

Wie verändern wir Wien?

Theories of Change für unsere Stadt





1. Rollen des Aktivismus

4 Rollen des Aktivismus



Aus dem Movement Action Plan (MAP) von Bill Moyer, USA Aktivist und Forscher:

BÜRGER:IN

Steht für Werte aus der Mitte der Gesellschaft, demokratische Rechte einfordern

REBELL:IN

Stellt harte Forderungen und setzt Aktionen gegen Missstände

ORGANISATOR:IN

Baut Netzwerke auf, betreibt Bildung und überzeugt die Mehrheit.

REFORMER:IN

Arbeitet innerhalb der offiziellen Institutionen von Recht und Politik für neue Gesetze o.ä.

Erfolgreiche Bewegungen brauchen laut Moyer alle vier Rollen, auch wenn sich Einzelpersonen oder Gruppen oft auf eine oder zwei spezialisieren.



2. Narrative des Engagements

Narrative des Wandels



Narrative des Wandels bezeichnen erzählerische Deutungsmuster, die Transformationsprozesse strukturieren und verständlich machen. Sie konstruieren vereinfacht, wie Wandel oder Historie wahrgenommen, gestaltet und erinnert wird.

Am präsentesten und mächtigsten sind Narrative des Nationbuildings.



Beispiel PlatzFürWien Narrativ 2020



Auch Initiativen haben ihr “Narrativ des Engagements”, z.B.:

Wir wollen eine große Änderung der gesamten Verkehrspolitik in Wien erreichen, indem wir viele Unterschriften sammeln, großes Medienecho erzeugen und damit die Rot-Grüne Koalition zwingen, ein Mobilitätsgesetz wie in Berlin zu beschließen. Die Wienwahl 2020 ist das beste Zeitfenster dafür. Dafür versammeln wir die ganze Wiener Verkehrsumweltbubble.

>> Was, wie, wer, wann ... wie lautet eure kurze Erzählung?
Was ist euer Narrativ des Engagements?



3. Theorien des Wandels

Theory of Change?



**Ziel: Mittels Theorie
Politikinhalt verwirklichen**

**Annahmen wie Realität
funktioniert**

**Taktiken, Instrumente,
Strategien**

**Annahmen zu
Erfolgsbedingungen**

Theory of Change?



**Ziel: Mittels Theorie
Politikinhalt verwirklichen**

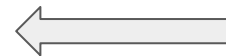
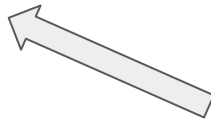
**Annahmen wie Realität
funktioniert**

