FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

How to

KLIMA-AKTIONS-PROGRAMM AN HOCHSCHULEN

Ein Schritt-für-Schritt-Leitfaden
für motivierte Einsteiger:innen

Prof. Dr. Karola Bastini
Hannah Bohrer
Dr. Antonia Domke
Prof. Dr. Stephan Heinzel
Jorrit Holst
Prof. Dr. Jan Keller
Janine Krüger
Katharina Lenz
Prof. Dr. Jana Möller-Herm
Dr. Stefan Petri
Clara Schwedler
Siiri Tunn
Dr. Catalina Wache

INHALT

Einleitung 3

1. Los geht's: Ressourcen & Teamaufbau 5
    1.1 Finanzierung & Rückhalt 6
    1.2 Status quo, Umfeld & Verbündete 8
    1.3 Team und Zielgruppe 10

2. Planung & Organisation 12
    2.1 Zeitliche & organisatorische Verankerung 13
    2.2 Kommunikation vor dem Start 15
    2.3 Partizipative Formate 17

3. Durchführung des Klima-Aktionsprogramms 19
    3.1 Infrastruktur und Organisation 20
    3.2 Gestaltung von Inhalten und Challenges 22
    3.3 Begleitkommunikation & Monitoring 25

4. Optionen für Begleitforschung & Auswertung 26

5. Nach dem Klima-Aktionsprogramm 29
    5.1 Erkenntnisse & Reflexion 30
    5.2 Weitergabe & Verstetigung 30

6. Anhang 32
    6.1 Möglicher schematischer Ablauf eines Klima-Aktionsprogramms 33
    6.2 Beispielhafter Ablauf Begleitkommunikation 33
    6.3 Challenges der Climate Future Weeks 2025 34
    6.4 Nützliche Links & Ressourcen 36

Autor:innen 37

Einleitung

WARUM DIESER LEITFADEN?

Klimaschutz an Hochschulen braucht mehr als gute Vorsätze – er braucht Räume, in denen gemeinsames Lernen, Ausprobieren und Handeln möglich werden. Dieser Leitfaden möchte dich genau dabei unterstützen: Er zeigt dir, wie ein Klima-Aktionsprogramm an Hochschulen geplant, umgesetzt und weiterentwickelt werden kann. Der Mehrwert liegt darin, dass hier weniger die theoretischen Konzepte vorgestellt, sondern vor allem erprobte Formate, Werkzeuge und Erfahrungen aus der Praxis gezeigt werden.

Ob für Studierende, die eigene Ideen für eine nachhaltige Hochschulkultur einbringen möchten, für Lehrende, die Nachhaltigkeit in ihre Lehre integrieren wollen, für Mitarbeitende in Verwaltung und Technik, die Abläufe ressourcenschonender gestalten möchten, oder für Hochschulleitungen, die Transformationsprozesse anstoßen – dieser Leitfaden bietet eine praxisnahe Grundlage, um gemeinsam aktiv zu werden.

Was ist ein Klima-Aktionsprogramm – und warum lohnt es sich?

Ein Klima-Aktionsprogramm ist ein partizipatives Lern- und Aktionsformat, das Hochschulen dabei unterstützt, nachhaltiges Verhalten zu fördern und strukturelle Veränderungen für den Klimaschutz anzustoßen. Im Mittelpunkt steht die Idee, dass kleine Veränderungen im Alltag – etwa beim Energieverbrauch, der Mobilität, Ernährung oder dem Konsum – große Wirkung entfalten können, wenn sie gemeinsam umgesetzt werden. Aus diesem Grund werden Klima-Aktionsprogramme meist als mehrwöchige Mitmachaktionen umgesetzt, bei denen Hochschulangehörige täglich aus verschiedenen alltagsnahen Aufgaben wählen, Punkte sammeln und so spielerisch zu klimafreundlichem Verhalten motiviert werden. Der spielerische, gemeinschaftliche Ansatz stärkt Motivation, Bewusstsein und Zusammenhalt – und liefert zugleich wertvolle Erkenntnisse für zukünftige Nachhaltigkeitsstrategien an der Hochschule.

An Hochschulen bietet ein Klima-Aktionsprogramm gleich mehrere Vorteile: Es sensibilisiert für nachhaltiges Handeln, fördert den Austausch zwischen unterschiedlichen Statusgruppen und schafft sichtbare Veränderungsimpulse im Hochschulalltag:

- **Studierende** erleben Nachhaltigkeit als etwas Konkretes und Alltägliches, können eigene Ideen einbringen und Verantwortung übernehmen.
- **Wissenschaftler:innen** und Lehrende können das Programm nutzen, um Nachhaltigkeit in Forschung und Lehre zu verankern und neue Lernmethoden zu erproben.
- **Mitarbeitende in der Verwaltung** können praxisnahe Ansätze entdecken, um Abläufe ressourcenschonender zu gestalten und Verbesserungen in den eigenen Arbeitsbereichen umzusetzen.

Aufbau und Ziel des Leitfadens

Dieser Leitfaden baut auf den Erfahrungen verschiedener Klima-Aktionsprogramme auf: dem Living Lab „Climate FUture Weeks“ (2025) an der Freien Universität (FU) Berlin sowie der „FU Climate Challenge“ (2022) und der „Climate Challenge“ an der Technischen Universität Berlin (2023). Praxisbeispiele und konkrete Umsetzungsschritte sind in Kapitel 3 sowie ergänzend im Anhang (Kapitel 6) aufgeführt. Er richtet sich an alle Hochschulangehörigen – Studierende & Mitarbeitende in Forschung, Lehre und Verwaltung – und bietet dir praxisnahe Unterstützung für die Planung, Durch-

führung und Nachbereitung eines eigenen Klima-Aktionsprogramms. Ziel ist es dir, ein erprobtes Format bereitzustellen, das als eine Art „Plug & Play“-Vorlage auf andere Hochschulen übertragen werden kann.

Es bietet insbesondere:

- eine klare Schritt-für-Schritt-Anleitung von den ersten Schritten über Organisation, Durchführung bis hin zur Auswertung und Verbreitung,
- Methoden und Kommunikationsstrategien, die sich direkt auf andere Kontexte übertragen lassen,
- Tipps zur Motivation, Teambildung und Einbindung unterschiedlicher Zielgruppen,
- sowie Hinweise zur Verstetigung der Ergebnisse und Wissenstransfer im Hochschulkontext.

Der Aufbau folgt dabei dem typischen Verlauf eines Klima-Aktionsprogramms – vergleichbar mit dem Wachstum eines Baums, welches dich als Metapher durch den Leitfaden führen wird: Vom Wurzelwerk der Organisation (Kapitel 1) und den Stamm der Durchführung (Kapitel 2) über Blätter, Früchte (Kapitel 3) und deren Ernte (Kapitel 4) bis hin zum Säen neuer Samen (Kapitel 5).

Jede Phase wird durch Infoboxen mit Do’s & Don’ts und Kommunikationstipps ergänzt, die sich unmittelbar in der Hochschulpraxis anwenden lassen. So dient dieser Leitfaden als Inspirationsquelle und Werkzeugkasten – um gemeinsam wirksame Klima-Aktionsprogramme an Hochschulen zu initiieren, umzusetzen und langfristig zu verankern.

