

Bericht

# Abschlussbericht des Transformationsexperimentes Klima-Café



Maximilian Elfert

Luis Schuster

Mareike Mann

Johanna Gindl

Benedikt Seger

JULIUS-MAXIMILIANS-UNIVERSITÄT WÜRZBURG

WueLAB

Transformationsexperiment

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Projektbeschreibung</b>	<b>1</b>
	Vision . . . . .	1
	Umsetzung . . . . .	1
	Öffentlichkeitsarbeit . . . . .	2
	Team . . . . .	3
<b>2</b>	<b>Methoden, wissenschaftliche Evaluation und Ergebnisse</b>	<b>5</b>
2.1	Methoden . . . . .	5
	Raumgestaltung . . . . .	5
	Tischkärtchen mit Diskussionsfragen . . . . .	6
	Kurzumfragen . . . . .	6
	Würfelfragen . . . . .	6
	Klima-Rage Cage . . . . .	7
	Tischspiele . . . . .	8
	Gruppeninfokarten . . . . .	9
	Flowchart zu Nachhaltigkeits-Engagement . . . . .	10
	Klima-Emo-Box (Mystery-Experiment) . . . . .	11
	Thematische Schwerpunkte . . . . .	12
	Info- und Spieleabend . . . . .	12
2.2	Erhobene Daten und Auswertung . . . . .	13
	Kurzumfragen . . . . .	13
	Weitere Daten . . . . .	16
<b>3</b>	<b>Fazit und Ausblick</b>	<b>19</b>
	Zusammenfassung . . . . .	19
	Gelingensbedingungen . . . . .	19
	Herausforderungen . . . . .	19
	Handlungsempfehlungen . . . . .	20
	Ausblick . . . . .	21
	Weitergabe . . . . .	21
	Danksagung . . . . .	22
<b>4</b>	<b>Anhang</b>	<b>23</b>
	<b>Literatur</b>	<b>26</b>

# 1 Projektbeschreibung

Das Klima-Café war ein an das Nachhaltigkeitslabor WueLAB angeschlossenes studentisches Transformationsexperiment. Ziel war es, einen regelmäßig stattfindenden moderierten Gesprächsraum an universitären Orten zu schaffen. Hier sollten Studierende und Mitarbeitende der Universität sowohl miteinander als auch mit dem Team des Klima-Cafés über aktuelle politisch-gesellschaftliche Themen ins Gespräch kommen. Das Experiment sollte als ein Ort dienen, an dem Beteiligte sich über bestehende Referate der Studierendenvertretung, sowie Gruppen und Initiativen in der Region Würzburg informieren können und sich im besten Fall anschließend in einer oder mehrerer dieser Gruppen engagieren.

Der Antrag in der Förderlinie II wurde von Maximilian Elfert und Luis Schuster am 27. März 2024 eingereicht. Der Antrag wurde am 22. April 2024 bewilligt und die Laufzeit, beginnend mit dem 1. Juni, für 16 Monate festgesetzt.

**Die Vision des Klima-Cafés** war es, studentisches Interesse, Teilhabe und Partizipation an gegenwärtigen sozial-ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen mit niedrigschwelligen Mitmach-Angeboten an zentralen Umschlagplätzen der Universität zu bestärken und darüber hinaus durch Austausch- und Informationsangebote zum tatsächlichen Handeln anzuregen.

Der akademische Kontext ließ ein bereits durchaus breit angelegtes Basiswissen zu Klima- und Nachhaltigkeitsthemen bei Studierenden und Universitäts-Mitarbeitenden vermuten, welches als Ausgangspunkt für das tatsächliche Aktiv-Werden dienen sollte. Die Devise „Vom Wissen ins Handeln kommen“ begleitete das Experiment die ganze Laufzeit hindurch. Durch vielfältige Angebote konnte Interessierten aufgezeigt werden, welche „Mitmach-Optionen“ sowohl an der Universität, als auch außer-universitär bestehen. Gefühle der Selbstwirksamkeit und Selbstorganisation sollten entfacht werden, welche weitergehend zu zivilgesellschaftlichem Engagement führen sollten.

**Die Umsetzung** erfolgte zwischen Juni 2024 und Ende Juli 2025. Insgesamt wurden 17 Termine an insgesamt vier öffentlichen Plätzen der Julius-Maximilians-Universität Würzburg umgesetzt (siehe Tabelle 4.1). Die zahlenmäßig meisten Veranstaltungen (9) fanden vor und in der Cafeteria der Mensateria Hubland Nord statt, die räumlich am Nächsten zum WueLAB liegt und somit gerade am Anfang der Projektphase eine gute Ausgangsbasis für den Start des Projekts darstellte.

Hierfür wurde eine Kooperation mit dem Studierendenwerk aufgebaut. Anschließend konnten sowohl das Foyer als auch ein Teil der Mensa am Studentenhaus in der Innenstadt erschlossen werden. Auch das Foyer der Philosophischen Fakultät (ebenfalls am Hubland) konnte einmal bespielt werden. Die letzten beiden Veranstaltungen fanden im Foyer der im Mai neu eröffneten Mensa Hubland Süd statt. Somit konnten insgesamt vier Örtlichkeiten der Universität für die Umsetzung des Experiments erprobt und Zugänge zu den bestehenden Räumlichkeiten und Verantwortlichen vor Ort geschaffen werden. Die Hauptarbeitszeit während der Café-Termine war meist zwischen 10 und 15 Uhr. Ab circa 10 Uhr wurde mit dem Transport der Materialien zum jeweiligen Ort begonnen und zwischen 11 und 11.30 Uhr war der Aufbau abgeschlossen. Bis circa 14.30 war dann laufender Café-Betrieb und ab 14.30 Uhr wurde mit dem Abbau begonnen.

Durch die Wahl gut zugänglicher und vor allem in der Mittagszeit viel frequentierter Orte konnte eine heterogene Auswahl an Studierenden erreicht werden. Im Einklang mit der Zielsetzung des Experimentes, nicht nur an Nachhaltigkeits- und Klimathemen interessierte Studierende zu adressieren, wurden auch jene, die nicht selbst Seminare und Vorträge zu eben diesen Themen besuchen, angesprochen. Diese Zielgruppe konnte vor allem mit interaktiven spielerischen Angeboten erreicht werden. Für das Schaffen einer möglichst einladenden Atmosphäre wurden Tische und Bänke aufgebaut, eine Ecke mit Büchern und Infomaterial eingerichtet, eine Klima-Café-Girlande und Plakate aufgehängt und eine Kaffee- und Kuchenecke arrangiert. Zu jedem Café organisierten wir außerdem Stellwände für weitere Infomaterialien. Außerdem wurde ein Flowchart (Entscheidungsbaum, siehe Abbildung 2.7) entwickelt, mittels dessen sich Interessierte zu verschiedenen Beteiligungsmöglichkeiten und aktivistischen Gruppen in Würzburg informieren konnten.

Im Foyer der Mensa am Studentenhaus konnte das Projektteam in Zusammenarbeit mit der dort ansässigen Kellerperle (studentisch selbstverwalteter Kulturraum) Sofas und Sessel ausleihen und somit eine einladende Stimmung schaffen.

Im Laufe des Projekts wurden weitere Angebote, Methoden und Spiele entwickelt, die im zweiten Teil des Berichts ausführlich dargelegt und erklärt werden, wie beispielsweise die punktuell gewählten thematischen Schwerpunkte Mobilität und Klimagefühle.

**Öffentlichkeit und Sichtbarkeit** erreichte das Transformationsexperiment neben der physischen Präsenz bei den Café-Terminen vor allem am Anfang durch Mundpropaganda und das Aussprechen von Einladungen an Freund:innen, Bekannte und die WueLAB-Mitarbeitenden.



---

Außerdem wurden die Veranstaltungen durch den WueLAB-Instagram-Kanal beworben sowie durch den universitätsinternen Montagsmail-Verteiler (MoMa). Zudem besitzt das Klima-Café eine eigene Webseite mit Informationen sowie zwei Kanäle auf dem Messenger-Dienst Signal. Während ein Kanal vorwiegend für die Organisator:innen des Klima-Cafés relevant war und dort vor allem Organisatorisches sowie Terminabstimmungen besprochen wurden, diente der andere Kanal als Informationsmöglichkeit für Klima-Café-Interessierte. Hier wurden die neuen Termine gepostet und zum Mitmachen und Partizipieren bei der Vor- und Nachbereitung eingeladen. Dokumentiert wurden die Protokolle der Projekttermine, sowie Bilder und eine Liste von Materialien auf einem separaten WueCampus-Kursraum, zu dem nur die Organisator:innen Zugriff haben. Des Weiteren wurde, wie im Antrag vorgesehen, ein Artikel im einBLICK und zusätzlich ein Interview im Würzburger Magazin BlattGrün veröffentlicht.

