

Inhaltsverzeichnis

TEIL I: Einleitung und Forschungsgegenstand	19
1 Einleitung.....	19
1.1 Das Thema und seine Relevanz für die Gesellschaft und die Erziehungswissenschaft	19
1.2 Stand der empirischen Forschung	21
1.3 Fragestellung.....	21
1.4 Überblick über die methodologische Basis der Arbeit.....	22
1.5 Die interdisziplinäre Sicht: Erziehungswissenschaften und Betriebswirtschaft	23
1.6 Ziele der Arbeit.....	23
2 Definitionen und Merkmale von Innovation.....	25
2.1 Konzepte und Charakterisierung von Innovation.....	25
2.2 Innovation im Bildungskontext.....	32
3 Innovation als Projekt	36
3.1 Projektverständnis und Begrifflichkeit	36
3.2 Die Nachhaltigkeit von (innovativen) Projekten – Nuancierungsmerkmale	39
4 Der Preis für Innovation in der Erwachsenenbildung des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung (DIE) von 1997 bis 2005.....	42
4.1 Definition und Entstehungsmerkmale des DIE- Innovationspreises.....	42
4.2 Darstellung der durch den DIE-Innovationspreis gekrönten Projekte und Initiativen von 1997 bis 2005	44
TEIL II: Methodische Herangehensweise	57
5 Methodische Basis	57
5.1 Die Dokumentenanalyse	59
5.2 Das qualitative Experteninterview nach Meuser/Nagel	60
5.3 Die Grounded Theory nach Strauss/Corbin	61

5.4	Die Sozialweltanalyse nach Strauss und Schütze	62
5.4.1	Kernaktivitäten	64
5.4.2	Akteure	65
5.4.3	Sinnquellen	65
5.4.4	Organisationen	65
5.4.5	Arenen	65
5.4.6	Legitimations- und Abgrenzungsstrategien	66
5.4.7	Das Ringen um Authentizität	66
5.4.8	Subwelten	66
6	Die Datenerhebung	68
6.1	Der Zugang zum Feld	68
6.2	Der Fragenkatalog als Instrument zur Durchführung der Datenerhebung	70
6.3	Das Datensample	74
7	Die Datenauswertung	79
7.1	Die Dokumentenanalyse	79
7.2	Das Transkriptionsverfahren	80
7.2.1	Die Transkriptionsrichtlinien	81
7.2.2	Die Anonymisierung	84
7.3	Die Kriterien zur Auswahl der Eckfälle	84
7.4	Analyse der Interviewsituation und des Erzählstimulus bezüglich der Eckfälle	85
7.5	Strukturelle Beschreibung des ersten Eckfalls	85
7.6	Analytische Abstraktion des ersten Eckfalls	87
7.7	Charakterisierung des zweiten und dritten Eckfalls	87
7.8	Kontrastive Vergleiche zur Generierung der Kernkategorien	87
7.9	Aufbau des theoretischen Modells	88
TEIL III:	Empirische Analyse	89
8	Die Entwicklung des DIE-Innovationspreises im Spiegel der Ausschreibungen	89
8.1	Prozess der Institutionalisierung des Preises	98
8.1.1	Erste Phase (1997): Exploration	98
8.1.2	Zweite Phase (1999): Formelle Konstitution	99
8.1.3	Dritte Phase (2001 und 2003): Stabilisierung	100
8.1.4	Vierte Phase (2005): Transformation	101

