

JACOBSEN, HEIKE

DIENSTLEISTUNGSINNOVATION ALS ‚SOZIALE INNOVATION‘?

Heike Jacobsen, Technische Universität Dortmund, Sozialforschungsstelle Dortmund,
Jacobsen@sfs-dortmund.de

AD-HOC-GRUPPE 16: HELP.YOURSELF@WEB_2.0: KUNDENARBEIT ZWISCHEN SELBSTBEDIENUNG UND SOZIALER PRODUKTION

Neue Dienstleistungsangebote und technologische oder organisatorische Veränderungen von Dienstleistungsangeboten werden nur als „Innovation“ ökonomisch relevant, wenn die Nutzer und Nutzerinnen sich aktiv mit ihnen auseinandersetzen und sie in ihren (Konsum-) Alltag integrieren. Viele Dienstleistungsinnovationen setzen zudem ein hohes Maß an Eigenaktivität und Engagement voraus, weil sie nur in „Selbstbedienung“ zugänglich sind. Dienstleistungsinnovationen gehen also mit Veränderungen im Handeln der NutzerInnen und im Alltagsleben einher.

In der ökonomischen Innovationsforschung wurden Dienstleistungsinnovationen bisher nur am Rande behandelt (vgl. Miles 2005). Auch in der soziologischen Innovationsforschung erfahren Dienstleistungsinnovationen bisher keine systematische Aufmerksamkeit (vgl. Häussling 2007). Sowohl in den Wirtschaftswissenschaften als auch in der Soziologie ist man sich jedoch einig, dass Dienstleistungsinnovationen nur unter Berücksichtigung gesellschaftlicher, sozialer und kultureller Dimensionen zu verstehen sind.

Einen frühen Versuch dazu hat Wolfgang Zapf (1989) vorgelegt, indem er „neue Dienstleistungen“ als „soziale Innovation“ konzipierte. In jüngster Zeit wurde hieran neu angeknüpft (Aderhold u.a. 2005, Gillwald 2004, Howaldt u.a. 2008). In diesen unterschiedlichen Lesarten von sozialer Innovation geraten einzelne Kriterien in Konflikt mit der Absicht, soziale Innovation auf einer einheitlichen analytischen Ebene mit technologischer Innovation behandeln zu wollen.

Auf der Basis einer Auseinandersetzung mit diesen Vorschlägen wird versucht, eine Antwort zu geben auf die Frage, was das „Soziale“ an Dienstleistungsinnovationen wie der Selbstbedienung von Konsumenten im Internet ist und welchen Ort dies in der künftigen sozialwissenschaftlichen Innovationsforschung einnehmen sollte.

Literatur:

Aderhold, Jens; John, René (Hrsg.) (2005): Innovation. Sozialwissenschaftliche Perspektiven. Konstanz: UVK.

Gillwald, Katrin (2004): Konzepte sozialer Innovation. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung WZB.

Häussling, Roger (2007): Sozialwissenschaftliche Innovationsforschung, Sammelbesprechung in Soziologische Revue 30. Jg., S. 369ff

Howaldt, Jürgen; Kopp, Ralf; Schwarz, Michael: Innovationen (forschend) gestalten - Zur neuen Rolle der Sozialwissenschaften, In: WSI Mitteilungen, 2/2008, S. 63-69

Miles, Ian (2005): Innovation in Services, in: Fagerberg, Jan, David C. Mowery, Richard R. Nelson (eds.): The Oxford Handbook of Innovation, Oxford: University Press, pp 433-458

Zapf, Wolfgang (1989) Über soziale Innovationen. In: Soziale Welt, 40. Jg., H. 1-2, S. 170-183.