Für das Gelingen der regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen war eine große Anzahl an universitären Akteur:innen verantwortlich. Dies war zum Einen das Studierendenwerk. Zu nennen sind hier vor allem Herr Bundschuh (Verantwortlicher für die Mensen und Cafeterien der Universität), bei welchem Bestellungen für den Kaffee aufgegeben wurden (der für die Teilnehmenden des Cafés gratis ausgeschenkt werden konnte) sowie Herrn Fleischhauer und Herrn Henneberger, die ansprechbar für Fragen zu Raumnutzungsmöglichkeiten waren. Beteiligt waren außerdem das Team vom Flächenmanagement der Universität sowie die Agentur für Hochschulwerbung und -marketing CampusDirect. Erwähnen möchten wir außerdem die Fachschaft Chemie und das Dekanat der Chemie, die Kellerperle sowie die THWS, von denen wir regelmäßig Stellwände bzw. Sitzgelegenheiten ausleihen durften. Freiwillige zum Unterstützen der Café-Termine wurden über persönliche Kontakte und das Netzwerk des ClimateHub Würzburg akquiriert.

Alle Beteiligten waren dem Experiment gegenüber offen und neugierig und haben stets dafür gesorgt, dass unsere Veranstaltungen stattfinden konnten. Auch kurzfristige Absprachen waren möglich.

**Organisatorisch hauptverantwortlich** und gleichberechtigt beteiligt am Auf- und Abbau sowie der Veranstaltungsorganisation und inhaltlichen Gestaltung für das Klima-Café waren **Maximilian Elfert** (ehrenamtlich, Antragsteller und Promotionsstudent der Physikalischen Chemie), **Luis Schuster** (angestellt als studentische Hilfskraft, Antragsteller und Bachelorstudent der Political und Social Studies), **Mareike Mann** (angestellt als studentische Hilfskraft und Masterstudentin der Sozialwissenschaftlichen Nachhaltigkeitsforschung) und **Johanna Gindl** (ehrenamtlich, Bachelorstudentin der Geographie und Germanistik). Diese Gruppe wird im Fol-

genden auch als *Kernteam* bezeichnet.

Außerdem an der Umsetzung des Experiments beteiligt waren **Dr. Benedikt Seger** (Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Entwicklungspsychologie) und **Anne Huschka** (Bachelorstudentin der Psychologie), die für die wissenschaftliche Begleitung des Experiments verantwortlich waren. Außerdem war **Dr. Gregor Schaumann** (Dozent am Lehrstuhl für Mathematik) organisatorisch am Transformationsexperiment beteiligt.

Die Betreuung und Koordination vonseiten des Nachhaltigkeitslabors fand durch **Viola Leisner** (Wissenschaftliche Mitarbeiterin) und **Maria Theresa Dömling** (Wissenschaftliche Mitarbeiterin) statt.

Besonders hervorzuheben sind außerdem alle Unterstützer:innen sowie Freund:innen, die beim Aufbau, der Vorbereitung und beim Abbau tatkräftig unterstützt haben. An dieser Stelle möchten wir uns sehr herzlich bei allen Beteiligten bedanken, ohne die das Stattfinden des Klima-Cafés so nicht möglich gewesen wäre.

# 2 Methoden, wissenschaftliche Evaluation und Ergebnisse

## 2.1 Methoden

Im Rahmen des Klima-Cafés wurden zahlreiche Methoden entwickelt und ausprobiert, die im Folgenden kurz beschrieben werden.

### Raumgestaltung

In den meisten Fällen wurde ein Kuchen- / Kekse- / Kaffeetisch hergerichtet, der das Zentrum des Klimacafés darstellte. Hier konnten sich Interessierte Personen dazusetzen und mit uns ins Gespräch kommen. Daneben gab es immer einen Literatur- / Spieletisch, der zum alleine Hinsetzen und Lesen oder zum Mitspielen einlud. Der Eingangsbereich war mit einer Klima-Café-Girlande geschmückt, es gab immer wiederkehrende Plakate und Informationsmaterialien und meist gab es ein Mitmachspiel, mit dem Aufmerksamkeit für das Café erzeugt wurde (siehe z.B. bei 2.1, Würfelfragen). Zudem wurden Stellwände für Informationen zu Gruppen oder einem besonderen Themenschwerpunkt verwendet. Abbildung 2.1 zeigt Ausschnitte der Raumgestaltung an verschiedenen Orten.



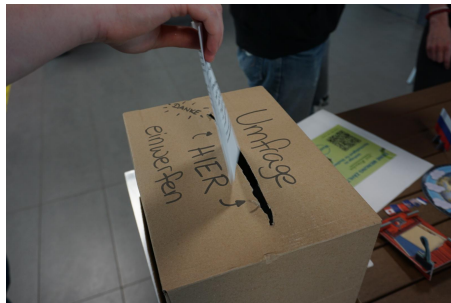
Abbildung 2.1: Beispiele für die Raumgestaltung.

## Tischkärtchen mit Diskussionsfragen

Um den Café-Raum zu erweitern und auch Diskussionen losgelöst vom Café-Setting zu ermöglichen, wurden kleine Tischkärtchen auf allen Tischen der Cafeteria verteilt. Auf diesen standen Reflexionsfragen, wie z.B. "Was würdest du als erstes verändern, wenn du Bundeskanzler:in wärst?". Die Methode kam jedes Mal zum Einsatz und ermöglichte einen unbeobachteten und ungezwungenen Austausch, z.B. während des Mittagessens.

## Kurzumfragen

Zu Beginn des Transformationsexperiments wurden Umfragen durchgeführt, um u.a. herauszufinden, wo die Menschen stehen in puncto Klimakrise und was sie sich vom Klima-Café erhoffen (z.B. Information, Handlungsoptionen etc.). Daran orientierte sich dann die Ausrichtung der nächsten Café-Termine. Gegen Ende des Experiments wurde erneut eine Umfrage zum Thema Einstellungen zu Engagement im Bereich Klima und Nachhaltigkeit durchgeführt (Erkenntnisse aus allen Umfragen siehe Auswertungsteil). Abbildung 2.2 zeigt das Einwerfen eines Umfragezettels in eine dafür gebastelte Sammelbox.



**Abbildung 2.2:** Die Kurzumfragen wurden mithilfe selbst gebastelter Urnen eingesammelt.

## Würfelfragen

Mithilfe zweier großer, aufblasbarer Würfel wurde die Aufmerksamkeit vorbeigehender Menschen erregt (Abbildung 2.3 links). Mit einem dieser Würfel konnte gewürfelt werden, wobei die Augenzahl dann zu einer Frage führte, die auf einem Zettel in einem Becher mit der entsprechenden Nummer stand. Die Fragen waren explizit keine Wissensfragen, sondern zielten auf Meinungen / Ideen / Erfahrungen / Emotionen der Beantwortenden ab. Die Antwort wurde

---

auf einen Zettel geschrieben und anschließend zu den anderen Antworten auf die Rückseite einer Pinnwand gehängt (Abbildung 2.3 rechts). Dort konnten dann auch Antworten auf andere Fragen gelesen werden.



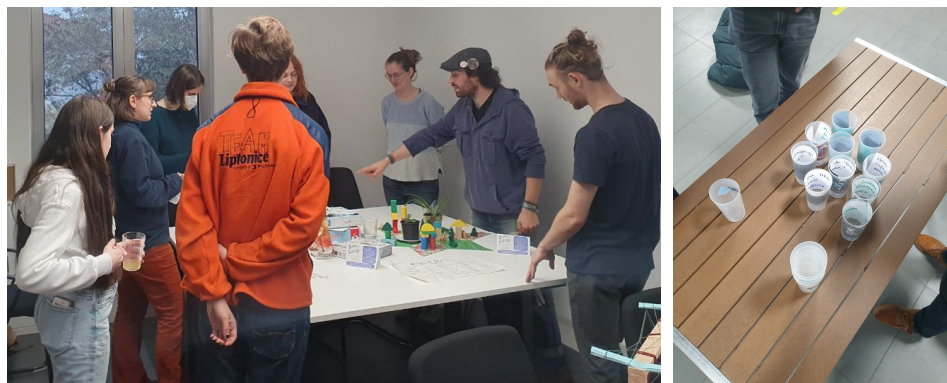
**Abbildung 2.3:** Links: Ein Tisch mit den vorbereiteten Fragen und einem großen Würfel. Rechts: Die Rückseite der Pinnwand mit den Antworten der Teilnehmenden.