**Taktiken, Instrumente,
Strategien**

**Annahmen zu
Erfolgsbedingungen**

**Ob Wirkungen erfolgversprechend sind,
zeigt erst die prüfende Anwendung**

**ToC = Anleitung
politischen
Handelns**



10 Theorien im Überblick



Theory of Change	Grundannahmen	Relevante Wirkung
Große Sprünge	<ul style="list-style-type: none"> • Regierungen haben Deutungsmonopol • institutionelle Vielfalt schafft Dynamik • Begrenzte öffentliche Aufmerksamkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentliche Neudeutung von Problemen • Mobilisierung von Unterstützerinnen in etablierten Institutionen und Medien
Windows of opportunity / Policy Streams	<ul style="list-style-type: none"> • Problem, Policy, Politics – müssen zusammenkommen • Problemdefinition (Framing) zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetente Policy-Lösungen anbieten • Kapazität um „Windows of opportunity“ zu nutzen
Advocacy Koalitionen	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalten / Werte halten Koalitionen zusammen • Koalitionen an der Macht sind schwer loszukriegen • Interne / externe Krisen destabilisieren Koalitionen 	<ul style="list-style-type: none"> • Akteure finden mit ähnlichem „Fürwahrhalten“ • Öffentliche Meinungsänderung zu Regierung • Mächtige Personen beeinflussen
Power politics	<ul style="list-style-type: none"> • Macht ist ungleich in ungleichem System verteilt • Eliten (Administration, Regierung etc.) sind zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Mächtige Personen identifizieren, beeinflussen • Kooperationen und Beziehungen pflegen
Regime Theorie	<ul style="list-style-type: none"> • Regierungen und private Akteure bilden stabile, zweckorientierte Koalitionen • Regime steuern Agenden informell 	<ul style="list-style-type: none"> • Mit dem dominanten Regime arbeiten oder eigene Allianzen aufbauen • Arbeiten mit öffentlicher Unzufriedenheit über Regime
Messaging & Framing	<ul style="list-style-type: none"> • Themen lassen sich auf vielfältig darstellen, das steuert den individuellen Entscheidungsrahmen • Entscheidungen werden oft isoliert betrachtet und stark vereinfacht 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwickeln von Framings & Botschaften innerhalb strategischen Kommunikationskampagne
Medienbeeinflussung / Agenda-Setting	<ul style="list-style-type: none"> • Medien formen aktiv Realitätswahrnehmung = subjektiv, verzerrt • Glaubwürdigkeit und Publikumsgröße zentral, um auf die Agenda zu kommen 	<ul style="list-style-type: none"> • Medienkampagne zielt auf breites Publikum ab → Veränderung sozialer Normen, macht Thema relevanter • Parallel sollen Entscheidungsträger lobbyiert werden
Grassroots	<ul style="list-style-type: none"> • Macht entsteht aus Kooperation und Gehorsam • Aufbauen von eigenen Handlungsfähigkeiten zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstermächtigung • Kapazitätsaufbau der Community
Gruppenbildung	<ul style="list-style-type: none"> • Individuen verfügen über mehrere Selbstkonzepte • Wahrnehmung eigener Gruppenzugehörigkeit ist wandelbar 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilisierung angrenzender Gruppen • Erfahrungen und Lebensrealitäten ansprechen
Diffusions-Theorie	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusion umfasst die geplante und spontane Verbreitung neuer Ideen. • Vertraute Werte verringern die Unsicherheit gegenüber dem Unbekannten. → Glaubwürdige „Botschafter“ zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Sichtbare Nutzung durch vorteilhafter Innovation Gleichgesinnte fördert die Akzeptanz. • Charismatische Fürsprecher („Champions“) beschleunigen den Prozess der gezielten Verbreitung

Quelle: Policy and Policy Change Efforts
2013/11/Pathways-for-Change.pdf

Quelle: PATHWAYS FOR CHANGE: 10 TIPS
https://www.evaluationinnovation.org



[Link zum Paper](#)

Theorie 1: Große Sprünge



Radikaler Wandel entsteht in plötzlichen, großen Sprüngen. Im Gegensatz zu kleinen Schritten wird dieser Umbruch durch Neudefinitionen des Problems, Neueintritt von Akteur:innen und gesteigerter mediale Aufmerksamkeit ausgelöst.

Gute Bedingungen für weitreichende Transformation:

- Thema wird medial besonders relevant
- fundamentales Hinterfragen bisheriger Ansätze in der Öffentlichkeit
- neue, wichtige Akteure treten in die Öffentlichkeit

Theorie 1: Große Sprünge



Grundannahmen	Relevante Wirkung	Theorie-Art
<ul style="list-style-type: none">• Regierungen haben Deutungsmonopol, aber institutionelle Vielfalt schafft Dynamik• Begrenzte öffentliche Aufmerksamkeit• Ziel ist institutionelle Veränderung	<p>Veränderung im Zusammenspiel von</p> <ul style="list-style-type: none">• Medial erfolgreicher Neudeutung von Ursache-Wirkungen → Agenda-Setting• Mobilisierung von Unterstützerinnen v.a. in etablierten Institutionen und Medien• Positiv gewogene Partner staatlicher Institutionen überzeugen	global

Große Sprünge in AT?



