

# Aktives Engagement für Straßenraum - Umverteilung



Viktoria Allert, MSc. Psychologie



# Forschungsfokus



Bürger:innen als Akteure der Mobilitätswende

→ Politische/ öffentlichkeitsbezogene Verhaltensweisen im Kontext der Mobilitätswende?



Konflikte um Umverteilung des Straßenraums

→ Konflikte als Intergruppenkonflikte zwischen verschiedenen Verkehrsmittelnutzergruppen?

Was motiviert Menschen dazu, politische Maßnahmen zur Umverteilung des Straßenraums aktiv zu unterstützen?

# Psychologische Faktoren, die zu Engagement motivieren?

„Gemeinsam können wir unsere Ziele erreichen!“



„Andere Radfahrer:innen erwarten, dass ich mich verkehrspolitisch für unsere Belange engagiere.“

„Ich identifiziere mich mit der Gruppe der Radfahrer:innen“



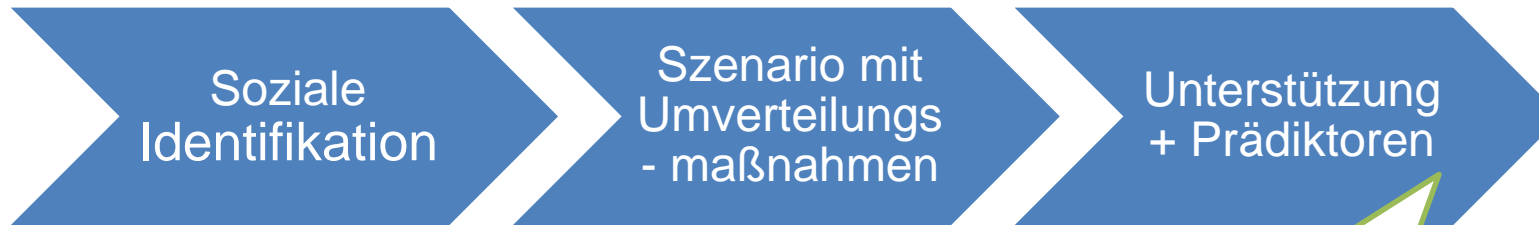
**Aktives Engagement**  
(= Form des kollektiven Handelns im Interesse der Nutzergruppe, mit der man sich identifiziert)

„Als Radfahrer:in, fühle ich mich in der gegenwärtigen Infrastruktur oft benachteiligt.“



„Als Radfahrer:in, freue ich mich über die vorgeschlagenen Maßnahmen.“

# Methodik Online – Befragung



Petition unterschreiben, an Demo teilnehmen, Wahlstimme einsetzen, Infos verbreiten



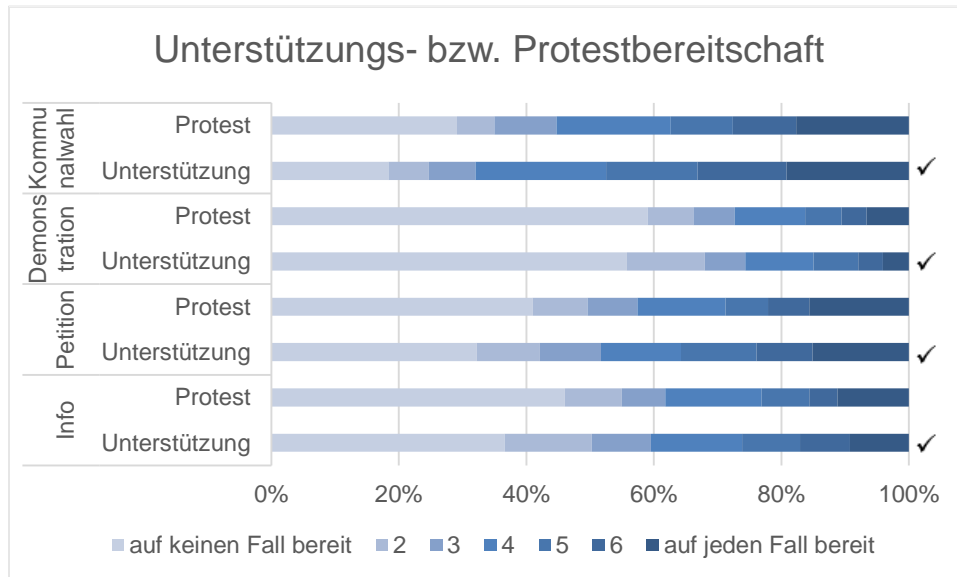
## Stichprobe

$N= 615$ , (299 Männer, 316 Frauen)