Diese Methode kam fast immer zum Einsatz und wurde sehr gut angenommen. Sie eignete sich hervorragend, um Aufmerksamkeit zu erregen und konnte auch ohne Anleitung durch eine Person eingesetzt werden. Als Alternative zu den großen Würfeln wurden manchmal Pingpong-Bälle verwendet, mit denen direkt in eine Becherfrage geworfen werden musste (Name: “Klima-Pong”)

## Klima-Rage Cage

Klima-Rage Cage war eine Adaption des Partyspiels *Rage Cage*. Dabei standen mindestens vier Menschen um einen Tisch, zwei Becher mit je einem Pingpong-Ball waren im Umlauf, begonnen wurde bei zwei gegenüberstehenden Spieler:innen (Abbildung 2.4). Diese versuchten gleichzeitig, den Ball durch Aufdopsen auf dem Tisch in den Becher zu befördern. Geling dies, wurden Becher und Ball nach links weitergegeben und die nächste Person war an der Reihe. Wurde der Becher beim ersten Versuch direkt getroffen, durfte er an eine beliebige Person weitergegeben werden. Ziel war es, dass ein Becher den anderen einholt und in diesen gesteckt werden konnte. Dann musste die Person, deren Becher “gestopft” wurde, eine Frage aus der Mitte des Tisches ziehen und es konnte darüber diskutiert werden. Je nach (Diskussions-)Laune wurde bereits während des Gesprächs weitergespielt.

Die Methode kam einige Male zum Einsatz und wurde unterschiedlich gut angenommen. Meist fanden sich nicht genügend Personen für ein Spiel. Wenn aber doch, hat es viel Spaß gemacht.



**Abbildung 2.4:** Klima-Rage Cage Spiel mit Spielrunde (links) und mit Fragen gefüllten Bechern (rechts).

### Tischspiele

Auf dem Spieletisch waren immer einige größere Spiele zu finden. Unter ihnen *E-Mission*, bei dem als Weltgemeinschaft versucht wird, gemeinsam klimaneutral zu werden. Die großen Spiele stellten sich schnell als zu langwierig für eine kurze Mensa-Mittagspause heraus und kamen deshalb mehr auf dem Klima-Café-Spieleabend zum Einsatz.

Im Laufe des Transformationsexperiments wurde zudem ein eigenes Kartenspiel erstellt: Das *Klima-Doppel*, angelehnt an das Spiel *Dobble* (Asmodée Éditions). Hierbei handelt es sich um ein Kartenspiel aus runden Karten mit jeweils acht darauf abgebildeten Symbolen (Beispielkarte siehe Abbildung 2.5 links). Jede Karte hat mit jeder anderen Karte genau ein Symbol gemeinsam und dieses gilt es zu finden. Normalerweise wird das Spiel kompetitiv gespielt, das Klima-Doppel wird allerdings in einer anderen, kooperativen Variante gespielt: Eine Gruppe tritt gemeinsam gegen die Zeit an – 1 Minute – und versucht innerhalb dieser so viele gleiche Symbole wie möglich zu finden und damit einen möglichst großen Stapel an Karten zu bilden. Dabei wird zu Beginn eine Karte neben den offenen Stapel gelegt, die beiden Karten gilt es dann zu vergleichen, bis das Symbol gefunden wurde und die nächste Karte des offenen Stapels auf den neuen Stapel wandert. Über das letzte nicht gefundene Symbol kann dann diskutiert werden. Als Diskussionshilfe dient ein Begleitheft, in dem jedes Symbol kurz beschrieben und mit Reflexionsfragen ausgestattet ist. Die Bildchen symbolisieren Ansätze für mehr Klimagerechtigkeit, wobei nicht alle unbedingt gleich sinnvoll sind (Übersicht aller Symbole in Abbildung 2.5 rechts). Ziel ist es also, unter Zeitdruck gemeinsam Lösungen zu finden, ähnlich wie aktuell angesichts der Klimakrise. Das Spiel entwickelte sich im Laufe der Zeit immer mehr als Aushängeschild des Klima-Cafés und wurde sehr gut angenommen. Es bot einen Anlass für themenbezogene Diskussionen und diente oft auch als einfachen Weg, Besucher:innen anzusprechen. Viele Menschen reagierten positiv auf das kurzweilige Spieleangebot.





**Abbildung 2.5:** Links: Eine Beispielkarte. Rechts: Übersicht der 57 verschiedenen Klima-Doppel-Symbole.

## Gruppeninfokarten

Bei den Gruppeninfokarten handelte es sich um kleine Steckbriefe zu nachhaltigkeits- und klimagerechtigkeitsbezogenen Gruppen an der Universität, in Würzburg und überregional. Sie hingen bei jedem Termin an einer gut einsehbaren Stellwand, meist vor dem Café-Bereich (Abbildung 2.6). Über ihnen ragte ein Plakat mit der Aufschrift “(Wie) willst du unsere Zukunft mitgestalten?”. Die Karten boten durch ihren kurzen und prägnanten Informationsgehalt einen ersten Überblick über die Fülle an Gruppen, in denen sich Menschen engagieren können. Die Platzierung am Rande des Cafés stellte sich als sehr sinnvoll heraus. So konnten sich auch Menschen, die keine Lust auf ein Gespräch hatten, über Engagementmöglichkeiten informieren.



**Abbildung 2.6:** Pinnwand mit den angepinnten Infokarten und dem "(Wie) möchtest du unsere Zukunft mitgestalten?"-Poster.

## Flowchart zu Nachhaltigkeits-Engagement

Eine Flowchart ist ein Ablaufdiagramm/Entscheidungsbaum, durch das man geleitet wird, indem man Fragen beantwortet (Abbildung 2.7). Am Ende kam man bei einer bestenfalls zu den eigenen Interessen, Stärken und Bedürfnissen passenden Nachhaltigkeitsgruppe heraus, in der man sich engagieren kann. Die Flowchart konnte sowohl im Ganzen betrachtet als auch durchgespielt werden. Die Flowchart stellte sich als einprägsamer Eyecatcher heraus, der es ermöglichte, Interesse am Klima-Café zu erzeugen und von der Existenz der verschiedenen Gruppen zu erfahren.

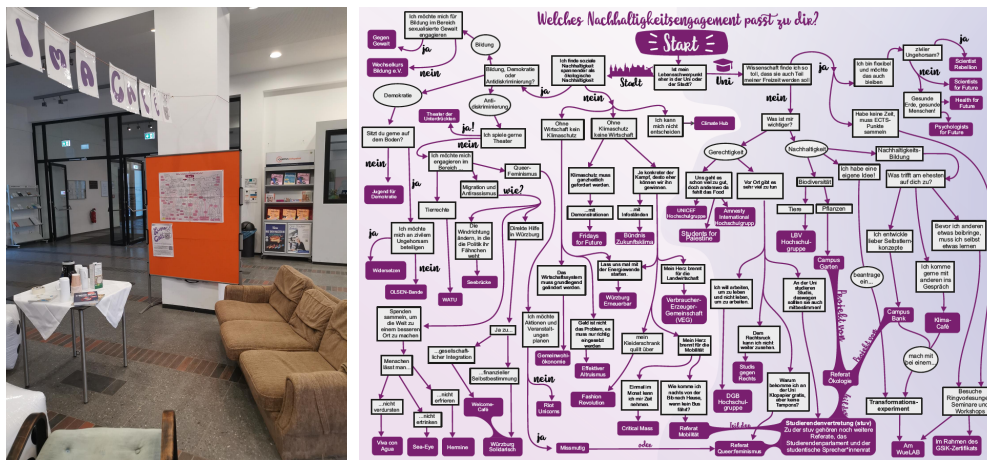


Abbildung 2.7: Links: Raumgestaltung mit der aufgehängten Flowchart. Rechts: Die Flowchart.

## Skala-Abfragen

Zu Beginn des Transformationsexperiments wurden einige Skala-Abfragen durchgeführt (Abbildung 2.8), um bei den Besuchenden vorhandene Lösungsstrategien zu visualisieren und kategorisieren. Die Teilnehmenden sollten dabei Ansätze zur Abmilderung der Klimakrise auf Zettel schreiben und entlang der Skala Umsetzbarkeit (leicht umzusetzen – schwer umzusetzen) auf der Vertikalen und der Skala Akteur:innenebene (individuell – kollektiv) auf der Horizontalen anordnen. Hierbei handelt es sich um eine Methode, die wenig Aufmerksamkeit erzeugt hat und daher später durch die Würfel Fragen (Abschnitt 2.1, Würfel Fragen) ersetzt wurde. Eine Idee für Folgeexperimente ist, die Methode mit Würfeln zu verbinden. So würden Teilnehmende Würfeln und aus einem von sechs verschiedenen Behältern einen Zettel ziehen, auf dem bereits ein Lösungsansatz steht (z.B. vom *Klima-Doppel*), der dann auf der Skala angeordnet werden soll.