- Neudefinitionen des Problems
- Neueintritt von Akteur:innen
- gesteigerter mediale Aufmerksamkeit (**Wetten dass**)

- institutionelle Vielfalt schafft Dynamik, dort positiv gewogene Partner überzeugen (**Sinowatz, PK der Tiere**)

- Mobilisierung von Unterstützer:innen in etablierten Institutionen und Medien (**Krone!**)

<https://wirmachen.wien/blog/hainburg-die-geburtsstunde-des-oekoaktivismus/>

Große Sprünge für Wien?



Forderungen an den Wien

- 1) 100 verkehrsberuhigte
- 2) 60 Kilometer Fußgänge
- 3) 1.000 km Gehsteige auf ei
- 4) 15.000 Bäume im Straß
- 5) 10.000 Sitzgelegenheit
- 6) 350 autofreie Schulvor
- 7) Auf 800 km Straßen maximal Tempo 30 verordnen
- 8) 800 zusätzliche Fahrradkurse für Volksschüler*innen anbieten
- 9) 300 km sichere Radwege auf Hauptstraßen errichten
- 10) 50 km Fahrradstraßen errichten
- 11) 375 km Einbahnen für den Radverkehr öffnen
- 12) 110 km Radschnellverbindungen errichten
- 13) 72.000 Fahrradstellplätze errichten
- 14) 250 Kreuzungen zu sicheren Kreuzungen umbauen
- 15) 500 fuß- und radfreundliche Ampelschaltungen
- 16) 125 sichere Querungsmöglichkeiten über Hauptstraßen
- 17) 1.000 Haltestellen der Öffis fuß- und radfreundlich gestalten
- 18) 125 Stationen für öffentliche Leih-Fahrräder



- Neudefinitionen des Problems
 - Neueintritt von Akteur:innen
 - gesteigerter mediale Aufmerksamkeit

 - institutionelle Vielfalt schafft Dynamik, dort positiv gewogene Partner überzeugen

 - Mobilisierung von Unterstützer:innen in etablierten Institutionen und Medien
- + Wien-Wahl (Theorie 2): Window of Opportunity
- + SPÖ als Hegemon (Theorie 4): Power Politics

ICH UNTERSTÜTZE DIESE FORDERUNGEN.

Vorname:

Nachname:

PLZ:

Ich bestätige, dass ich nicht online unterzeichnet habe



Theorie 8: Grassroots



Befürworter der Grassroots-Theorie sind der Überzeugung, dass Personengruppen durch gemeinschaftliches Handeln Macht aufbauen können, um sozialen Wandel herbeizuführen.

- Nicht nur Eliten haben Macht.
- Macht ist eine Kapazität, die aufgebaut werden kann.

Theorie 8: Grassroots



Grundannahmen	Relevante Wirkung	Theorie-Art
<ul style="list-style-type: none">● Macht ist kein Besitz von Eliten, sondern entsteht aus Kooperation und Gehorsam● Effektive Organisation wurzelt in den Bedürfnissen der direkt Betroffenen und aufbauen von Handlungsfähigkeiten.● Ziel: Umgestaltung von Institutionen und politischen Strukturen	<p>Veränderung im Zusammenspiel von</p> <ul style="list-style-type: none">● Selbstermächtigung und Schaffung von Handlungsmöglichkeiten der Betroffenen → kein „Opfer“ oder „Mitläufer“ mehr sein● Fokus steht auf Kapazitätsaufbau innerhalb der Communities: Schulung, Awareness, Mobilisierung	taktisch

Graswurzeln für Wien?



- Kapazitätsaufbau in der Community
- gemeinschaftliches Handeln
- Wandel Stück für Stück herbeiführen

Theorie 9: Gruppenbildung



Gruppenbildung bildet die Basis für sozialen Zusammenhalt und Kooperation. Individuen identifizieren sich über wahrgenommene Ähnlichkeiten (Werte, Ziele) mit sozialen Kategorien.