Alter:  $M= 46,3$  ( $SD=15,30$ )

Stichprobe vergleichbar mit Gesamtbevölkerung bzgl. Verkehrsmittelwahl & politischer Orientierung

# Bereitschaft zu aktivem Engagement gering



- Aktive Unterstützungsbereitschaft ist insgesamt gering (Protestbereitschaft ebenso)
- Aktive Unterstützung am ehesten durch Kommunalwahl-Stimmsetzung
- Spende an Changing Cities: 30% der TN
- Entscheidend für aktive *Unterstützung*: soziale Identifikation & Wirksamkeitsgefühl
- Entscheidend für aktiven *Protest*: negative Emotionen ggü. Maßnahmen & soziale Normen

# Was heißen die Ergebnisse für die Praxis?

## Für Politik & Verwaltung:

- ✓ Verkehrsmittelnutzung ≠ verkehrspolitisches Verhalten
- ✓ Framing der Maßnahmen kann bestimmte Identifikationsprozesse betonen → bewusst nutzen
- ✓ Kommunikation über lokale Co-Benefits, um Konflikte abzuschwächen

## Für zivilgesellschaftliche Initiativen:

- ✓ Wirksamkeitsgefühl adressieren kann motivieren
- ✓ Positive Emotionen machen mehr Lust sich zu engagieren
- ✓ Fußgänger: innen als Verbündete miteinbeziehen



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



➤ Gibt es Verständnisfragen?

Weitere Infos: [www.move-me.net](http://www.move-me.net)

Kontakt: [viktorija.allert@tu-dortmund.de](mailto:viktorija.allert@tu-dortmund.de)

Twitter: [@allert\\_v](https://twitter.com/allert_v)



Allert & Reese (2023). Social identity based motivation to engage in collective action supporting the redistribution of street space. *Transportation Research Part F Psychology and Behaviour*, 94, 9-24.

# Wir sind neugierig von Ihnen zu hören!



1. Decken sich unsere Befunde mit Ihren Erfahrungen vor Ort?
2. Wie kann man diese Erkenntnisse für die Beschleunigung der Verkehrswende nutzen?



# Anhang: Zusammenhänge Bereitschaft & soziale Identifikationen

Mittelwerte und Standardabweichungen von Kollektivem Verhalten und sozialer Identifikation

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
1 Unterstützung	615	3.27	1.69
2 Protest	615	3.04	1.82
3 Spende	189	9.85	18.35
4 SI Autofahrende	613	3.86	1.91
5 SI Radfahrende	612	3.42	1.89
6 SI ÖV Nutzende	612	3.06	1.76
7 SI zu Fußgehende	611	4.31	1.79

Anmerkung: SI = soziale Identifikation.

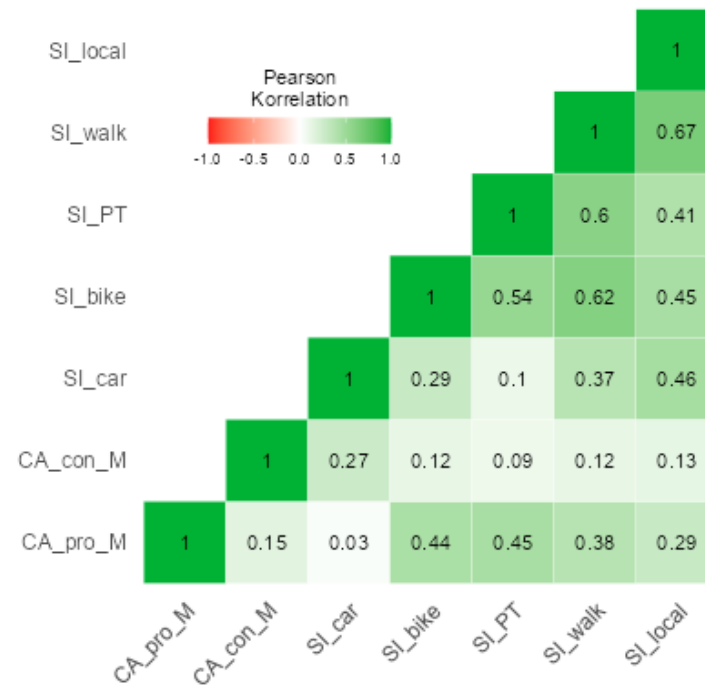


Abbildung. Korrelationen zwischen Unterstützungs-, Protestbereitschaft und sozialer Identifikation

# Anhang: Soziale Identifikation nach Raumtyp

Abbildung. Mittelwerte und Standardabweichungen für soziale Identifikation mit Verkehrsmittel-Nutzergruppen je nach Raumtyp.