Abbildung 2.8: Zwei Beispiele für Skala-Abfragen zu Lösungen zur Klimakrise.

## Klima-Emo-Box (Mystery-Experiment)

Die Idee der Klima Emo Box war es, dass Menschen über ihre Gefühle in Bezug auf die Klimakrise miteinander ins Gespräch kamen, ohne sich dabei zu sehen. Sie saßen sich an einem Tisch gegenüber und waren nur durch ein blickdichtes Tuch voneinander getrennt. In der Mitte lag für jede Person eine Anleitung und ein Hut, aus dem Fragen gezogen werden konnten, über die dann gesprochen wurde. Den Grad an Erkennung entschieden die Personen selbst, zum Beispiel ob sie ihren Namen und Studiengang nennen oder sich nach dem Gespräch sehen wollten. Der Aufbau des Experiments ist in Abbildung 2.9 gezeigt. Die Methode wurde nur einige Male durchgeführt, weil es sehr schwer war, Menschen für das Experiment zu gewinnen. Das Experiment wurde jedoch von den wenigen teilnehmenden Personen als positiv wahrgenommen.



Abbildung 2.9: Links: Aufbau des Emo-Box Experiments. Rechts: Anleitung mit Hut zum Ziehen von Gesprächsstartern.

### Thematische Schwerpunkte

Zusätzlich zu den verschiedenen Methoden fanden zwei Café-Termine mit inhaltlichen Schwerpunkten statt. Einmal zum Thema Mobilität – mit Unterstützung des Referats Mobilität der Studierendenvertretung –, wobei es u.a. um die potentielle Erweiterung des Semestertickets ging (Abbildung 2.10 links).

Ein Andermal wurde das Thema Klimaemotionen in den Vordergrund gestellt. Hierbei wurde Infomaterial der *Psychologists for Future* aufgehängt/ausgelegt (Abbildung 2.10 rechts), die Würfelumfragen auf emotionale Fragen angepasst und das Klima-Emo-Box-Experiment das erste Mal durchgeführt.

Generell fiel auf, dass es hilfreich war, einen thematischen Schwerpunkt für die Termine zu wählen. Durch die Konkretisierung wirkte das Pop-Up-Café greifbarer und weniger vage für Außenstehende.



**Abbildung 2.10:** Pinnwände mit Infomaterial des Referats Mobilität.

### Info- und Spieleabend

An einem extra Abendtermin wurde zu einem Info- und Spieleabend eingeladen. Ziel der Veranstaltung war es, Interesse an unserem Projekt zu wecken und eventuell neue Teammitglieder zu gewinnen. Im Anschluss an den Informationsteil, bei dem über den bisherigen Verlauf des Transformationsexperimentes gesprochen wurde, wurden die oben erwähnten Tischspiele gespielt, vor allem das kooperative Brettspiel *e-Mission* (Schmidt Spiele), bei dem die Erde gemeinsam zur Klimaneutralität gebracht werden muss. Obwohl der Info- und Spieleabend über die Homepage, Instagram und die wöchentliche Info-Mail der Studierendenvertretung beworben

---

wurde, kam nur eine neue Person zu der Veranstaltung. Diese konnte allerdings für unser Projekt begeistert werden und half bei einigen der folgenden Termine mit.

## 2.2 Erhobene Daten und Auswertung

### Kurzumfragen

Im Rahmen des Klima-Cafés fand eine Reihe von Umfragen statt, von denen die meisten am jeweiligen Ort des Klima-Cafés verteilt wurden. Diese dienten einerseits dazu, die Anwesenden auf das Klima-Café aufmerksam zu machen und dazu anzuregen, über Klimaschutz im Kontext der Universität nachzudenken und zu sprechen. Andererseits ermöglichte die Auswertung der Umfragen, ein Stimmungsbild der Teilnehmenden zu bekommen. Die ersten beiden Umfragen wurden in der Frühphase des Klima-Cafés am 12. und 25. Juni 2024 an den Tischen des Cafeteria-Bereichs der Mensateria Hubland-Nord verteilt (jeweils 104 und 114 Teilnehmende). Eine dritte Umfrage (120 Teilnehmende) erfolgte in der Spätphase des Projekts am 8. Mai 2025 ebenfalls in der Mensateria. Diese wurde durch eine weitgehend identische Online-Umfrage (112 Teilnehmende; 9. - 23. Mai 2025) flankiert, die sich speziell an Nicht-Teilnehmende des Klima-Cafés richtete und somit eine Kontrollgruppe bildet. Erfragt wurden Klimagefühle (z.B. Angst, Wut, Hoffnung; vgl. Brosch 2021; alle Umfragen), Handlungsmöglichkeiten (z.B. Gruppierungen aufzählen, die sich in Würzburg für Klimagerechtigkeit einsetzen; alle Umfragen) Selbstwirksamkeit ("Wie überzeugt bist du davon, die Klimakrise mit deinen eigenen Fähigkeiten bewältigen zu können?"; vgl. Hamann und Reese 2020; nur Umfrage 3 und Online-Umfrage) und Zufriedenheit mit Klimaschutz an der Universität (alle außer Online-Umfrage). Umfrage 3 enthielt außerdem die Fragen, wie oft am Klima-Café teilgenommen wurde und wie zufrieden die Teilnehmenden waren.

Die Auswertung der hier genannten Umfragen war Teil einer Bachelorarbeit, die von der Psychologiestudierenden Anne Huschka geschrieben und von Dr. Benedikt Seger, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Psychologie, betreut wurde.<sup>1</sup> Davon unabhängig führte das Kernteam im Rahmen des Klima-Cafés am 12.06.2025 eine weitere Umfrage zu Klimagefühlen und Klima-Engagement durch, über die weiter unten berichtet wird (Umfrage 4). Bei der Auswertung wurde, soweit dies möglich war, sowohl die Entwicklung über die Zeitdauer des Klima-Cafés (Umfrage 3 vs. Umfragen 1 und 2) als auch der Kontrast zwischen Teilnehmenden

---

<sup>1</sup>Titel: "Vom Kaffee zum Engagement: Evaluation eines Klima-Cafés in Bezug auf kognitive und affektive Vorläufer ökologischen Handelns", vorgelegt am Lehrstuhl für Psychologie IV: Entwicklungspsychologie, 04.08.2025.

und Nicht-Teilnehmenden zum späten Zeitpunkt (Umfrage 3 vs. Online-Umfrage) analysiert. Teilnehmende des Klima-Cafés berichteten Klima-Angst seltener, Hilflosigkeit und Frustration in Bezug auf die Klimakrise jedoch häufiger als Nicht-Teilnehmende. Klima-Trauer wurde in den ersten beiden Klima-Café-Umfragen häufiger berichtet als in der dritten Umfrage. Die Befunde zu den Klimagefühlen sind somit uneinheitlich und lassen sich in Bezug auf die Klima-Café-Teilnahme kaum interpretieren. Möglicherweise bietet das Klima-Café einen günstigen Rahmen, um Frustration über fehlenden Klimaschutz zu artikulieren, während zugleich weniger Angst empfunden wird. Unklar ist allerdings, ob dies ein spezifischer Effekt des Klima-Cafés ist: So sind die meisten Befragten in der Mensa als Gruppe unterwegs und berichten daher weniger Angst, während Teilnehmende an Online-Umfragen diese in der Regel alleine ausfüllen und dabei eher dazu tendieren, Angst zu empfinden (Zhang u. a. 2017).

Teilnehmende des Klima-Cafés (Umfrage 3) konnten signifikant mehr Handlungsmöglichkeiten nennen als Nicht-Teilnehmende (Online-Umfrage). Dieser Befund spricht grundsätzlich für den Erfolg des Klima-Cafés im Hinblick auf das Ziel, Handlungsmöglichkeiten für Klimagerechtigkeit aufzuzeigen und zu diskutieren. Dies ist insbesondere in Bezug auf nicht-aktivistisches Handeln (z.B. vegan essen, öffentliche Verkehrsmittel nutzen; vgl. Stern 2000) gelungen, während es bei aktivistischen Handlungsformen (z.B. Teilnahme an einer Demonstration) oder auch bei der Anzahl genannter Klimaschutz-Initiativen keine Unterschiede zwischen den Präsenz- und Online-Umfragen gab. Eine Alternativerklärung bietet daher das Setting der Umfrage: Die Mensa hat ein veganes Angebot und ein Großteil der Studierenden nutzt den Bus zur Anreise. Somit sind diese Handlungsoptionen im Klima-Café leichter abrufbar als in einer Online-Befragung, die häufig zuhause durchgeführt wird. Es ist also fraglich, ob die häufigere Nennung von Handlungsmöglichkeiten wirklich auf das Klima-Café zurückzuführen ist. Interessanterweise gaben Teilnehmende im Mai 2025 (Umfrage 3) an, sich weniger über Klimaschutz an der Universität informiert zu fühlen als Teilnehmende im Juni 2024 (Umfrage 2). Dieser paradoxe Effekt könnte einen Hinweis darauf geben, dass das Klima-Café den Charakter einer sokratischen Intervention hatte: zumindest einige Teilnehmende könnten sich demnach ihres Nicht-Wissens bewusst geworden sein, nachdem sie sich mit dem Thema beschäftigt haben (z.B. Goldin, Pedroncini und Sigman 2017).