1. Los geht‘s: Ressourcen & Teamaufbau

„DIE WURZELN WACHSEN.“

Ein Klima-Aktionsprogramm braucht – wie ein Baum – starke Wurzeln, um zu wachsen: Stabilität, Rückhalt und Ressourcen bilden die Basis für alles Weitere. Bevor etwas Neues entstehen kann, muss verstanden werden, auf welchem Boden es gedeihen soll. Dazu gehört, die Strukturen und Dynamiken der eigenen Hochschule zu kennen, institutionelle Unterstützung zu sichern und ein engagiertes Team zu formen.

In dieser Phase geht es darum, Rahmenbedingungen und Verbündete zu finden, die das Programm tragen: Wer fördert und finanziert? Welche bestehenden Netzwerke, Initiativen und Gremien können eingebunden werden? Und wer gehört ins Kernteam, damit die unterschiedlichen Perspektiven von Studium, Lehre, Forschung und Verwaltung vertreten sind?

Die Wurzeln eines erfolgreichen Klima-Aktionsprogramms liegen also in drei zentralen Bereichen: einer soliden finanziellen und institutionellen Verankerung, einem guten Verständnis des hochschulischen Umfelds – und einem Team, das diese Vision gemeinsam trägt und lebendig werden lässt.

1.1 Finanzierung & Rückhalt

Der erste Schritt ist, die bestehenden Strukturen deiner Hochschule zu kennen und gezielt einzubinden. Jede Hochschule hat eigene Gremien, Verantwortliche und Förderlogiken – sie sind der Boden, aus dem dein Klima-Aktionsprogramm wachsen kann. Wer diese Grundlagen versteht, schafft die Voraussetzung für finanziellen Rückhalt, institutionelle Unterstützung und langfristige Verankerung.

So gehst du vor:

1

Nachhaltigkeitsstrukturen recherchieren

Finde heraus, wer an deiner Hochschule für Nachhaltigkeit, Energie oder Hochschulentwicklung zuständig ist (z.B. Nachhaltigkeitsbeauftragte/Klimamanager:innen oder an der FU Berlin: Stabsstelle für Nachhaltigkeit und Energie).

2

Kontakt aufnehmen und Projektidee vorstellen

Bereite einen kurzen, überzeugenden Pitch vor: Was beinhaltet das Klima-Aktionsprogramm? Welche Themen könnten umgesetzt werden? Wie ist der zeitliche Rahmen? Gibt es Beispielprojekte an anderen Hochschulen?

3

Konkrete Unterstützung anfragen

Bitte um Hinweise zu bestehenden Förderprogrammen oder Ansprechpersonen in Hochschulleitung bzw. leitenden Stellen.

4

Ressourcen abschätzen

Mach dir ein grobes Bild, welche Sachmittel (z. B. für Veranstaltungen oder Kommunikationsmaterialien) und personellen Kapazitäten (Stellen für studentische oder wissenschaftliche Mitarbeiter:innen) benötigt werden könnten.

5

Externe Förderoptionen prüfen

Falls Mittel an der Hochschule fehlen: Recherchiere externe Förderungen, etwa über die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU), lokale Umweltstiftungen oder Landesmittel. Oft haben Nachhaltigkeitsbeauftragte wertvolle Netzwerke oder Tipps.

6

Förderantrag und Teamaufbau

Wenn eine Finanzierung in Aussicht steht, entwickle den Pitch weiter zu einem kurzen Antrag. Suche Verbündete, die sich an der Antragstellung oder Projektdurchführung beteiligen – idealerweise mit praktischer Erfahrung aus verschiedenen Hochschulbereichen (z. B. Hochschulsport, psychologische Beratung, Verwaltung).

Do‘s

- Verbündete finden, die Budget- und Förderprozesse kennen.
- Frühzeitig Rückhalt von Hochschulleitung oder leitenden Stellen sichern.
- Finanzierung klären, bevor die Planungsphase startet.
- Personen mit Praxiserfahrung aus unterschiedlichen Hochschulbereichen einbeziehen.

Don‘ts

- Den Zeitaufwand unterschätzen – Auswertung und Verbreitung der Projektergebnisse gehören zur Projektlaufzeit dazu.
- Ohne feste Ansprechperson oder Projektkoordinator:in im Team starten.

- Interne Kommunikation mit Schlüsselfiguren (Nachhaltigkeitsbüro, Hochschulleitung, Verwaltung etc.).
- Klarer, positiver Projekt-Pitch: Fokus auf Chancen für Hochschule, Studierende und Mitarbeitende sowie im Sinne des Klimaschutzes und der Gesundheitsförderung.
- Noch keine öffentliche Kommunikation – erst, wenn Rückhalt und Finanzierung gesichert sind.

1.2 Status Quo, Umfeld & Verbündete

Bevor du ein Klima-Aktionsprogramm planst, lohnt sich ein genauer Blick auf die Strukturen, Initiativen und Ressourcen deiner Hochschule. Jede Universität hat eigene Schwerpunkte, Projekte und Netzwerke im Bereich Nachhaltigkeit. Wer sie kennt, kann Synergien nutzen, Doppelarbeit vermeiden und Verbündete gewinnen.

Organisations- und Steuerungsstrukturen
Fast jede Hochschule verfügt mittlerweile über zentrale Stellen, die sich mit Nachhaltigkeit befassen – etwa ein Nachhaltigkeitsbüro („Green Office"), eine Stabsstelle für Nachhaltigkeit und Energie (wie an der FU Berlin) oder ein Referat für Hochschulentwicklung. Diese Einheiten koordinieren Aktivitäten, beraten Fachbereiche und können dir beim Einstieg helfen.

Auch beratende Gremien oder Arbeitsgruppen (z. B. für Forschung, Lehre, Campusmanagement oder Partizipation) existieren häufig. Sie sind ein guter Ausgangspunkt, um Kontakte zu knüpfen und Unterstützung zu gewinnen.

Wenn deine Hochschule ein Umweltmanagementsystem (z. B. EMAS oder ISO 14001) nutzt, gibt es in der Regel regelmäßige Umweltberichte oder Auditteams – auch hier findest du wertvolle Ansprechpartner:innen und Daten.

Leitlinien und strategische Grundlagen
Viele Hochschulen haben Nachhaltigkeitsleitbilder, Umweltleitlinien oder Strategiepapiere, in denen sie ihre Ziele und Verantwortlichkeiten festlegen. Es lohnt sich, diese Dokumente zu lesen und vorab mit den Verantwortlichen zu sprechen, um den institutionellen Rahmen zu verstehen und dein Klima-Aktionsprogramm daran anzulehnen.

Ein Projekt, das bestehende Ziele und Strategien unterstützt, wird eher akzeptiert. Gleichzeitig können die Gründe dafür als Argumentationsbasis für weitere Kommunikation genutzt werden.

Initiativen, Netzwerke und Fachbereiche
Auf Fachbereichs- und Projektebene gibt es häufig Arbeitskreise zur Nachhaltigkeit, GreenLab-Initiativen oder interdisziplinäre Forschungszentren. Diese Gruppen setzen konkrete Maßnahmen um und können als Partner für Kommunikation, Workshops oder Forschung dienen.

Vergiss auch die studentische Ebene nicht: Fachschaften, AStA-Referate oder Nachhaltigkeitsinitiativen sind oft aktiv und gut vernetzt. Wenn du sie früh einbeziehst, entsteht mehr Sichtbarkeit und Akzeptanz. Sie können zudem Workshops anbieten oder Kommunikationskanäle öffnen (z.B. Social Media).