- übernehmen deren Normen als Selbstbild
- betonen interne Gemeinsamkeiten sowie Unterschiede zu Außengruppen
- um eine positive soziale Identität zu erreichen.

Theorie 9: Gruppenbildung



Grundannahmen	Relevante Wirkung	Theorie-Art
<ul style="list-style-type: none">• Individuen verfügen über mehrere Selbstkonzepte und können je nach Kontext eine spezifische soziale Identität aktiv „einschalten“• Sozialer Zusammenhalt und Kooperation entstehen durch die Wahrnehmung einer gemeinsamen Gruppenzugehörigkeit• Gruppen Grenzen sich nach außen ab (Vorsicht!)	<p>Veränderung im Zusammenspiel von</p> <ul style="list-style-type: none">• Mobilisierung angrenzender Gruppen• Entwickeln eines politischen Programms das Werte, Erfahrungen, und Lebensrealitäten anspricht (Stichwort: Identitätspolitik)• Informationsangeboten, die Sprache der Zielgruppe sprechen und eigene Gruppe zusammenhalten	taktisch

Gruppenbildung am Gürtel!



- Gleiche Werte, Erfahrungen, Lebensrealitäten
- Wahrnehmung einer gemeinsamen Gruppenzugehörigkeit
- Mobilisierung angrenzender Gruppen

+ von der Demo-Kultur
zum BV-Besuch >>> Regime-Theorie ?

Theory of Change	Grundannahmen	Relevante Wirkung
Große Sprünge	<ul style="list-style-type: none"> • Regierungen haben Deutungsmonopol • institutionelle Vielfalt schafft Dynamik • Begrenzte öffentliche Aufmerksamkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentliche Neudeutung von Problemen • Mobilisierung von Unterstützerinnen in etablierten Institutionen und Medien
Windows of opportunity / Policy Streams	<ul style="list-style-type: none"> • Problem, Policy, Politics – müssen zusammenkommen • Problemdefinition (Framing) zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetente Policy-Lösungen anbieten • Kapazität um „Windows of opportunity“ zu nutzen
Advocacy Koalitionen	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalten / Werte halten Koalitionen zusammen • Koalitionen an der Macht sind schwer loszukriegen • Interne / externe Krisen destabilisieren Koalitionen 	<ul style="list-style-type: none"> • Akteure finden mit ähnlichem „Fürwahrhalten“ • Öffentliche Meinungsänderung zu Regierung • Mächtige Personen beeinflussen
Power politics	<ul style="list-style-type: none"> • Macht ist ungleich in ungleichem System verteilt • Eliten (Administration, Regierung etc.) sind zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Mächtige Personen identifizieren, beeinflussen • Kooperationen und Beziehungen pflegen
Regime Theorie	<ul style="list-style-type: none"> • Regierungen und private Akteure bilden stabile, zweckorientierte Koalitionen • Regime steuern Agenden informell 	<ul style="list-style-type: none"> • Mit dem dominanten Regime arbeiten oder eigene Allianzen aufbauen • Arbeiten mit öffentlicher Unzufriedenheit über Regime
Messaging & Framing	<ul style="list-style-type: none"> • Themen lassen sich auf vielfältig darstellen, das steuert den individuellen Entscheidungsrahmen • Entscheidungen werden oft isoliert betrachtet und stark vereinfacht 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwickeln von Framings & Botschaften innerhalb einer strategischen Kommunikationskampagne
Medienbeeinflussung / Agenda-Setting	<ul style="list-style-type: none"> • Medien formen aktiv Realitätswahrnehmung = subjektiv, verzerrt • Glaubwürdigkeit und Publikumsgröße zentral, um auf die Agenda zu kommen 	<ul style="list-style-type: none"> • Medienkampagne zielt auf breites Publikum ab → Veränderung sozialer Normen, macht Thema relevanter • Parallel sollen Entscheidungsträger lobbyiert werden
Grassroots	<ul style="list-style-type: none"> • Macht entsteht aus Kooperation und Gehorsam • Aufbauen von eigenen Handlungsfähigkeiten zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstermächtigung • Kapazitätsaufbau der Community
Gruppenbildung	<ul style="list-style-type: none"> • Individuen verfügen über mehrere Selbstkonzepte • Wahrnehmung eigener Gruppenzugehörigkeit ist wandelbar 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilisierung angrenzender Gruppen • Erfahrungen und Lebensrealitäten ansprechen
Diffusions-Theorie	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusion umfasst die geplante und spontane Verbreitung neuer Ideen. • Vertraute Werte verringern die Unsicherheit gegenüber dem Unbekannten. → Glaubwürdige „Botschafter“ zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Sichtbare Nutzung durch vorteilhafter Innovation Gleichgesinnte fördert die Akzeptanz. • Charismatische Fürsprecher („Champions“) beschleunigen den Prozess der gezielten Verbreitung