Insgesamt sind die Befunde der Umfragen zur Evaluation des Klima-Cafés wenig aussagekräftig, da die Vergleiche zwischen den Umfragen beschränkt sind. Erstens fanden sie mit jeweils unterschiedlichen Teilnehmenden statt, was die Gefahr von Zufallseffekten verstärkt (diese werden jedoch teilweise durch die relativ hohe Zahl an Befragten kompensiert). Zweitens wurden keine demographischen Daten (z.B. Alter, Geschlecht oder Statusgruppe) erhoben. Drittens sind die Vergleiche zwischen den Befragungen von 2024 und 2025 mit Zeiteffekten konfundiert.

---

Hierzu gehören zum einen historische Entwicklungen wie der Wechsel der Bundesregierung im Frühjahr 2025, der beispielsweise mit Unterschieden in der Akzeptanz klimapolitischer Maßnahmen einhergehen kann (Baghestani, Rißel und Seger 2023). Darauf könnte auch zurückzuführen sein, dass die Teilnehmenden 2025 eine geringere Zufriedenheit mit der Klimapolitik angaben als 2024. Zum anderen könnten saisonale Unterschiede eine Rolle spielen, da die Umfragen 2024 zu einem späteren Zeitpunkt im Sommersemester stattfanden als 2025. Viertens sind die Settings (Klima-Café vs. online) schwer vergleichbar, wie bereits erwähnt.

Dennoch eignen sich die Umfragen als Stimmungsbild, aus dem Handlungsbedarfe für das Klima-Café oder ähnliche Transformationsexperimente abgeleitet werden können. Hier kommt auch Umfrage 4 (182 Teilnehmende) ins Spiel, wo erneut Klimagefühle abgefragt wurden. Wie bereits in Umfrage 3 ist Frustration die am häufigsten genannte Emotion (73 % bzw. 58 %), gefolgt von Hilflosigkeit, Überforderung, Hoffnungslosigkeit, Angst und Wut (jeweils zwischen 30 % und 55 %). Um mit Hochschulangehörigen ins Gespräch über Klima zu kommen oder diese zum Handeln anzuregen, sollte Raum geschaffen werden, diese zu artikulieren, um sie anschließend – sofern möglich – in eine Form der Handlungsfähigkeit umzuwandeln. Umfrage 4 geht dieser Frage genauer nach. Gefragt wurde nach der grundsätzlichen Haltung zum Engagement in einer Gruppe, die sich für Klimagerechtigkeit und Nachhaltigkeit einsetzt und nach Barrieren, die ein solches Engagement behindern. Hierbei wurde eine Reihe von Antwortmöglichkeiten (Mehrfachantworten) vorgegeben, die durch ein offenes Feld pro Frage ergänzt wurden. Mehr als die Hälfte der Befragten gab jeweils an, das Engagement in einer Gruppe sinnvoll (69 %) oder wichtig (54 %) zu finden, die Antworten “unnötig”, “sinnlos” und “kontraproduktiv” wurden nur sehr selten (jeweils < 2 %) angegeben. Offene Antworten und Begründungen zu dieser Frage beziehen sich häufig auf die verbesserten Handlungsmöglichkeiten von Gruppen im Vergleich zu Einzelpersonen. Dies entspricht einer Verschiebung weg vom individualisierten Konsumdenken hin zu einem Diskurs, der auf kollektives Handeln und gesellschaftliche Transformation abzielt (vgl. Wullenkord und Hamann 2021) – was mit dieser Umfrage durchaus beabsichtigt wurde und im Kontrast steht zu Umfrage 3, wo auf die allgemeine Frage nach Handlungsmöglichkeiten deutlich mehr Antworten im Bereich des individuellen Konsumverhaltens hervorgebracht hat als im Bereich öffentlichen oder aktivistischen Handelns.

Zugleich zeigen die negativen Emotionen (insbesondere die Frustration, die von der Hälfte der Teilnehmenden auch in Bezug auf das Engagement in der Gruppe genannt wurde), dass Engagement mit hohen Hürden verbunden ist, viel Kraft aufgebracht werden muss und der subjektive Erfolg mehr als ungewiss ist. In den Begründungen zu den mit Engagement verbundenen Emotionen wird dieser Punkt häufig angedeutet. Zugleich stimmt ein Großteil der Teilnehmenden der Aussage zu, dass Engagement in einer Gruppe motivierend (44 %) und empowernd (32 %)

ist oder auch Spaß macht (41 %). In Bezug auf die letzte Frage gaben 26 % der Teilnehmenden an, sich bereits für Klimagerechtigkeit oder Nachhaltigkeit zu engagieren. Deutlich häufiger (41 %) wurde jedoch der Aussage zugestimmt, keine Zeit für Engagement zu haben, da diese für den Lebensunterhalt aufgewendet werden muss. Dies verdeutlicht, wie sehr die Frage nach dem Engagement eine strukturelle Frage ist, sowie die Notwendigkeit, auf Veränderungen im gesellschaftlichen Gefüge hinzuwirken (z.B. Göpel 2016), damit mehr Menschen die Möglichkeit haben, sich aktiv für den Erhalt unserer Lebensgrundlagen einzusetzen. In ähnlicher Weise sprechen die relativ hohen Zustimmungsraten zu den Aussagen “Wir konzentrieren uns auf andere Themen” (23 %) und “Ich befürchte, nicht genug Ahnung vom Thema zu haben” (24 %) dafür, den Transformationsdiskurs in zukünftigen Projekten nicht auf das Klima zu verengen, sondern eine hohe Bandbreite an Themen abzudecken und ihre Verwobenheit erfahrbar zu machen.

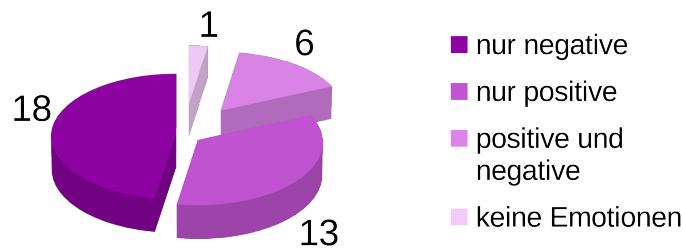
### Weitere Daten

Weitere Daten wurden neben den Umfragen auch durch das Würfelspiel (siehe Kapitel 2.1) gesammelt. Auf die Frage “Verspürst du Druck zu handeln? In welchen Situationen?” (n=20) antworteten 90 % mit ja, 40 % gaben an, dann Handlungsdruck zu verspüren, wenn sie etwas (etwa in den Nachrichten) über Politik, Klima oder Natur erfahren, 20 % bei dem Gefühl von Ungerechtigkeit. Die restlichen Antworten derer, die Handlungsdruck verspüren, konnten nicht näher zusammengefasst werden, oder beinhalteten keine weiteren Angaben zu den konkreten Situationen.

Bei der Frage “Welche Emotionen bringen dich ins Handeln?” (n=38) überwogen Wut (47 %), Freude (37 %) und Angst/Furcht (26 %). Jeweils 8 % nannten außerdem Ekel, Verachtung, Traurigkeit oder Hoffnung/Zuversicht. Wie in Abbildung 2.11 zu sehen ist, nannten fast die Hälfte der Teilnehmenden (47 %) ausschließlich negativ konnotierte Emotionen wie Wut oder Angst, während nur 34 % ausschließlich positiv konnotierte Emotionen wie Freude oder Hoffnung nannten. 16 % nannten sowohl negative als auch positive Emotionen.