Lehr-, Lern- und Weiterbildungsformate
Viele Hochschulen haben Nachhaltigkeit bereits in Lehre und Weiterbildung integriert – z. B. über Schlüsselkompetenzbereiche, Zertifikate oder Weiterbildungen für Beschäftigte. Diese Strukturen kannst du nutzen, um das Klima-Aktionsprogramm in bestehende Angebote einzubetten oder zu bewerben.

Infrastruktur und operative Maßnahmen
Auch technische und infrastrukturelle Aspekte gehören zum Umfeld: Energiemanagement, Mobilitätsprojekte, Biodiversitätsinitiativen oder Gebäudemanagementprogramme. Wenn dein Klima-Aktionsprogramm sich auf ein solches Thema bezieht, kann eine Kooperation mit den zuständigen Stellen den Praxisbezug stärken.

Verbündete finden
Ein Klima-Aktionsprogramm braucht Menschen, die an einem Strang ziehen – aus Lehre, Forschung, Verwal-

tung und Studium. Damit die Idee wächst, ist es entscheidend, frühzeitig Verbündete zu finden, ein diverses Team zu bilden und die Zielgruppe klar zu definieren. Mitstreiter:innen auf allen Ebenen und in allen Statusgruppen sind zentral für die Umsetzung. Eine Recherche bestehender Klima- und Nachhaltigkeitsgruppen an der Hochschule verschafft Überblick über mögliche Partner:innen. Persönliche Ansprache wirkt besonders gut – etwa bei Uni-Veranstaltungen, Feiern oder Sommerfesten. Nach dem Schneeballprinzip kann jede:r mindestens drei weitere Personen ansprechen und so das Netzwerk organisch erweitern.

Do‘s

- Ein vielfältiges Team aus Studierenden, Lehrenden und Mitarbeitenden zusammenstellen.
- Frühzeitig mit Personen sprechen, die den Überblick über Strukturen und Aktivitäten haben.
- Bestehende Netzwerke und Multiplikator:innen gezielt einbinden.
- Erwartungen, Zuständigkeiten und Kommunikationswege von Beginn an klären.
- Eine breite Verankerung in der Hochschule anstreben.

Don‘ts

- Akteur:innen erst kurz vor Projektstart anfragen oder unklare Aufgaben vergeben.
- Zu wenig personelle Kapazitäten für Kommunikation und Teilnehmendengewinnung einplanen.
- Nur über offizielle Kanäle kommunizieren – persönliche Kontakte sind wirkungsvoller.

- Austausch mit zentralen Stellen (z. B. Nachhaltigkeitsbüro, Verwaltung, Fachbereiche) zur Orientierung.
- Mögliche Kooperationen frühzeitig ansprechen.
- Persönliche Ansprache priorisieren, ergänzt durch interne Kanäle und Social Media.
- Kommunikation zielgruppenspezifisch gestalten – Sprache, Formate und Kanäle anpassen.
- Noch keine breite Öffentlichkeitsarbeit – Fokus liegt auf internem Aufbau und Vernetzung.

1.3 Team und Zielgruppe

Ein starkes Team und eine klar definierte Zielgruppe sind die Grundlage für jedes erfolgreiche Klima-Aktionsprogramm. Beides greift ineinander: Wer im Team vertreten ist, beeinflusst, wen das Programm erreicht – und umgekehrt hilft das Verständnis der Zielgruppe, die richtigen Personen ins Team zu holen.

Je klarer die Zielgruppe definiert ist, desto gezielter lässt sich das Team zusammenstellen. Wenn das Klima-Aktionsprogramm beispielsweise vor allem Studierende ansprechen soll, empfiehlt sich ein Team mit starkem studentischem Schwerpunkt – ergänzt durch Personen, die nah an Studierenden arbeiten, etwa Mentor:innen, Tutor:innen oder Mitarbeitende der Studienberatung. Soll hingegen die gesamte Hochschule erreicht werden, ist es sinnvoll, auch Vertreter:innen zentraler Einrichtungen wie Hochschulleitung, Kommunikationsabteilung oder Verwaltung einzubeziehen.

Auch Diversität im Team ist ein zentraler Erfolgsfaktor: Unterschiedliche Fachrichtungen, Statusgruppen, Altersklassen, Funktionen und Perspektiven bringen neue Ideen, fördern Verständigung und erhöhen die Glaubwürdigkeit. Teams, die sowohl wissenschaftliches Personal als auch Mitarbeitende aus Verwaltung, Studierende und Lehrende umfassen, können vorhandene Netzwerke und Ressourcen optimal nutzen, Synergien erzeugen und dafür sorgen, dass die Initiative auf allen Ebenen der Hochschule sichtbar wird.

In der Praxis haben sich einige bewährte Vorgehensweisen für die Teamorganisation an Hochschulen gezeigt:

- Die Verwendung einer Rollenmatrix erleichtert die Übersicht: Sie listet auf, welche Aufgaben (z. B. Koordination, Kommunikation, Veranstaltungsorganisation, Technik) von welchen Teammitgliedern übernommen werden, wer Hauptverantwortung trägt und wer unterstützend tätig ist. So lassen sich Doppelarbeit vermeiden und Verantwortlichkeiten klar kommunizieren.
- Cross-funktionale Tandems, zum Beispiel ein:e Studierende:r zusammen mit einer Person aus Verwaltung, fördern gegenseitiges Verständnis und die Vernetzung zwischen Statusgruppen.
- Gemeinsame Teamaktivitäten mit nachhaltigem Bezug, wie kleine Upcycling- oder Pflanzaktionen, stärken den Zusammenhalt und verbinden die Arbeit direkt mit der Zielsetzung der Challenge.
- Regelmäßige und verbindliche Treffen einplanen, die sich gut in die Zeitpläne der Teammitglieder integrieren lassen.

Do‘s

- Rollen und Zuständigkeiten früh festlegen.
- Diversität im Team gezielt fördern (fachlich, statusmäßig, generationsübergreifend).
- Mitglieder bestehender Initiativen einbinden, um Wissen und Netzwerke zu nutzen.
- Regelmäßige, kurze Team-Check-ins etablieren.
- Ein bis zwei zentrale Koordinator:innen benennen, die den Überblick behalten und verbindlich agieren.
- Die Talente der Team-Mitglieder kennen und ausspielen.

Don‘ts

- Ein Team bilden, das nur Personen aus einer Statusgruppe (z.B. Forschung) umfasst.
- Unklare Rollenverteilung im Team oder fehlende Zielgruppenorientierung
- Aufgaben unklar oder zu spät verteilen.
- Teammitglieder erst spät einladen – dann fehlt Commitment und Input.
- Workshops zur Rollenfindung aufschieben.
- Studierende erst spät einbinden oder nur als Teilnehmende sehen – sie gehören ins Projektteam.

- Team transparent vorstellen über Newsletter, interne Kanäle oder Hochschul-Website.
- Kurze Portraits, Fotos oder Statements der Teammitglieder schaffen Nahbarkeit.
- Rollen, Verantwortlichkeiten und benötigte Kompetenzen klar kommunizieren.
- Kommunikationskonzept mit Meilensteinen und Verantwortlichkeiten erarbeiten.
- Regelmäßiges Feedback einholen (z. B. kurze Umfragen, Teamrunden).
- Herausforderungen frühzeitig erkennen und Zusammenarbeit kontinuierlich verbessern.