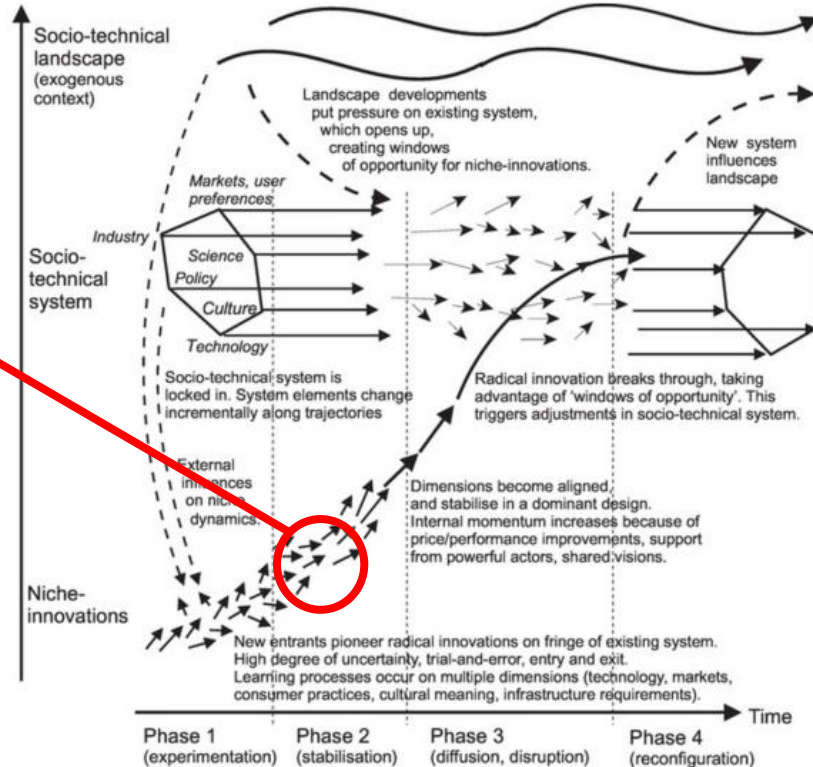
Wo stehen wir im komplexen System?



Hier auf dem Weg ...

Wie soziotechnische Systemtransformation politisch vorangetrieben werden kann.

Grafik und Paper:
Fraunhofer-Institut



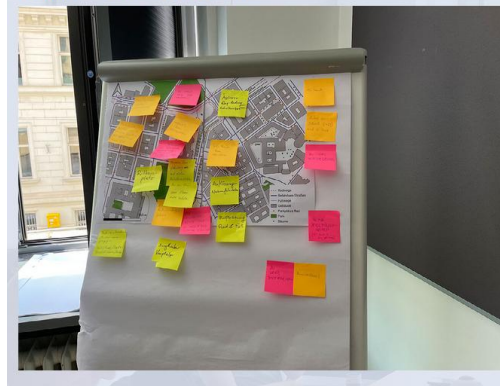


Ein Change-Projekt neu planen?