Frustration, die Emotion, welche wie oben beschrieben in Umfrage 3 und 4 am häufigsten als (allgemeine) Klima-Emotion genannt wurde, nannte nur eine von 38 Personen als handlungsmotivierend. Weitere häufige Klima-Emotionen wie Hilflosigkeit, Überforderung oder Hoffnungslosigkeit wurden überhaupt nicht als motivierend eingestuft. Eine nennenswerte Überschneidung zwischen regelmäßig vorkommenden (allgemeinen) Klima-Emotionen und Emotionen, die ins Handeln bringen, gibt es lediglich bei Angst und Wut. 39 % gaben jedoch auch Freude/Spaß als ins Handeln bringende Emotion an, während wie oben beschrieben 41 % der Teilnehmenden

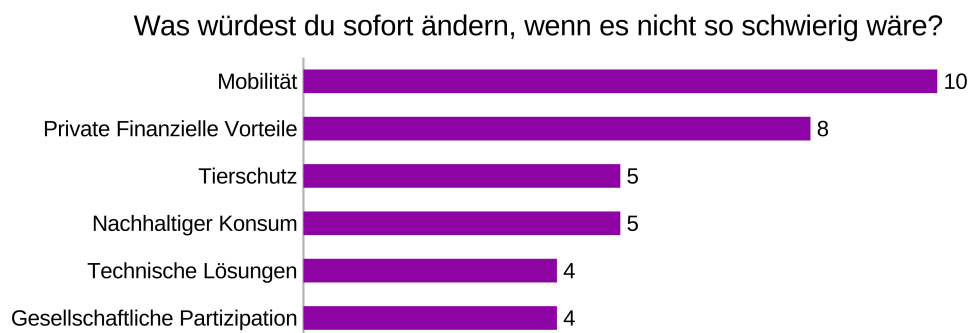
### Welche Emotionen bringen dich ins Handeln?



**Abbildung 2.11:** Antworten auf die Frage "Welche Emotionen bringen dich ins Handeln?" (kategorisiert, n = 38).

der Aussage zustimmen, dass Engagement in einer Gruppe Spaß machen kann. Daraus könnte man folgern, dass man Menschen eher ins Handeln bringen kann, indem man den Aspekt der Gruppe und Gemeinschaft hervorhebt. Dies deckt sich auch mit einer Studie der INBAS-Sozialforschung GmbH, nach der 53 % der engagierten Studierenden durch ihr Engagement mit anderen Menschen zusammenkommen möchte (Huth 2018, S. 94).

Eine weitere Frage war: "Was würdest du sofort ändern, wenn es nicht so schwierig wäre?" (n=42)<sup>2</sup>. 24 % würden gerne etwas im Bereich der Mobilität ändern, 19 % wünschten sich Änderungen mit privaten finanziellen Vorteilen. 12 % gaben Änderungswünsche an, die in den Bereich Tierschutz fallen, weitere 12 % der Antworten fielen in den Bereich nachhaltiger Konsum (Verzicht auf tierische Produkte ausgenommen). Technische Lösungen sowie eine produktive gesellschaftliche Partizipation wurden in jeweils 10 % der Antworten genannt.



**Abbildung 2.12:** Antworten auf die Frage "Was würdest du sofort ändern, wenn es nicht so schwierig wäre?" (kategorisiert, n = 42).

Auf die Frage: "Was ist dir wichtig für eine gute Zukunft?" (n=21) gaben 48 % der Teilnehmenden Antworten aus dem Bereich ökologische Nachhaltigkeit, 43 % aus dem Bereich finanzielle Sicherheit. Weitere regelmäßig erwähnte Themen waren Bildung (29 %) und Antirassismus

<sup>2</sup>Da es sich um Freitexte handelte, sind auch mehrere Kategorien pro Antwort möglich. Einige Antworten waren auch nicht kategorisierbar.

(19 %). Besonders häufig haben wir die Frage gestellt: “Welche persönliche Erfahrung hat dir Hoffnung gemacht für die Zukunft unseres Planeten?” (n=59). Neben den Antworten selbst war bei dieser Frage auffällig, dass es vielen Teilnehmenden schwer fiel, eine solche Erfahrung zu nennen, was sich mit der hohen Frustration deckt, die in den Umfragen angegeben wurde. Dennoch konnten nur 3 % keine persönliche Erfahrung angeben, die ihnen Hoffnung gemacht hatte. Das persönliche Umfeld und persönliche Begegnungen wurden am häufigsten als Hoffnung stiftend genannt (22 %), gefolgt vom Rückgang tierischer Produkte (20 %). Demonstrationen, Aktionen oder Aktivismus im Allgemeinen nannten 10 % der Teilnehmenden, ebenso oft wurden erneuerbare Energien als Hoffnungsträger genannt. Hoffnung aus dem Bereich Politik zogen nur 8 %. Neue Technologien sowie Erfahrungen mit Kindern und Jugendlichen nannten jeweils 7 % der Teilnehmenden.

Grundsätzlich ist zu erwähnen, dass die Konzeption der Würfel-Fragen nicht auf eine optimale Auswertung ausgerichtet war, sondern der Fokus darauf lag, mit den Fragen einen Denkprozess in den Teilnehmenden auszulösen.



### 3 Fazit und Ausblick

**Zusammenfassend** wurde bei dem Transformationsexperiment getestet, mit welchen Methoden Besucher:innen von Cafeterien der Uni Würzburg in ihrem Alltag auf Handlungsoptionen bezüglich der Klimakatastrophe aufmerksam gemacht werden können. Dabei wurde mittels verschiedener Angebote basierend auf Outreach (Formen von Öffentlichkeitsarbeit, die das direkte Ansprechen von vorbeilaufenden Menschen beinhaltet), Gamification (Anwendung spieltypischer Elemente in einem spielfremden Umfeld) und ansprechender Informationsgestaltung eine große Bandbreite an Anknüpfungspunkten ermöglicht, die auf unterschiedliche Bedürfnisse ausgerichtet war. Hieraus haben sich Methoden wie z.B. das selbst erstellte Spiel *Klima-Doppel* hervor getan, die gut bei den Besuchenden ankamen und gute Gespräche ermöglichten. Auch wenn keine direkte Weiterführung der Klima-Café-Termine durch eine dazu bestimmte Gruppe stattfindet, kann die entstandene Methoden- und Materialiensammlung weiterhin für ähnliche Projekte genutzt werden. Des Weiteren konnten Gelingensbedingungen und Herausforderungen ausgemacht werden, aus denen sich Handlungsempfehlungen für ähnliche Projekte ableiten lassen.

**Für das Gelingen** des Projekts konnten mehrere Erfolgsfaktoren ausgemacht werden. So war beispielsweise ein rechtzeitiges Anmelden der Veranstaltung bei den Verantwortlichen (vor allem an neuen Standorten) Voraussetzung für die Umsetzung eines Cafés. Dazu gehörte auch, verantwortliche Personen ausfindig zu machen und abzuklären, ob Orte und Strukturen vor Ort vom Klima-Café-Team genutzt werden dürfen. Außerdem stellten wir fest, dass regelmäßige Planungstreffen, bei denen Themen, deren Umsetzung und Rollenverantwortlichkeiten besprochen wurden, rechtzeitig arrangiert und vereinbart werden mussten. Gelegentlich kam es vor, dass Einzelpersonen an den Planungstreffen aufgrund anderweitiger Verpflichtungen nicht teilnehmen konnten, jedoch zu den Café-Terminen erschienen. Hier war es wichtig, betroffene Personen im Vorfeld zu informieren und diese gegebenenfalls über ihre Aufgaben in Kenntnis zu setzen. Zudem musste dafür Sorge getragen werden, dass genügend Verantwortliche bei den Terminen vor Ort sein konnten. In Umfragen über die Verfügbarkeit konnten wir im Voraus feststellen, ob drei oder mehr Personen an den Terminen zeitlich verfügbar waren. War dies nicht der Fall, wurde der Termin verschoben oder abgesagt.

**Wiederkehrende Herausforderungen** bei der Umsetzung des Klima-Cafés blieben nicht aus. Diese betrafen unter anderem die Verteilung von Rollen und Verantwortlichkeiten innerhalb

des Teams, Schwierigkeiten bei der internen und externen Kommunikation und der Wahl der entsprechenden Kommunikationsplattformen sowie ein stetes, regelmäßiges Arbeiten an Formaten und Inhalten für die Veranstaltungen.