2. Planung & Organisation

„DER STAMM WÄCHST UND TRÄGT ERSTE BLÄTTER.“

Ein junger Baum wächst, wenn er Licht, Raum und Pflege bekommt – ebenso braucht ein Klima-Aktionsprogramm eine gute Struktur, klare Kommunikation und Beteiligung, um sich zu entfalten. Nach der Phase der Verankerung und Vorbereitung geht es nun darum, das Projekt sichtbar zu machen und in die Umsetzung zu führen. Die Wurzeln sind gelegt, die Idee hat Halt gefunden – jetzt beginnt das Wachstum in die Breite.

In dieser Phase werden Abläufe geplant, Kommunikationswege etabliert und Formate entwickelt, die Beteiligung ermöglichen. Die Organisation gibt dem Projekt Form und Stabilität, die Kommunikation sorgt für Licht und Aufmerksamkeit, und partizipative Formate lassen neue Triebe entstehen.

Damit knüpft die Planungsphase an alle Ebenen der Hochschule an: Sie verbindet Menschen, Ressourcen und Ideen – und bereitet den Boden dafür, dass das Klima-Aktionsprogramm später in vollem Umfang sichtbar wird und Wirkung entfalten kann.

2.1 Zeitliche & organisatorische Verankerung

Die zeitliche Planung eines Klima-Aktionsprogramms sollte sich eng an der Semesterstruktur und den Kapazitäten aller Beteiligten orientieren. Nur so können Studierende, Mitarbeitende und Lehrende aktiv teilnehmen und vom Programm profitieren. Ziel ist eine Phase, die intensiv genug ist, um spürbare Effekte zu erzielen, aber gleichzeitig nicht mit Prüfungen, Pflichtveranstaltungen oder Urlaubszeiten kollidiert.

Studierende

- In der Vorlesungszeit sind Studierende oft stark eingebunden durch Lehrveranstaltungen, Praktika, Tutorien und Prüfungsphasen.
- Die beste Zeit für die Durchführung eines Klima-Aktionsprogramms ist oft Mitte bis Ende der Vorlesungszeit, bevor Prüfungen und Abgaben beginnen.
- Direkt nach der Vorlesungszeit beginnt oft die Prüfungsperiode – viele Studierende ziehen sich dann zurück.
- Während der Semesterferien sind Studierende oftmals unterwegs (z. B. wegen Praktika, Auslandsaufenthalten oder im Urlaub).

Mitarbeitende (Verwaltung)

- Mitarbeitende haben oft fest geregelte Arbeitszeiten, Urlaubstage und Abwesenheiten (z. B. in den Ferienzeiten).
- Ferien und Urlaubszeiten müssen bei der Terminplanung explizit berücksichtigt werden (z. B. Weihnachtsferien, Sommerferien).
- Wichtig: Frühzeitige Abstimmung mit Vorgesetzten sichert realistische Teilnahme und verhindert Überlastung.

Lehrende / Wissenschaftliches Personal

- Lehrende sind in der Vorlesungszeit oft stark eingebunden.
- In der vorlesungsfreien Zeit besteht mehr Flexibilität, doch Forschungs- und Berichtspflichten können Termine einschränken.
- Ein ausreichender Vorlauf erleichtert die Integration des Programms in den Lehrbetrieb.

Empfehlungen für den Projektzeitraum
Der Zeitraum für das Klima-Aktionsprogramm sollte gut planbar und zugleich flexibel bleiben. Das Programm sollte zwei bis vier Wochen dauern, je nach Umfang und Intensität der Aufgaben, mit ein bis zwei Wochen Puffer davor und danach, um Verzögerungen (z.B. durch Krankheit, technische Probleme oder Feedback-Schleifen) auszugleichen. Auch die Bereitstellung zentraler Ressourcen – etwa Räume, Labore, Software oder Geräte – sollte frühzeitig erfolgen.

Ebenso wichtig ist eine klare und kontinuierliche Kommunikation: Alle Statusgruppen sollten wissen, welche Aufgaben anstehen, wie sie sich beteiligen können und über welche Kanäle Informationen laufen.

Kurzformel: Das Klima-Aktionsprogramm eignet sich besonders für Mitte bis Ende der Vorlesungszeit – bevor Prüfungen beginnen. Pufferzeiten sichern die Umsetzbarkeit, und die Planung sollte auf die unterschiedlichen Rhythmen von Studierenden, Lehrenden und Mitarbeitenden abgestimmt sein.

Do‘s

- Alle Statusgruppen frühzeitig einbeziehen.
- Aufgaben zeitlich anpassbar gestalten.
- Ressourcen, Räume und Pufferzeiten rechtzeitig sichern.
- Semester- und Prüfungszeiten berücksichtigen.
- Bestehende Programme oder Initiativen als Anknüpfungspunkte nutzen.

Don‘ts

- Projektzeitraum zu kurz oder ohne Puffer planen.
- Nur eine Statusgruppe ansprechen.
- Kommunikation auf einen Kanal beschränken.
- Aktionen während Prüfungs- oder Ferienzeiten planen.

- Frühzeitig über Newsletter, Mailverteiler oder interne Plattformen informieren.
- Ansprache an Zielgruppen anpassen: Sprache, Kanal und Timing.
- Regelmäßige Erinnerungen während des Projektzeitraums einplanen.
- Feedback ermöglichen: kurze Umfragen, Teamgespräche, Diskussionsplattformen.
- Ergebnisse sichtbar machen – z.B. über eine digitale Pinnwand oder Abschlussmeetings.

2.2 Kommunikation vor dem Start

Eine klare, frühzeitige und gut abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit ist entscheidend, um Aufmerksamkeit zu schaffen und Teilnehmende zu gewinnen. Beginne mindestens sechs bis acht Wochen vor dem Start mit einer Save-the-Date-Kommunikation – idealerweise in enger Abstimmung mit der Kommunikations- oder Marketingabteilung deiner Hochschule.

Definiere deine Zielgruppen präzise: Studierende, Mitarbeitende in Forschung und Lehre sowie in der Verwaltung – benötigen jeweils unterschiedliche Kanäle, Ansprachen und Botschaften. Kommuniziere, warum das Klima-Aktionsprogramm relevant ist, welchen Mehrwert die Teilnahme bietet und wie sie sich einbringen können.

Sichtbarkeit auf dem Campus ist ebenso wichtig wie digitale Reichweite: Poster, Flyer und Infostände ergänzen Social-Media-Beiträge und Newsletter. Nutze außerdem bestehende Anlässe: Einführungstage, Lehrveranstaltungen, thematische Wochen oder Fakultätssitzungen sind ideale Orte, um das Programm persönlich vorzustellen und Fragen zu beantworten.

Ein Kommunikationsplan schafft Struktur: Welche Botschaften werden wann ausgespielt? Welche Kanäle sind dafür geeignet? Wer übernimmt welche Aufgaben?

So wächst aus einzelnen Maßnahmen eine konsistente und wiedererkennbare Kommunikationsstrategie mit wiederkehrenden und aufeinander aufbauenden Formaten.– die „Krone“ deines Klima-Aktionsprogramms.

Do‘s

- Frühzeitig und regelmäßig informieren – Spannung aufbauen.
- Einladenden Ton nutzen, um Neugier und Beteiligung zu fördern.
- Klare Botschaften senden – „Warum lohnt sich das Mitmachen?“ beantworten.
- Website erstellen und mehrere Kanäle kombinieren (z.B. Mailverteiler, Social Media, Campusaktionen).
- Kooperationen mit bestehenden Initiativen und Projekten suchen.
- Multiplikator:innen gewinnen, die das Projekt in ihre Netzwerke tragen (z.B. Fachschaftsinitiativen, Kolleg:innen, Personalräte).
- Einheitliches Design und Wiedererkennungswert schaffen.
- Hilf Multiplikator:innen, deine Botschaft zu verbreiten (z.B. durch vorbereitete Materialien wie Slides für Lehrveranstaltungen oder News).

