

## Editorial

*Joß Steinke*

Die Debatte über Innovationen im Bereich der Ökonomie lässt sich bis Schumpeter zurückverfolgen, wobei stets technische Innovationen im Vordergrund gestanden sind. Momentan wird der Pfad der „Engführungen auf die technische und auf die ökonomische Innovation“ (*Rammert* 2010, S.21) verlassen. Die gute Nachricht ist hierbei: Es gibt eine Debatte um soziale Innovationen und damit auch über Innovationen in der Sozialwirtschaft. In den letzten Jahren wurde es sogar zu einem zentralen Thema der Sozialwirtschaft. Schließlich bietet die politische Gesamtlage derzeit einen perfekten Resonanzboden für diese Debatte: Die Wirtschafts- und Finanzkrise hat soziale Probleme in hohem Ausmaß zu Tage gefördert und gleichzeitig den Wunsch nach einer neuen Form der Ökonomie entfacht – von wo aus der Weg zu mehr sozialen Innovationen nicht mehr weit ist (*Schmitz* 2014).

Wird die aktuelle Debatte, in der sogar von Revolutionen die Rede ist (*Spiegel* 2011, S. 138ff.) dem Anspruch sozialer Dienstleistungen gerecht? Ist sie in der Lage, Veränderungen herbeizuführen, die gesellschaftlich akzeptiert werden, die erkennbar und erlebbar aber auch messbar sind? Und, wenn dem so ist, mit welchen weiteren Konsequenzen muss gerechnet werden? Um diese Fragen beantworten zu können, ist zunächst eine Begriffsklärung und ein tieferer Einblick in die Akteursstruktur sowie eine genauere Analyse des Diskurses notwendig – das Themenheft hat den Anspruch einen Beitrag hierfür zu liefern.

*Rammert, W.* (2010): Die Innovationen der Gesellschaft. In: Howaldt, J./Jacobsen, H. (Hrsg.), Soziale Innovation. Auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma, Wiesbaden, S. 21-51.

*Schmitz, B.* (2014): Social Entrepreneurship, Social Innovation and Social Mission Organizations: Towards a Conceptualization, in: Cnaan, R. A./Vinokur-Kaplan, D. (ed), Cases in Innovative Nonprofits, Sage: Thousand Oaks (im Erscheinen).

*Spiegel, P.* (2011): Social Impact Business – Soziale und ökologische Probleme unternehmerisch lösen. In: Hackenberg, H./Empter, S. (Hrsg.), Social Entrepreneurship -Social Business: Für die Gesellschaft unternehmen, S. 133 – 146.