Um uns diesen Herausforderungen zu stellen, bewarben wir uns für ein Coaching des Hochschulnetzwerks *Netzwerk n* und führten nach der Zusage im Mai 2025 das Coaching durch. Das sogenannte *Wandercoaching* ist ein Format, das Gruppen vor Ort dabei unterstützt, ihre internen Strukturen, Ziele, Pläne und Methoden zu reflektieren, sich neu auszurichten und nächste Schritte zu planen. Das Coaching bot dem Klima-Café wertvolle Impulse, um den letzten Monaten des Projekts einen klaren Rahmen zu geben und ein zufriedenstellendes Ende vorzubereiten. Besonders hilfreich waren methodische Werkzeuge wie der *Hürden-Lauf*, bei dem wir mögliche Probleme und Herausforderungen für den Projektabschluss identifizierten und gemeinsam Lösungswege entwickelten. Auch das Kanban Board (Tool zur Arbeitsorganisation), das zur Planung und Aufgabenverteilung genutzt wurde, hat sich als nützlich erwiesen und strukturierte die interne Arbeit nach dem Coaching bis zum Ende des Transformationsexperiments. Auch die Idee des Klima-Café-Baukastens (siehe Kapitel 3, Weitergabe) ist durch das Coaching entstanden. Da das Experiment in dieser Form einzigartig war verlangte ein ständiges Trial-and-Error-Vorgehen, was sowohl die Ausarbeitung der thematischen Inhalte der Cafés betraf, als auch unsere eigene organisatorische Planung. Da alle Beteiligten gleichberechtigt waren und es keine:n Hauptverantwortliche:n gab, fiel eine konkrete Rollen- und Verantwortungsverteilung schwer, die unter anderem ein zeitweise unausgewogenes Arbeitspensum Einzelner mit sich brachte. Mit dem Auslaufen des Förderzeitraums mussten wir eine Entscheidung über das Fortbestehen und die Zukunft des Experiments treffen. Gern hätten wir das Klima-Café an neue Organisator:innen weitergegeben, jedoch fanden sich dafür leider keine Interessierten, sodass wir entschieden, das Klima-Café und alle Materialien sowie unser bisheriges Wissen in verschiedene Projekte zu überführen. Die *Grüne Netzwerkstatt* als ein weiteres studentisches Projekt des WueLab erschien dafür passend. Eine Entscheidung, ob die Grüne Netzwerkstatt das Klima-Café 1-2 mal pro Semester weiterführen wird, steht noch aus.

**Handlungsempfehlungen,** die aus unseren Erfahrungen hervorgegangen sind, finden sich als Übersicht im Anhang (4).

Im Allgemeinen empfehlen wir, eine Kommunikation auf Augenhöhe zu ermöglichen, durch spielerische Ansätze unaufdringliche Gesprächsangebote zu schaffen, durch partizipative Angebote den Mitgestaltungswillen der Teilnehmenden zu fördern und deren Wünsche und Probleme ernst zu nehmen. Bei der Einrichtung eines neuen Formates empfehlen wir, zu Beginn

---

eine Umfrage durchzuführen, um zu erfahren was sich Teilnehmende eigentlich von diesem Format/Thema wünschen würden und den Inhalt dementsprechend anzupassen.

## **Ausblick**

Die Klimakatastrophe und der Biodiversitätsverlust stellen eine Bedrohung nie dagewesenen Ausmaßes für die Menschheit und unsere Gesellschaft dar. Ohne eine aktive Zivilbevölkerung, die sich für ein starkes Miteinander und einen Schutz unserer Ökosysteme einsetzt, wird die Lebensqualität und Lebenssicherheit rapide abnehmen für uns und folgende Generationen (IPCC 2023). Universitäten spielen eine wichtige Rolle im Gefüge gesellschaftlicher Transformation und bergen weiterhin großes Potenzial, unsere Gesellschaft und Kultur Richtung Klimagerechtigkeit zu bewegen (Kinol u. a. 2023 und McCowan, Leal Filho und Brandli 2021). Formate/Projekte, die in universitärem Rahmen Räume für Austausch und Partizipation schaffen, wie das Klima-Café, können dazu beitragen, das Engagement an der Uni zu bereichern und hierdurch auch gesamtgesellschaftliche Veränderungen anzustoßen.

Perspektivisch kann es eine ganze Reihe solcher Cafés geben, die sich mit spezifischen Themen beschäftigen, nicht nur im universitären, sondern auch im öffentlichen Raum. Städte und Kommunen könnten solche Cafés als Bürger:innen-Cafés einrichten, die in Pop-Up-Form oder als regelmäßige Termine in kommerziellen, bzw. besser nicht-kommerziellen Cafés oder konsumfreien Orten stattfinden.

## **Weitergabe und Teilen der Methoden des Klima-Cafés**

Die erarbeiteten Methoden und Spiele des Klima-Cafés und unsere Erfahrungen in der Klimakommunikation sollen nicht mit dem Ende des Projektzeitraums im Schrank verschwinden, sondern mit anderen Akteur:innen und Hochschulen geteilt werden. Dafür soll als eine Art Best Practice-Beispiel ein Baukasten mit den gesammelten Methoden, Abläufen, Erfahrungen und Materialien entstehen, der an andere Hochschulen weitergegeben werden kann. Zudem gab es eine Anfrage von Klimabildung e.V. Der Verein möchte für Organisationen/Initiativen/Personen, die lokal eine *Public Climate School* organisieren, eine *Klimadialog-Box* erstellen und zur Bestellung zur Verfügung stellen, um diese dabei zu unterstützen, mit Menschen über Klima ins Gespräch zu kommen. Einzelne Materialien (wie das *Klima-Doppel* und die Flowchartvorlage) eignen sich hierfür sehr gut und könnten in die Box einfließen, wir sind mit den Organisator:innen in Kontakt.

#### **Danksagung**

Wir möchten unseren herzlichen Dank aussprechen für alle, die uns bei dem ersten studentischen Transformationsexperiment (TE) am WueLAB unterstützt haben, allem voran dem WueLAB, namentlich Viola Leisner, die durch die Unterstützung beim Schreiben des Antrags das TE erst möglich gemacht hat, bei Maria Dömling und Nicola Oswald, die uns bei Rückfragen stets zur Verfügung standen, sowie bei Casper Stupp, der für uns den Überblick über die Finanzen gehalten hat.

Des Weiteren möchten wir uns beim Studierendenwerk bedanken, deren Angestellte in den Cafeterien immer sehr hilfsbereit und aufgeschlossen waren und bei Herrn Bundschuh, Herrn Fleischhauer und Herrn Henneberger, die uns bei der Buchung der Räume unterstützten.

Weiterhin bedanken möchten wir uns bei dem Dekanat der Fakultät Chemie und Pharmazie, vor allem Daniel Bellinger, der uns das Ausleihen von Stellwänden für die Termine in der Hubland-Mensa möglich gemacht hat, sowie bei der Fachschaft Chemie für das Verleihen von Biertischgarnituren.

Ebenfalls Dank gebührt dem Lehrstuhl für angewandte Logistik der THWS Würzburg-Schweinfurt, namentlich Johannes Kuther, da wir dort sehr schöne orangefarbene Stellwände für unsere Termine in der Stadtmensa leihen durften.

Ganz besonderen Dank gilt allen gelegentlichen Helfer:innen, die uns beim Auf- und Abbau der Café-Termine und bei deren Durchführung unterstützt haben.

#### **Unterschriften der Autor:innen**

---

Maximilian Elfert

---

Luis Schuster

---

Mareike Mann

---

Johanna Gindl

---

Benedikt Seger

## 4 Anhang

**Tabelle 4.1:** Veranstaltungstermine

<b>Datum</b>	<b>Ort</b>	<b>Besonderheit</b>
12.06.24	Mensateria Hubland	Umfrage 1
11.07.24	Mensateria Hubland	Umfrage 2
12.09.24	Mensateria Hubland	
25.10.24	Mensateria Hubland	
04.11.24	Mensateria Hubland	Nur Klimaragecage/PCS
05.11.24	WueLAB	Nur Klimaragecage/PCS
29.11.24	Stadtmensa	
16.12.24	Mensateria Hubland	
09.01.25	Mensateria Hubland	
17.01.25	Phil Cafete	
31.01.25	Mensateria Hubland	1. Mal Mystery Experiment
12.02.25	Stadtmensa	Unbeaufsichtigtes Würfeln
29.04.25	Stadtmensa	1. Mal Klima Doppel
08.05.25	Mensateria Hubland	Umfrage 3 (Anne)
20.05.25	WueLab	Informations- und Spieleabend
11.06.25	Hubland Mensa	Umfrage 4
03.07.25	Hubland Sportzentrum	Internationaler Abend
22.07.25	Hubland Mensa	

### Handlungsempfehlungen und Tipps

- Strategisch
  - Eingrenzung des Themas an einem Termin (z.B. auf Mobilität) trägt zu Konkretisierung bei und kann den Gesprächseinstieg erleichtern (große Überthemen wie Klimakrise können dagegen eher als vage und unspezifisch wahrgenommen werden, was weniger einladend wirkt).
  - Spielerische Methoden (mit Aufforderungscharakter) eignen sich gut zur Konversationseinleitung
  - In Cafeterien, bzw. allgemein an hoch frequentierte Orten funktionieren eher kurzweilige Angebote (z.B. Klima-Doppel: eine Minute Spielzeit pro Runde)
  - Generell ist eine Anpassung an Bedingungen vor Ort hilfreich. Bei der Einrichtung eines neuen Formats bietet es sich an, am Anfang eine Umfrage zu machen, was sich die Teilnehmenden eigentlich von dem Format wünschen