Don‘ts

- Kommunikation erst kurz vor dem Start beginnen.
- Nur auf einen Kanal setzen.
- In Konkurrenz zu großen Events gehen, ohne Kooperation.
- Botschaften passiv oder unpersönlich formulieren.

- Timing: früh starten, kurz vor Events Erinnerungen setzen.
- Storytelling: Warum ist das Klima-Aktionsprogramm wichtig? Welche Vision treibt euch als Team an?
- Gesichter zeigen: kurze Statements und Fotos aus dem Team.
- Interaktivität: kleine Umfragen, Mitmachaktionen, Teaser.
- Niedrigschwellig: klare Botschaften, QR-Codes, einfache Zugänge zu Infos.

2.3 Partizipative Formate

Partizipative Formate ermöglichen es, Hochschulangehörige frühzeitig einzubinden und wertvollen Input für die inhaltliche Ausgestaltung des Klima-Aktionsprogramms zu erhalten. Sie eröffnen Räume, in denen Ideen entstehen, Erwartungen sichtbar werden und Teilnehmende ihre Perspektiven einbringen können. Bei den Climate FUture Weeks 2025 wurden diese Formate bewusst genutzt, um bestehende Ansätze weiterzuentwickeln, Feedback zu sammeln und gemeinsam ein Bild davon zu zeichnen, wie das Programm am Ende aussehen könnte – und welche Schritte dorthin führen.

Die hier vorgestellten Formate sind Beispiele aus unserem eigenen Programm. Andere Hochschulen verfügen über unterschiedliche Strukturen, Zielgruppen und Kommunikationswege – entsprechend können auch andere Formate besser passen. Im weiteren Verlauf des Booklets (Kapitel 3) zeigen wir, wie das Klima-Aktionsprogramm schließlich konkret umgesetzt wurde. Auf der begleitenden Website finden sich außerdem kurze Berichte zu allen Formaten.

Kick-Off Event

- Informelles Auftaktformat, um das Klima-Aktionsprogramm vorzustellen und erste Fragen zu klären.
- Austausch zu Rekrutierung, inhaltlichen Schwerpunkten und Organisation.
- Gelegenheit, Interessierte direkt aufzunehmen und das Netzwerk zu erweitern.

Roundtable mit Expert:innen

- Kleine, fokussierte Runde (ca. 10–15 Personen) mit engagierten Studierenden und Beschäftigten.
- Austausch zu Themenbereichen (z.B. Mobilität, Ernährung, Konsum, Energie) und bestehenden Nachhaltigkeitsinitiativen.
- Als Lunch-Event besonders niedrigschwellig und dialogfördernd.

Walk-In Workshops

- Offenes Format ohne Anmeldung an zentralen Campus-Orten (z. B. vor der Mensa).
- Vorstellung des Klima-Aktionsprogramms, Einladung zur Teilnahme und Einholen eines ersten Stimmungsbildes.
- Möglichkeit, Feedback zu Materialien zu sammeln; interaktive Elemente wie Glücksrad oder nachhaltige Give-aways erhöhen die Aufmerksamkeit.

Do‘s

- Maßnahmen an den Alltag der Hochschulangehörigen anpassen.
- Spontane, flexible Teilnahme ermöglichen.
- Nicht nur informieren, sondern aktive Partizipation schaffen (Feedback, Gewinnspiel).
- Nachhaltige Give-Aways mit QR-Codes oder Projektinformationen kombinieren.
- Transparente Kommunikation: Was erwartet Teilnehmende während des Klima-Aktionsprogramms?

Don‘ts

- Verbindliche Termine mit Anmeldung für Studierende planen (zu hohe Schwelle zur Teilnahme).
- Nur für das Klima-Aktionsprogramm werben, ohne klare Hinweise, wie man selbst aktiv teilnehmen kann – Akquise nicht vergessen!

- Hochschulinterne Kanäle nutzen (z.B. Newsletter, Fachschaften, Social Media).
- Flyer und Plakate als ergänzende Sichtbarkeit auf dem Campus.
- Landingpage für weitere Infos und Anmeldung bereitstellen.
- Teilnahmebedingungen klar, einfach und transparent gestalten; Links möglichst reduziert halten.
- Storytelling: Motivation, Vision und Nutzen des Klima-Aktionsprogramms sichtbar machen.

3. Durchführung des Klima-Aktionsprogramms

„DER BAUM BLÜHT, TRÄGT BLÄTTER UND ERSTE FRÜCHTE.“

Die Durchführungsphase ist das Herzstück des Klima-Aktionsprogramms: Hier entsteht aus Planung und Vorbereitung greifbares, nachhaltiges Handeln. So wie ein junger Baum Licht und Austausch zum Wachsen braucht, genauso lebt das Klima-Aktionsprogramm von der aktiven Umsetzung: Die Hochschulangehörigen setzen konkrete Maßnahmen um, sammeln Erfahrungen und machen Nachhaltigkeit im Alltag sichtbar. Die vorbereitete Struktur wird mit Leben gefüllt, und die Teilnehmenden werden zu aktiven Gestalter:innen nachhaltiger Veränderung – der Baum steht in voller Blüte

3.1 Infrastruktur und Organisation

Für eine reibungslose Umsetzung ist es entscheidend, die organisatorischen und technischen Rahmenbedingungen frühzeitig zu klären. Eine stabile Struktur, verlässliche Abläufe und klare Zuständigkeiten sind essentiell für die erfolgreiche Durchführung eines Klima-Aktionsprogramms.

Für die Durchführung empfiehlt sich der Einsatz digitaler Plattformen, die tägliche Aufgaben, Rückmeldungen und Punkteverwaltung einfach ermöglichen. Ein Beispiel ist m-Path, eine Plattform für Verhaltens- und Feedback-Monitoring, die ursprünglich in der Forschung entwickelt wurde und sich gut für partizipative Programme eignet (m-path.io). Über vergleichbare Tools oder webbasierte Lösungen lassen sich Challenges bereitstellen, Fortschritte erfassen und Auswertungen automatisiert durchführen. Wichtig ist, dass die Tools Flexibilität erlauben, Übersicht über Fortschritte bieten und eine transparente Punktevergabe ermöglichen. Außerdem sollte der Zugang zum Tool möglichst niedrigschwellig sein – vor allem zu bedenken bei der Nutzung von Apps, die eine zusätzliche Installation erfordern und somit möglicherweise die Teilnahmebereitschaft senken.

Eine zentrale Koordinationsperson oder Community Manager:in sorgt während des gesamten Aktionszeitraums für Orientierung und Unterstützung – sie bündelt Anfragen, beantwortet Fragen und hält die Kommunikation zwischen Team und Teilnehmenden am Laufen. Ergänzend helfen regelmäßige Erinnerungen per E-Mail oder Push-Nachricht, ein Dashboard mit Fortschrittsanzeige (s. Abschnitt 3.3) sowie klar strukturierte Informationsbereiche auf der Website, um alle Beteiligten stets auf dem Laufenden zu halten.

Klarheit ist entscheidend: Teilnehmende sollten jederzeit wissen,

- wo sie die täglichen Aufgaben finden und auswählen,
- wann und wo sie ihre Ergebnisse eintragen,
- an wen sie sich bei technischen oder inhaltlichen Fragen wenden,
- und welche Kommunikationskanäle genutzt werden.

