: Übersicht über verschiedene Arten der Unterstützung sozialer Innovationen.....	77

Icons



Technologie



Kommunikation



Kooperation



Geschäftsmodelle / Markt



Finanzierung

Executive Summary

Soziale Innovationen werden weltweit entwickelt, um sich dringenden gesellschaftlichen Bedürfnissen in so unterschiedlichen Bereichen wie Gesundheit, dem Strukturwandel im ländlichen Raum und nachhaltigem Konsum anzunehmen. Einige solcher Innovationen können große Erfolge verzeichnen. Ziel dieser Studie war es, anhand ausgewählter sozialer Innovationen zu untersuchen, ob und inwieweit solche sozialen Innovationen außerdem wirtschaftliche und technologische Relevanz aufweisen können. Von über 100 sozialen Innovationen konnten 37 identifiziert werden, für die sowohl wirtschaftliche als auch technologische Aspekte entscheidend waren. Hiervon wurden 19 soziale Innovationen genauer untersucht und fünf davon als Fallstudien dargestellt. Diese 19 Innovationen nehmen sich verschiedenster Themenfelder an und besitzen verschiedene Organisationsformen. Für die Untersuchung wurde ein qualitativer Ansatz gewählt sowie Daten mithilfe von Recherchen, Interviews und Besuchen gesammelt.

Durch diese Analyse konnte gezeigt werden, dass die untersuchten sozialen Innovationen sowohl von zivilgesellschaftlichen Akteuren, oft Einzelpersonen, als auch bestehenden Unternehmen sowie Start-ups entwickelt wurden.

Im Laufe der Analyse wurden fünf wichtige Themenfelder identifiziert:

1. Rolle der neuen Technologien

Technologische Komponenten können Grundbestandteil sozialer Innovation sein, im Umkehrschluss können soziale Innovationen selbst aber auch Ergänzungen zu technologischen Innovationen sein (Gillwald, 2000). Die in dieser Studie untersuchten sozialen Innovationen wurden unter anderem deshalb ausgewählt, weil sie technologische Aspekte aufweisen. Soziale Innovationen zeigen unterschiedliche Innovationsgrade hinsichtlich ihrer technischen Aspekte auf: Manche soziale Innovationen sind selbst technologische Innovationen. Bei allen untersuchten sozialen Innovationen nehmen außerdem bereits existierende Technologien eine unterstützende Rolle ein. Der Einsatz



neuer Technologien kann sowohl in der Entwicklungsphase des Produktes bzw. der Dienstleistung als auch in der Phase der Markteinführung eine wichtige Rolle spielen. Insbesondere digitalen Technologien kommt eine spezielle Rolle zu. Onlineplattformen bieten einen kostengünstigen und effizienten Vertriebskanal und somit auch eine leicht umzusetzende Lösung, um das Marktpotenzial zu testen. Zudem kommen sie der schnellen Weiterverbreitung zugute, beispielsweise für App-basierte soziale Innovationen.



2. Kommunikation um Akzeptanz zu schaffen

Durch die besondere Ausrichtung sozialer Innovationen an sozialen Bedürfnissen kann die Sensibilisierung der Öffentlichkeit bezüglich bestimmter sozialer Themen ebenfalls zu deren Erfolg beitragen.



3. Kooperation für einen interdisziplinären Ansatz

Weiterhin wurde deutlich, dass die potentiellen Synergien zwischen Akteuren aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft sowie öffentlichen Institutionen mit sozialer und wirtschaftlicher Ausrichtung nur wenig genutzt werden. Diese Synergien sind jedoch für soziale Innovationen besonders wichtig, da dies oft Innovationen sind, die verschiedene Bereiche verbinden. Die Nutzung dieser Synergien durch erfolgreiche Kooperationen zwischen Akteuren aus verschiedenen Bereichen sowie eine gute Zusammenarbeit von wirtschaftlich und sozial ausgerichteten Institutionen waren folglich wichtige Erfolgsfaktoren der untersuchten sozialen Innovationen.