Anhand eines Uniprojekts für die Ringstraße lässt sich ablesen, wie ein Anliegen als Projekt des Wandels geplant werden kann. [Link zur Website](#)



1. AUFGABE: VERORTUNG VON PROBLEMEN / HERAUSFORDERUNGEN





4. Inputs für eure Überlegungen

Ausgangspunkt: euer Narrativ



Wir wollen ... erreichen, indem wir ...

- >> Wie lautet euer heute formuliertes Narrativ?
- >> Wie bei euch vertiefen, anpassen, konkretisieren?

Input 1: Eure Ausrichtung?



KO <> OK

Konfrontation

Kommunikation

Kooperation

Kollaboration

Input 2: Werkzeuge des Aktivismus



Demonstration

Pressearbeit

u.v.m.

Petition

Eigene Website

Türgespräche

Offener Brief

Social Media

Nachbarevents

Gespräch Politik

Flyer, Postwurf

Parteien-
Antrag in BV

Input 3: Vorhaben der Stadtpolitik



Tactical
Urbanism

Low Traffic
Grätzel

[Siehe unsere
Analyse 2026](#)



Gartenstraßen

Autofreie
Schulvorplätze

Raus aus dem
Asphalt

Demokratie-
strategie

Drei neue
Radhighways

Verbesserungs-
gebot Umbau

Bürger:innen-
rat

Ringradweg
neu

Kostensenkung

Input 4: Akteur:innen mitdenken



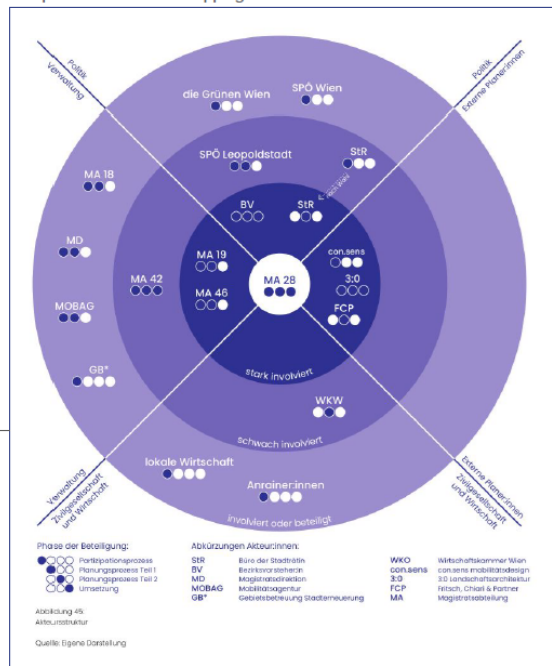
Wie in unserem Leitfaden "[How To: Wiener Verwaltung & Politik verstehen](#)"

Das Umfeld deines Anliegens

- Jeder Bezirk "funktioniert" anders
- Überlegt euch:
 - ◆ Mit wem habe ich es zu tun?
 - ◆ Ist der/die Bezirksvorsteher:in progressiv?
 - ◆ Wer sind wichtige Akteur:innen in meinem Bezirk?
 - ◆ Wo sind Hebelpunkte?
 - ◆ Wer könnte unterstützen?
 - ◆ Wer könnte Gegner*in sein?
 - ◆ Wer muss überzeugt werden?
- Strategien überlegen – **vernetzt euch mit Akteur:innen im Bezirk und anderen Initiativen!**
- Ein **Akteursmapping** wie rechts abgebildet kann sehr hilfreich sein, um euer Umfeld zu verstehen.

Anleitung zum Akteursmapping: [LINK](#)

Beispiel für ein Akteursmapping



Input 5: Elemente aus den Theorien



Agenda Setting

Mächtige
beeinflussen

Was passt
für euch?