Ein übersichtlicher Wochen- und Tagesplan, transparente Zuständigkeiten und leicht zugängliche Feedback-Möglichkeiten schaffen Vertrauen und Motivation. So entsteht ein reibungsloser Ablauf, der allen Teilnehmenden Orientierung bietet – vom ersten Log-in bis zum Abschluss des Programms.

Ein zentraler digitaler Zugangspunkt (z. B. eine Landingpage oder App-Startseite) hilft, alle Informationen zu bündeln: Tagesaufgaben, Ansprechpersonen, FAQ und Feedback-Formulare. So bleibt der Ablauf einfach und nachvollziehbar – auch bei vielen Teilnehmenden.

Do‘s

- Frühzeitig die passende Plattform oder Software auswählen (z. B. App, Website, Dashboard).
- Zuständigkeiten klar verteilen: Wer ist für Technik, Kommunikation und Support verantwortlich?
- Eine Community Manager:in als feste Ansprechperson benennen.
- Den Ablauf transparent gestalten: Wochen- und Tagespläne veröffentlichen.
- Kommunikationswege offenlegen (z. B. Website, Mailverteiler, Chat).
- Übersichtliches Dashboard oder Fortschrittsanzeige nutzen, um Motivation zu fördern.

Don‘ts

- Tools oder Plattformen ohne vorherigen Test einsetzen.
- Informationen auf zu viele Kanäle verteilen – Übersicht geht schnell verloren.
- Technische oder inhaltliche Ansprechpartner:innen unklar lassen.
- Aufgaben oder Deadlines nur mündlich kommunizieren.

- Einheitliche Informationswege festlegen – alle Hinweise zu Aufgaben, Login, Zeitplan und Ansprechpartner:innen an einem Ort bündeln (z. B. Website oder App-Startseite).
- Frühzeitig kommunizieren, wie die technische Umsetzung funktioniert: Wo werden Challenges veröffentlicht? Wie werden Punkte eingetragen?
- Rückfragen zentral sammeln (z. B. über ein Formular oder eine dedizierte Mailadresse).
- Bei technischen Problemen schnelle Reaktionszeiten sichern – ein kurzer Hinweis oder Zwischenupdate verhindert Frustration.
- Kommunikationsstil: informativ, klar, aber motivierend – „Ihr seid Teil davon“ statt „Bitte denkt daran“.

3.2 Gestaltung von Inhalten und Challenges

Wenn die Infrastruktur steht, kann das Klima-Aktionsprogramm Gestalt annehmen: Jetzt geht es darum, wie nachhaltiges Verhalten sichtbar und erlebbar wird.

Die Challenges sollten dabei alltagsnah, abwechslungsreich und niedrigschwellig sein – inspirierend, nicht überfordernd. Dabei hilft eine klare Struktur in Form einer thematischen Gliederung (z.B. Ernährung, Mobilität, Energie, Konsum) und die Kennzeichnung von Schwierigkeitsstufen, z. B.

Schwierigkeit	Beschreibung
+ leicht	kleine Impulse, die sofort umsetzbar sind
++ mittel	erfordern etwas Planung oder Aufwand
+++ herausfordernd	beinhalten bewusste Verhaltensänderungen oder Recherche

Teilnehmende wählen täglich selbst, welche Aufgaben sie umsetzen möchten. Es kann sowohl eintägige (z. B. „Heute nichts Neues kaufen“) als auch mehrtägige Challenges geben (z. B. „Eine Woche rein pflanzlich leben“).

Zur Motivation können Punkte für erfolgreich absolvierte Aufgaben vergeben werden. Täglich oder wöchentlich aktualisierte Ranglisten auf der Plattform oder App fördern den spielerischen Wettbewerb und ermöglichen das Erreichen von Klima-Rängen wie z. B.:

- **Climate Novice**
- **Climate Rookie**
- **Climate Student**
- **Climate Bachelor**
- **Climate Master**
- **Climate Champion**

Am Ende können Gutscheine oder kleine nachhaltige Preise (z. B. Fairtrade-Produkte oder Mensa-Gutscheine) unter allen Aktiven verlost werden – nicht nur für Höchstpunktzahlen, sondern auch für besonders engagierte Teilnehmende oder kreative Ideen.

Beispielhafte Challenges (Themenbereich: Ernährung):

Schwierigkeit	Beschreibung
+ leicht	Einen Tag vegetarisch oder vegan essen.
++ mittel	Eine Woche auf Fleisch verzichten.
+++ herausfordernd	Eine Woche rein pflanzlich leben.

Ein solcher Aufbau ermöglicht Transparenz, Eigenverantwortung und Vergleichbarkeit – Teilnehmende sehen ihren Fortschritt, können sich gegenseitig motivieren und werden Teil eines kollektiven Lernprozesses.

Wichtig: Der Fokus eines Klima-Aktionsprogramms sollte nicht ausschließlich auf der Reduzierung des individuellen CO_2-Fußabdrucks liegen. Ebenso relevant sind Challenges, die strukturelle und institutionelle Veränderungen anstoßen – etwa durch Reflexion bestehender Prozesse, das Einbringen von Feedback oder die aktive Beteiligung an hochschulinternen Entscheidungs- und Nachhaltigkeitsstrukturen. Auf diese Weise verbindet das Klima-Aktionsprogramm individuelles Handeln mit langfristigen systemischen Impulsen.

Alle Challenges der Climate FUture Weeks 2025 findest du im Anhang (6.3)!

Do‘s

- Abwechslung schaffen – Themen und Schwierigkeitsgrade mischen.
- Alltagsnähe sicherstellen: Aufgaben müssen realistisch umsetzbar sein.
- Flexibilität durch individuelle Auswahl der Challenges ermöglichen.
- Team- und Einzelaufgaben kombinieren.
- Motivation durch Feedback, Punkte und sichtbare Fortschritte fördern.
- Kleine Anreize oder Gewinne schaffen, die nachhaltiges Handeln belohnen.

Don‘ts

- Zu viele Aufgaben gleichzeitig bereitstellen – lieber weniger, aber gezielt.
- Aufgaben wählen, die moralischen Druck erzeugen.
- Unklare Bewertung oder unverständliche Symbole verwenden.
- Belohnungssystem zu stark auf Wettbewerb ausrichten – Fokus auf Lernen und Gemeinschaft.

- Klare, einheitliche Veröffentlichung der täglichen Aufgaben (z. B. morgens 8 Uhr über Website oder App).
- Sichtbare Fortschritte (z. B. Punktestand oder Rangliste) fördern die Motivation.
- Kleine Erfolgsgeschichten auf Social Media teilen („Heute hat das Team Physik 500 Punkte gesammelt!“).

3.3 Begleitkommunikation & Monitoring

Ein funktionierendes Kommunikations- und Monitoringsystem ist der Schlüssel dafür, dass Teilnehmende motiviert bleiben und das Projektteam jederzeit den Überblick behält. Ziel ist es, Aktivität sichtbar zu machen, Engagement zu fördern und Lerneffekte messbar zu machen.

Tägliche Kommunikation & Erinnerungen

Regelmäßige Kommunikation hält das Klima-Aktionsprogramm lebendig – kurze, prägnante Updates informieren zuverlässig, ohne zu überfordern.