4. Solide Geschäftsmodelle / Markt

Da die sozialen Innovationen für die Unternehmen entweder zum Ausbau des Kerngeschäftes oder zur Erschließung neuer Geschäftsfelder führen können, gehen diese Aktivitäten über Corporate Social Responsibility hinaus. Solide Geschäftsmodelle und die erfolgreiche Akquise von Kunden am Markt, inklusive der öffentlichen Hand, sind ebenfalls wichtige Erfolgsfaktoren sozialer Innovationen.



5. Finanzierung

Die Weiterentwicklung finanzierten die bestehenden Unternehmen oft aus internen Mitteln, während Einzelpersonen zum Teil mit hohem Aufwand entsprechende Mittel organisieren mussten. Weiterhin war für den Erfolg eine gesicherte Finanzierung entscheidend. Hier ergibt sich der besondere Umstand, dass soziale Innovationen ihre Geschäftsmodelle nicht allein auf Profit ausrichten, was es erschweren kann, entsprechende Finanzierung zu bekommen.

Zusammenfassend können soziale Innovationen neben dem Lösen sozialer Bedürfnisse auch wirtschaftliche und technologische Vorteile bringen. Für die Wirtschaft in Baden-Württemberg sind soziale Innovationen besonders relevant, da sie einerseits zur Wirtschaftsleistung beitragen können und sich andererseits Herausforderungen wie beispielsweise dem demografischen Wandel und dem damit einhergehenden Fachkräftebedarf annehmen, die wirtschaftliche Auswirkungen haben. Eine eventuelle Unterstützung sozialer Innovationen sollte somit auf den hier identifizierten Erfolgsfaktoren basieren.

1 Einführung

Die Versorgung in manchen ländlichen Regionen wird zunehmend schlechter, beispielsweise schließen Lebensmittelgeschäfte und Arztpraxen. Daraufhin werden kreative Lösungen geschaffen: Bürger nehmen ihre Lebensmittelversorgung selbst in die Hand und gründen Dorfläden und die DB Regio AG baut einen alten Linienbus zu einer mobilen Arztpraxis um. Somit werden Lösungen für soziale Herausforderungen geschaffen – und damit soziale Innovationen entwickelt. Soziale Innovationen decken direkt oder indirekt soziale Bedarfe, ihre Entstehung und Umsetzung geschieht oft partizipativ und sie entstehen häufig aus informellen Kontexten heraus (Howaldt, Kopp, Schröder, Kopf & Müller, 2014). Im Zuge von Entwicklungen wie dem demografischen Wandel und den steigenden Kosten der Sozialsysteme werden soziale Innovationen immer wichtiger, um bestehende soziale Bedürfnisse zu adressieren. Soziale Innovationen haben also eine hohe soziale Relevanz, aber inwiefern sind sie außerdem wirtschaftlich und technologisch relevant? Dieser Frage geht diese Studie nach, die vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg gefördert und vom Steinbeis-Europa-Zentrum (SEZ) in Kooperation mit dem Centrum für soziale Investitionen und Innovationen (CSI) an der Universität Heidelberg durchgeführt wurde. Das Ziel war hierbei, durch die Auswahl und Darstellung von konkreten sozialen Innovationen deren wirtschaftliche und technologische Bedeutung aufzuzeigen und anhand der Erfolgsfaktoren dieser Innovationen Handlungsempfehlungen zu entwickeln, wie diese adäquat unterstützt werden könnten.

Drei Zitate illustrieren dieses Ziel und begleiteten die Autoren auf der Suche nach guten Beispielen sozialer Innovationen, in denen Unternehmen, Technologie und zivilgesellschaftliche Akteure in einem dynamischen Ökosystem zusammenwirken:

Das Potenzial neuer Technologien durch soziale Einbettung weiter entfalten – *„Ein einseitig nur auf Technologie ausgerichtetes Innovationsverständnis begrenzt das Lösungsspektrum. Ohnehin sind komplexe Probleme mit technischen Innovationen allein nicht zu lösen. Bildung,*