8.2	Invariante Phänomene.....	102
8.2.1	Suche nach innovativen Projekten.....	102
8.2.2	Prozesshaftigkeit: Kontinuität der Veränderung	103
8.2.3	Gleiche institutionelle Zuständigkeit.....	104
8.2.4	Kontinuierliche Reinterpretation der Kategorie Innovation.....	104
8.2.5	Positive Konnotation von Innovation	105
8.2.6	Vagheit der sprachlichen Formulierung	105
8.3	Variante Phänomene	106
8.3.1	Konstellation der Jury	106
8.3.2	Verändertes Konzept	107
8.3.3	Hierarchisches Gefüge.....	107
8.3.4	Offenes Feld: Dimensionalisierung	107
8.3.5	Dimensionalisierung des Innovationsbegriffs	107
8.3.6	Wechselnde Zuständigkeiten.....	108
8.3.7	Bewerbungsbedingungen	108
8.3.8	Mediale Ankündigung	109
8.3.9	Ausweitung der Zielgruppe	109
8.3.10	Formalien der Ausschreibungen.....	110
8.3.11	Dimensionalisierung der Zielgruppe	110
8.3.12	Relevanzerzeugung und Deutungshoheit	111
8.3.13	Anreizfunktion und Dimension	114
8.3.14	Erweiterung und Reduzierung der Anforderungskriterien	115
8.3.15	Charakter der Arbeitsbeziehung: von der Dyade zur Triade	116
8.3.16	Darstellungsmodus: Sprache und Stilmittel.....	117
8.3.17	Darstellungsmodus: Publikation.....	118
8.3.18	Gleichzeitigkeit thematischer Offenheit und Engführung	119
9	Die Innovationen im Feld der Erwachsenenbildung – dargestellt in Praxisbeispielen	126
9.1	Analyse des Eckfalls ‚Anton‘ – Diversifizierung der Innovation.....	126
9.1.1	Interviewsituation und Erzählstimulus	126
9.1.2	Interviewkritik	126
9.1.3	Auszug aus der strukturellen Beschreibung	127
9.1.4	Analytische Abstraktion: Prozessstruktur der Innovation.....	142

9.2	Analyse des Eckfalls ‚Schmidt‘ – Regionale Tradierung der Innovation	153
9.2.1	Interviewsituation und Erzählstimulus	153
9.2.2	Charakterisierung des Eckfalls ‚Schmidt‘	154
9.3	Analyse des Eckfalls ‚Blau‘ – Auflösung der Innovation.....	172
9.3.1	Interviewsituation und Erzählstimulus	172
9.3.2	Charakterisierung des Eckfalls ‚Blau‘	173
TEIL IV:	Ergebnisse der empirischen Analyse – Das gegenstandsbezogene Theoretische Modell	185
10	Typologie der preisgekrönten Innovationen	185
10.1	Diversifizierung	185
10.2	Tradierung.....	188
10.3	Auflösung oder Deaktivierung.....	190
10.4	Zeitliche Limitierung	196
11	Prozessstrukturen der preisgekrönten Innovationen: Phasenvergleich der Prozessabläufe.....	201
11.1	Problem- bzw. Bedarf feststellung	203
11.2	Inkubation	204
11.3	Konzeptionelle Umsetzung.....	204
11.4	Durchbruch	205
11.5	Weg in die Öffentlichkeit.....	206
11.6	Veränderung.....	207
11.7	Nobilisierung (symbolische Anerkennung).....	214
11.8	Etablierung.....	214
11.9	(Vorbereitung auf) die (deutschlandweite) Ausdehnung	215
12	Entstehungsbedingungen von Innovationen	220
12.1	Interdependenzen zwischen gesellschaftlichen Bedingungen, Organisationsrahmen, Berufskultur und Biographie.....	221
12.1.1	Innovationsfördernde Bedingungen in der Gesellschaft	222
12.1.2	Innovationsfördernde Bedingungen im Organisationsrahmen.....	228
12.1.3	Innovationsfördernde Bedingungen in der Berufskultur.....	233
12.1.4	Innovationsfördernde biographische Bedingungen	237
12.2	Dominanz der Innovationsförderbedingungen: Kreativität von Berufskulturen und/oder Organisationskulturen	241