Morgens können automatisierte Push-Nachrichten oder E-Mails an alle Teilnehmenden versendet werden – mit einem motivierenden Einstieg in den Tag („Heute wartet eine neue Aufgabe auf dich!“). Dabei können Teilnehmende angeben, welche Challenges sie sich für den Tag vorgenommen haben (Commitment).

Am Abend folgt eine kurze Erinnerung, um umgesetzte Challenges zu dokumentieren und Punkte zu sammeln; mehrtägige Aufgaben werden am Ende der Woche abgefragt.

Diese Routine gibt Struktur, schafft Verbindlichkeit – und bleibt dennoch flexibel. Durch abwechslungsreiche Texte, wertschätzende Tonalität und kleine Insights („Schon 60 % der Teilnehmenden haben heute eine Aufgabe abgeschlossen!“) bleibt das Interesse hoch.

Monitoring & Feedback

Ein Dashboard oder eine Fortschrittsanzeige zeigt, wie sich die Teilnahme entwickelt – individuell und im Gesamtergebnis. Jede abgeschlossene Challenge wird sichtbar und trägt zum kollektiven Erfolg bei.

Regelmäßige Rückmeldungen helfen, das Programm anzupassen und weiterzuentwickeln. Kurze, anonyme Feedback-Abfragen oder offene Kanäle (Formular, Chat, E-Mail) ermöglichen, Fragen und Ideen direkt einzubringen.

Optional können wöchentliche Zwischenstände oder Mini-Challenges integriert werden („Welche Fakultät erreicht diese Woche die meisten Punkte?“). Sie stärken Gemeinschaftsgefühl und gesunden Wettbewerb, ohne Druck zu erzeugen.

Eine zusammenfassende Darstellung der Begleitkommunikation findest du im Anhang (6.2).

Do‘s

- Eine klare Kommunikationsstruktur festlegen: Wer informiert wann, über welchen Kanal?
- Automatisierte Erinnerungen (E-Mail, Push) nutzen, um Kontinuität zu sichern.
- Monitoring visuell gestalten – Fortschritte und Engagement sichtbar machen.
- Teilnehmende mit zu vielen oder unklaren Nachrichten überfluten.
- Kommunikationskanäle wechseln.
- Zum Abschluss Anerkennung zeigen: Dankesnachricht, Zertifikate oder kleine Preise.

Don‘ts

- Teilnehmende mit zu vielen oder unklaren Nachrichten überfluten.
- Kommunikationskanäle ständig wechseln.
- Rückmeldungen zu spät oder gar nicht kommunizieren.
- Wettbewerb in den Vordergrund stellen – Fokus bleibt auf gemeinsamem Lernen.

- Morgendliche Nachricht mit neuen Aufgaben und Commitment-Abfrage.
- Abendliche oder wöchentliche Erinnerung zur Ergebniseintragung.
- Wöchentliche Status-Updates per Dashboard oder Rundmail veröffentlichen.
- Social Media oder Hochschul-Newsletter für Einblicke und Motivation nutzen.
- Zum Abschluss: Dankesbotschaft, Highlights und Ausblick auf Folgemaßnahmen.

Tonalität: positiv, wertschätzend, gemeinschaftlich – nicht belehrend, sondern einladend.

4. Optionen für Begleitforschung und Auswertung

„DER BAUM WIRD BEOBACHTET UND GEPFLEGT, FRÜCHTE WERDEN GEERNTET.“

Wie ein Baum, der durch Beobachtung und Pflege kräftiger wächst, profitiert auch ein Klima-Aktionsprogramm von systematischer Auswertung. Begleitforschung macht sichtbar, welche Bereiche besonders gut gedeihen, wo zusätzliche Pflege nötig ist und wie sich das Programm langfristig weiterentwickeln kann. Nachdem das Klima-Aktionsprogramm umgesetzt wurde, stellt sich daher die Frage: Was hat es bewirkt? Eine begleitende Evaluation hilft, Veränderungen im Verhalten, in Einstellungen oder in der Wahrnehmung von Nachhaltigkeit zu erkennen – sei es durch kurze Online-Befragungen, Interviews oder einfache Vorher-Nachher-Vergleiche. So lassen sich erfolgreiche Elemente stärken, weniger wirksame Formate verbessern und das Klima-Aktionsprogramm von Durchlauf zu Durchlauf weiterentwickeln. Damit wird aus einer einmaligen Aktion ein lernendes Format, das über sich hinauswächst.

4. Optionen für Begleitforschung & Auswertung

So wie ein gesunder Baum Pflege braucht, sichern Beobachtung und Messung während deines Klima-Aktionsprogramms nachhaltiges Wachstum. Evaluation und Reflexion zeigen, wie stabil der Baum ist, wo er besonders kräftig wächst und wo Pflege nötig ist. Die gewonnenen Erkenntnisse helfen, das Fundament zu stärken und künftige Pflanzungen zu verbessern.

Das Klima-Aktionsprogramm kann als eigenständige Aktion durchgeführt werden, bietet aber auch die Möglichkeit, Begleitforschung einzubinden, um Wirkungen zu messen und Erkenntnisse für zukünftige Klima-Aktionsprogramme zu gewinnen. Das Ziel der Begleitforschung ist es, Effekte auf nachhaltige Verhaltensweisen und Hochschulstrukturen zu überprüfen, die Ergebnisse an die Hochschule zurückzumelden und das Format kontinuierlich zu optimieren. Gegebenenfalls kann die Begleitforschung in Lehrformate integriert oder als Abschlussarbeit ausgegeben werden.

Ziele und Nutzen der Begleitforschung

- Analyse von Einstellungen, Verhalten und Motivation der Teilnehmenden vor, während und nach dem Ausführen einer Challenge.
- Erkennen besonders erfolgreicher Challenges und Formate.
- Identifikation von Barrieren und Gelingensbedingungen bzw. Optimierungspotenzialen für zukünftige Durchführungen.
- Sammlung von Daten für die Hochschule, das Projektteam und wissenschaftliche Publikationen.

Methodische Ansätze

- Quantitative und qualitative Methoden sind möglich: z.B. Online-Umfragen zu Beginn und nach dem Klima-Aktionsprogramm, begleitende Kurzbefragungen während des Klima-Aktionsprogramms, ergänzende Interviews mit ausgewählten Teilnehmenden.
- Messung von Fortschritten, Motivation, Zielerreichung und Einstellungen zur Hochschule.

Beispiele für Messungen

- **Vor Beginn**: Ziele, Motivation, Umweltbewusstsein, Selbstwirksamkeit, Einstellung zur Hochschule.
- **Während des Klima-Aktionsprogramms**: Erreichte Challenges, Motivation, Barrieren.
- **Abschluss**: Ziele, Motivation, Umweltbewusstsein, Selbstwirksamkeit, Einstellung zur Hochschule sowie Feedback zum Format und Verbesserungsvorschläge.

Die Begleitforschung der Climate FUture Weeks 2025 findest du hier:

Scan me

https://www.fu-berlin.de/sites/nachhaltigkeit/stabsstelle/Innovationsmanagement/labs/climate/box3/Begleitforschung_upload.pdf

Do‘s

- Kurze, klare Online-Befragungen.
- Transparenz über Dauer, Inhalt und Anonymität der Befragungen.
- Ergebnisse öffentlich darstellen und für Folgeprojekte nutzen.
- Kombination aus quantitativen und qualitativen Methoden nutzen.

Don‘ts

- Zu häufige oder lange Befragungen.
- Technisch aufwändige Tools oder App-Installationen verlangen.