- Gesprächsangebote ermöglichen: Wert auf persönliche Gespräche legen, wobei diese nicht aufdringlich sein dürfen
- Im Kontakt mit den Anwesenden den Fokus auf Zuhören und Nachfragen zu legen, anstatt „etwas verkaufen zu wollen“
- Den im Raum des Cafés Anwesenden das Gefühl zu geben, dass ihre Meinungen und Wünsche wichtig sind, schafft eine positivere Aufmerksamkeit und ermöglicht einen besseren Austausch
- Darauf achten, dass die Kommunikation auf Augenhöhe erfolgt: Vorsicht ist geboten beim Umgang mit Wissensfragen, wo schnell eine hierarchische Dynamik entstehen kann; lieber nach persönlichen Erfahrungen und Wünschen fragen
- Darauf achten, sich nicht innerhalb des organisierenden Teams in längere Gespräche zu verwickeln und mehr Aufmerksamkeit für Teilnehmende zu haben
- Menschen einfache Möglichkeiten bieten, sich bei dem Projekt einzubringen
- Organisatorisch
  - Rechtzeitiges Planen der Termine und Anfragen von externen Gruppen
  - Trennung von formeller und informeller Kommunikation in der Organisation
  - Frühzeitiges Einrichten einer einfachen Informationsmöglichkeit für Interessierte, z.B. Signal-Channel
  - Klare Verteilung der internen Verantwortlichkeiten, z.B. wer die abgestimmten Termine kommuniziert, wer bei Veranstaltungen Fotos macht, etc.
  - Einkalkulieren, dass mit den Terminen ein hoher Verbrauch sozialer Energie einhergeht und es pro Termin 2-3 Leute braucht, die gut auf andere Menschen zugehen können
- Idealistisch
  - Wir glauben, dass vor allem partizipative Formate langfristig die Fähigkeit dazu haben, die Menschen darin zu bestärken, an einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft mitzuwirken
  - Gesellschaftliches Engagement baut auf Zusammenhalt auf. Menschen werden unter anderem dann aktiv, wenn sie persönlich Leute kennen, die sich engagieren (vgl. Huth 2018 und Schneekloth u. a. 2022)
  - Wenn die Organisator:innen des Formates bei der Umsetzung auch Spaß haben, vermittelt dies unter anderem ein positives Bild von gesellschaftlichen Engagement generell

# Literatur

- Baghestani, Franziska, Laura Rißel und Benedikt Seger (2023). „Zustimmung zu umweltpolitischen Maßnahmen als Messinstrument für Umwelteinstellung und -verhalten: Hinweise auf ein eindimensionales und zeitgeschichtlich abhängiges Konstrukt.“ In: 27.2, S. 361–370.
- Brosch, Tobias (Dez. 2021). „Affect and emotions as drivers of climate change perception and action: a review“. In: *Current Opinion in Behavioral Sciences*. Human Response to Climate Change: From Neurons to Collective Action 42, S. 15–21. ISSN: 2352-1546. DOI: 10.1016/j.cobeha.2021.02.001. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352154621000206> (besucht am 18. 11. 2025).
- Goldin, Andrea Paula, Olivia Pedroncini und Mariano Sigman (März 2017). „Producing or reproducing reasoning? Socratic dialog is very effective, but only for a few“. en. In: *PLOS ONE* 12.3. Publisher: Public Library of Science, e0173584. ISSN: 1932-6203. DOI: 10.1371/journal.pone.0173584. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0173584> (besucht am 18. 11. 2025).
- Göpel, Maja (2016). *The Great Mindshift - How a New Economic Paradigm and Sustainability*. Englisch. Bd. 2. The Anthropocene: Politik—Economics— Society—Science. Springer Nature. ISBN: ISBN 978-3-319-43765-1.
- Hamann, Karen RS und Gerhard Reese (2020). „My influence on the world (of others): Goal efficacy beliefs and efficacy affect predict private, public, and activist pro-environmental behavior“. In: *Journal of Social Issues* 76.1. Publisher: Wiley Online Library, S. 35–53.
- Huth, Susanne (2018). „Teilhabe durch Engagement“. In: *Studie zum zivilgesellschaftlichen Engagement von Schülerinnen und Studierenden unter besonderer Berücksichtigung des Engagementkontextes Hochschule*. INBAS Sozialforschung u. Stiftung Mercator, Essen.
- IPCC (2023). *Climate Change 2023: Synthesis Report. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Geneva, Switzerland: Intergovernmental Panel on Climate Change. URL: <https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/>.
- Kinol, Alaina u. a. (Feb. 2023). „Climate justice in higher education: a proposed paradigm shift towards a transformative role for colleges and universities“. en. In: *Climatic Change* 176.2, S. 15. ISSN: 1573-1480. DOI: 10.1007/s10584-023-03486-4. URL: <https://doi.org/10.1007/s10584-023-03486-4> (besucht am 18. 11. 2025).
- Klotz, Renate, Viola Leisner und Nicola Oswald (2025). *Studierendenumfrage - Gelebte Vernetzung Das Nachhaltigkeitslabor WueLAB als Katalysator von Transformationsprozessen?* evasys-Auswertung Stand 28.08.2024.

- McCowan, Tristan, Walter Leal Filho und Luciana Brandli, Hrsg. (2021). *Universities facing Climate Change and Sustainability*. Hamburg: Körber-Stiftung. URL: [https://www.koerber-stiftung.de/site/assets/files/18824/guc\\_study\\_universities\\_facing\\_climate\\_change\\_and\\_sustainability.pdf](https://www.koerber-stiftung.de/site/assets/files/18824/guc_study_universities_facing_climate_change_and_sustainability.pdf).
- Möller, Christina und Heike Rundnagel, Hrsg. (2019). *Freiwilliges Engagement von Studierenden: Analysen, Konzepte, Perspektiven*. de. Wiesbaden: Springer Fachmedien. ISBN: 978-3-658-24770-6 978-3-658-24771-3. DOI: 10.1007/978-3-658-24771-3. URL: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-24771-3> (besucht am 18. 11. 2025).
- Schneekloth, Ulrich u. a. (2022). „: Was die Next Generation mit Nachhaltigkeit verbindet und wie sie sich engagiert“. de. In: Artwork Size: 38 p. Publisher: Bertelsmann Stiftung, 38 p. DOI: 10.11586/2022133. URL: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/doi/10.11586/2022133> (besucht am 18. 11. 2025).
- Schürmann, Lisa Katrin (2013). *Motivation und Anerkennung im freiwilligen Engagement: Kampagnen und ihre Umsetzung in Internet und Social Media*. Springer-Verlag.
- Stern, Paul C (2000). „New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior“. In: *Journal of social issues* 56.3. Publisher: Wiley Online Library, S. 407–424.
- Wullenkord, Marlis C und Karen RS Hamann (2021). „We need to change: Integrating psychological perspectives into the multilevel perspective on socio-ecological transformations“. In: *Frontiers in Psychology* 12. Publisher: Frontiers Media SA, S. 655352.
- Zhang, XiaoChi u. a. (2017). „Survey method matters: Online/offline questionnaires and face-to-face or telephone interviews differ“. In: *Computers in Human Behavior* 71. Publisher: Elsevier, S. 172–180.



# Abbildungsverzeichnis

2.1	Beispiele für die Raumgestaltung. . . . .	5
2.2	Die Kurzumfragen wurden mithilfe selbst gebastelter Urnen eingesammelt. . .	6
2.3	Links: Ein Tisch mit den vorbereiteten Fragen und einem großen Würfel. Rechts: Die Rückseite der Pinnwand mit den Antworten der Teilnehmenden. . . . .	7
2.4	Klima-Rage Cage Spiel mit Spielrunde (links) und mit Fragen gefüllten Bechern (rechts). . . . .	8
2.5	Links: Eine Beispielkarte. Rechts: Übersicht der 57 verschiedenen Klima-Doppel- Symbole. . . . .	9
2.6	Pinnwand mit den angepinnten Infokarten und dem "(Wie) möchtest du unsere Zukunft mitgestalten?"-Poster. . . . .	9
2.7	Links: Raumgestaltung mit der aufgehängten Flowchart. Rechts: Die Flowchart.	10
2.8	Zwei Beispiele für Skala-Abfragen zu Lösungen zur Klimakrise. . . . .	11
2.9	Links: Aufbau des Emo-Box Experiments. Rechts: Anleitung mit Hut zum Zie- hen von Gesprächsstartern. . . . .	11
2.10	Pinnwände mit Infomaterial des Referats Mobilität. . . . .	12
2.11	Antworten auf die Frage "Welche Emotionen bringen dich ins Handeln?"(kategorisiert, n = 38). . . . .	17
2.12	Antworten auf die Frage "Was würdest du sofort ändern, wenn es nicht so schwie- rig wäre?"(kategorisiert, n = 42). . . . .	17