12.2.1 Kreativität von Berufskulturen	242
12.2.2 Kreativität von Organisationskulturen.....	245
13 Institutioneller Entstehungskontext der durch das DIE preisgekrönten Innovationen in der Erwachsenenbildung.....	248
14 Beschäftigungspolitische, arbeitsrechtliche und fachkulturelle Einbettung der preisgekrönten Innovationen.....	253
14.1 Die Einbettung der Innovationen in spezifische Beschäftigungskontexte und Arbeitsformen	253
14.1.1 Ehrenamtliche Tätigkeit als Ressource für die Innovation.....	253
14.1.2 Festanstellung als (sichere) Beschäftigungsart	254
14.1.3 Freiberufllichkeit: Autonomie versus Herausforderung.....	255
14.1.4 Projektarbeit als (punktuelle) Arbeitsform im Rahmen der Innovation	256
14.1.5 Existenzgründung im Kontext der Institutionalisierung der Innovation	257
14.2 Der Beitrag der pädagogischen Fachkultur zur Entwicklung der preisgekrönten Innovationen	258
15 Durchsetzungsstrategien zur Verfestigung von Innovation (in der Erwachsenenbildung).....	261
15.1 Marginale Bedeutung von Durchsetzungsstrategien.....	261
15.2 Interaktion zwischen der Einrichtung (oder einzelnen Personen) und dem DIE: Bewerbung und Anmeldung	263
15.2.1 (Fälschliche) Annahme über die Partizipationsbedingungen am Innovationspreis	263
15.2.2 Die Antragstellung als Zwang zur theoretischen Explikation	263
15.2.3 Das DIE als mitbestimmende Instanz des Innovationsnamens	264
15.3 Arenadebatten zur Wahrung der Alleinstellungsmerkmale	264
15.3.1 Das Ringen um Authentizität als relevante Bedingung für die Innovation	264
15.3.2 Der Umgang mit Widerstand als Durchsetzungsstrategie der Innovation	265
15.3.3 Abgrenzung als Instrument zur Selbstbehauptung	266

15.4	Bindung der Zielgruppe	267
15.4.1	Überzeugungsarbeit als relevante Strategie für die Vermarktung und Nutzung der Innovation.....	267
15.4.2	Zielgruppenanalyse als Unterstützungsinstrument für das Passungsverhältnis zwischen Angebot und Nachfrage der Innovation	267
15.4.3	Strategische Relevanz der neuen Medien: Die Internetplattform als Verortung der Arena-Aktivitäten.....	268
16	Legitimationsstrategien im Prozess der Implementierung von Innovationen (in der Erwachsenenbildung).....	269
16.1	Sprache und Sinnquellen der Innovation	269
16.1.1	Projektverständnis und Begrifflichkeit: Bedarf an Sinnquellen oder Selbstevidenz der Innovation	269
16.1.2	Routinierte Verwendung von Fachausdrücken.....	270
16.1.3	Organisationsparadoxie: Offener Bewusstheitskontext versus dosierte Transparenz – Umgang mit Legitimationszwang und Transparenzdarstellung.....	270
16.1.4	Überblick über die Kommunikationsschemata in der Sachverhaltsdarstellung der Innovatoren.....	271
16.2	Rekursive Legitimationsstrategien.....	272
16.3	Die Begründungsformel der Nachhaltigkeit	273
16.4	Zeitbezogene Legitimation	273
16.5	Ökonomisch akzentuierte Legitimationsstrategie	273
17	Anerkennungsmechanismen innerhalb und außerhalb der Sozialwelt des DIE-Innovationspreises.....	276
17.1	Anerkennungsmechanismen innerhalb der Sozialwelt des DIE-Innovationspreises.....	276
17.2	Anerkennungsmechanismen außerhalb der Sozialwelt des DIE-Innovationspreises.....	277
18	Arenaspezifische Resonanz der Innovation	279
18.1	Die Perspektive der Preismitgründer	279
18.2	Die Perspektive der Preisträger.....	282
18.2.1	Evaluation der Innovation durch die Preisträger	282
18.2.2	Evaluation des DIE-Innovationspreises aus Sicht der Preisträger – Dankbarkeit versus Dankbarkeit unter Vorbehalt.....	284

18.3 Die Perspektive der Zielgruppe.....	289
18.4 Die Perspektive der Öffentlichkeit.....	290
19 Nachhaltigkeit der Innovation	291
19.1 Vorhandene Nachhaltigkeit.....	291
19.2 Nicht vorhandene Nachhaltigkeit.....	292
19.3 Erfolgsfaktoren	293
19.3.1 Kompetenzmerkmale der Innovatoren als relevante Bedingung für die Nachhaltigkeit der Innovation.....	293
19.3.2 Relevanz der fachlichen und finanziellen Förderung für die Nachhaltigkeit der Innovation	294
20 Schlussbetrachtungen	295
Literaturverzeichnis	301
Verzeichnis der Internetquellen	318