Prominente
Unterstützer*in

Mit Regime
arbeiten

Soziale Normen

Attraktivität für
Medien

Eigene Allianzen

Capacity
Building

Window of
Opportunity

Framings neu
setzen

Vertraute Werte

Theory of Change	Grundannahmen	Relevante Wirkung
Große Sprünge	<ul style="list-style-type: none"> • Regierungen haben Deutungsmonopol • institutionelle Vielfalt schafft Dynamik • Begrenzte öffentliche Aufmerksamkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentliche Neudeutung von Problemen • Mobilisierung von Unterstützerinnen in etablierten Institutionen und Medien
Windows of opportunity / Policy Streams	<ul style="list-style-type: none"> • Problem, Policy, Politics – müssen zusammenkommen • Problemdefinition (Framing) zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetente Policy-Lösungen anbieten • Kapazität um „Windows of opportunity“ zu nutzen
Advocacy Koalitionen	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalten / Werte halten Koalitionen zusammen • Koalitionen an der Macht sind schwer loszukriegen • Interne / externe Krisen destabilisieren Koalitionen 	<ul style="list-style-type: none"> • Akteure finden mit ähnlichem „Fürwahrhalten“ • Öffentliche Meinungsänderung zu Regierung • Mächtige Personen beeinflussen
Power politics	<ul style="list-style-type: none"> • Macht ist ungleich in ungleichem System verteilt • Eliten (Administration, Regierung etc.) sind zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Mächtige Personen identifizieren, beeinflussen • Kooperationen und Beziehungen pflegen
Regime Theorie	<ul style="list-style-type: none"> • Regierungen und private Akteure bilden stabile, zweckorientierte Koalitionen • Regime steuern Agenden informell 	<ul style="list-style-type: none"> • Mit dem dominanten Regime arbeiten oder eigene Allianzen aufbauen • Arbeiten mit öffentlicher Unzufriedenheit über Regime
Messaging & Framing	<ul style="list-style-type: none"> • Themen lassen sich auf vielfältig darstellen, das steuert den individuellen Entscheidungsrahmen • Entscheidungen werden oft isoliert betrachtet und stark vereinfacht 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwickeln von Framings & Botschaften innerhalb einer strategischen Kommunikationskampagne
Medienbeeinflussung / Agenda-Setting	<ul style="list-style-type: none"> • Medien formen aktiv Realitätswahrnehmung = subjektiv, verzerrt • Glaubwürdigkeit und Publikumsgröße zentral, um auf die Agenda zu kommen 	<ul style="list-style-type: none"> • Medienkampagne zielt auf breites Publikum ab → Veränderung sozialer Normen, macht Thema relevanter • Parallel sollen Entscheidungsträger lobbyiert werden
Grassroots	<ul style="list-style-type: none"> • Macht entsteht aus Kooperation und Gehorsam • Aufbauen von eigenen Handlungsfähigkeiten zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstermächtigung • Kapazitätsaufbau der Community
Gruppenbildung	<ul style="list-style-type: none"> • Individuen verfügen über mehrere Selbstkonzepte • Wahrnehmung eigener Gruppenzugehörigkeit ist wandelbar 	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilisierung angrenzender Gruppen • Erfahrungen und Lebensrealitäten ansprechen
Diffusions-Theorie	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusion umfasst die geplante und spontane Verbreitung neuer Ideen. • Vertraute Werte verringern die Unsicherheit gegenüber dem Unbekannten. → Glaubwürdige „Botschafter“ zentral 	<ul style="list-style-type: none"> • Sichtbare Nutzung durch vorteilhafter Innovation Gleichgesinnte fördert die Akzeptanz. • Charismatische Fürsprecher („Champions“) beschleunigen den Prozess der gezielten Verbreitung

Viel Erfolg!

Theories of Change für unsere Stadt

Workshop am 28. Februar 2026

WirMachenWien Tutorials unter
<https://wirmachen.wien/how-to/>