- Vorab klar kommunizieren, dass Befragungen freiwillig und anonym sind.
- Kurze Erinnerungen während des Klima-Aktionsprogramms, um Teilnahmequote zu erhöhen.
- Ergebnisse transparent auf einer Webseite oder im Abschlussbericht teilen, sodass Nachfolgeprojekte auf den Erkenntnissen aufbauen können.

5. Nach dem Klima-Aktionsprogramm

„DER BAUM SÄT NEUE SAMEN.“

Nachdem die Äste des Klima-Aktionsprogramms gewachsen und die ersten Früchte geerntet wurden, ist es an der Zeit, die Erfahrungen zu reflektieren und für die Zukunft zu sichern. Wissen, Erfahrungen und Ideen werden geteilt, neue Projekte keimen daraus. So schließt sich der Kreislauf des Wachstums: vom Samen über Wurzeln, Stamm, Blätter, Blüte und Früchte bis zur Aussaat neuer Samen. Eine Reflexionsphase ermöglicht es, erfolgreiche Strategien zu erkennen, Stolpersteine zu identifizieren und das Format kontinuierlich zu verbessern.

5.1 Erkenntnisse & Reflexion

Das Klima-Aktionsprogramm hat gezeigt, wie entscheidend frühzeitige Einbindung von relevanten Akteur:innen, klare Kommunikation und flexible Formate für den Erfolg sind. Teams, die von Anfang an Studierende, Mitarbeitende aus Forschung, Lehre und Verwaltung in die Planung einbinden, können ihr Vorhaben breiter verankern und nachhaltiger umsetzen.

Auch die Struktur und Organisation spielen eine zentrale Rolle: Tägliche Erinnerungen, transparente Punktevergabe und eine zentrale Ansprechperson für Fragen sorgen für Orientierung und Motivation. Begleitforschung und Feedbackschleifen ermöglichen es, Erfolge und Herausforderungen systematisch zu erfassen und daraus Erkenntnisse für zukünftige Durchführungen abzuleiten. Dabei hat sich gezeigt, dass kurze, gut strukturierte Online-Befragungen sowie gezielte Interviews die beste Balance zwischen Datenerhebung und Teilnahmefreundlichkeit bieten.

Reflexion bedeutet, Erfolge sichtbar zu machen und Stolpersteine als Lernchancen zu begreifen. Dokumentation – in Text, Bild oder Social Media – schafft eine Grundlage, um zukünftige Programme noch wirkungsvoller zu gestalten. Wichtig ist, die Ergebnisse nicht nur zu sammeln, sondern sie zu nutzen – etwa für Lehrveranstaltungen, Nachhaltigkeitsstrategien oder interne Weiterbildungen.

5.2 Weitergabe & Verstetigung

Wenn die Früchte geerntet sind, beginnt das Teilen: Erfahrungen, Erkenntnisse und Materialien sollten nicht nur intern genutzt, sondern so aufbereitet werden, dass andere Hochschulen davon profitieren können. Präsentationen auf Hochschulveranstaltungen, die Einbindung in Lehrveranstaltungen, Beiträge in Newslettern oder kurze Erfahrungsberichte auf Webseiten machen das Klima-Aktionsprogramm sichtbar und anschlussfähig.

Die Dokumentation des Klima-Aktionsprogramms dient auch als wertvolle Grundlage für wiederkehrende Formate und erleichtert die Planung zukünftiger Klima-Aktionsprogramme, sodass bewährte Ansätze übernommen und weniger erfolgreiche Strategien angepasst oder ausgeschlossen werden können.

Das Programm sollte außerdem auf einer dauerhaft zugänglichen Webseite dokumentiert bleiben – mit Materialien, Ergebnissen und Kontaktdaten. Idealerweise wird eine Ansprechperson benannt, die auch nach Abschluss des Projekts erreichbar ist und das Thema in passenden Gremien oder Netzwerken weiterträgt. So bleibt auch die Website der Climate FUture Weeks 2025 aktiv: als Ort, an dem Informationen, Erfahrungen und Austauschmöglichkeiten weiterhin zugänglich sind. Interessierte können sich dort auch zukünftig informieren oder Fragen stellen – das Projekt lebt damit über seine eigentliche Laufzeit hinaus weiter.

Insgesamt zeigt sich, dass die Kombination aus sorgfältiger Planung, flexiblen Formaten, kontinuierlicher Kommunikation, begleitender Forschung und gezielter Verstetigung die

Grundlage dafür bildet, dass ein Klima-Aktionsprogramm an Hochschulen nachhaltig wirkt, Motivation entfaltet und das Bewusstsein für klimafreundliches Handeln dauerhaft stärkt. Mit diesen Erfahrungen sind die nächsten Generationen von Teams bestens ausgestattet, um das Klima-Aktionsprogramm erfolgreich zu wiederholen und weiterzuentwickeln.

Do‘s

- Ergebnisse kontinuierlich dokumentieren und aufbereiten (Text, Bild, Social Media).
- Frühzeitig Weitergabestrategie entwickeln: Wer soll erreicht werden, über welche Kanäle?
- Erkenntnisse offen teilen – auch Schwierigkeiten transparent kommunizieren.
- Website und Projektdokumentation langfristig zugänglich halten.
- Eine feste Ansprechperson für Nachfragen und Nachbereitung benennen.
- Kooperation mit Nachhaltigkeitsbüro, Kommunikationsabteilung und Lehrenden zur Verstetigung nutzen.
- Nach Projektende Feedback der Teilnehmenden einholen und öffentlich sichtbar machen.

Don‘ts

- Ergebnisse nur intern auswerten – Impulse gehen verloren.
- Projektabschluss ohne Anschlusskommunikation (Follow-up, Presse, Social Media).
- Unklare Zuständigkeiten nach Projektende.
- Fehlende Struktur in der Dokumentation – erschwert spätere Evaluation.
- Erfahrungswissen einzelner Personen nicht sichern – Wissenstransfer verhindern.

Erfolgreicher Wissenstransfer lebt von sichtbarer, kontinuierlicher Kommunikation:

Ergebnisse sollten über verschiedene Kanäle gestreut werden – etwa Website, Newsletter, Social Media, Lehrveranstaltungen oder Netzwerktreffen. Wichtig ist, Erfolge und Herausforderungen gleichermaßen zu zeigen, um Glaubwürdigkeit zu stärken und andere Hochschulen zum Nachahmen zu motivieren. Besonders effektiv sind visuelle Formate (Kurzvideos, Infografiken, Story-Posts), die komplexe Inhalte niedrigschwellig vermitteln.

6. Anhang

6.1 Möglicher schematischer Ablauf eines Klima-Aktionsprogramms (Ablauf bei den Climate FUture Weeks 2025)

6.2 Beispielhafter Ablauf der Begleitkommunikation

Zeitpunkt		Aktivität / Format	Ziel / Zweck	Medium / Kanal
Täglich	Morgens	Erinnerung an die Tages-Challenges, Auswahlmöglichkeiten anzeigen	Motivation, tägliche Aktivierung der Teilnehmenden	E-Mail, App-Nachricht, Social Media, Website
	Tagsüber	Teilnehmende wählen aus, welche Challenges sie absolvieren	Flexibles Mitmachen, Selbststeuerung	App / Website / Dashboard
	Abends	Erfassung der erledigten Challenges, Punkte vergeben	Monitoring, Fortschritt sichtbar machen	App / Website / Dashboard
Wöchentlich (z.B. freitags)		Abfrage mehrtägiger Challenges, Punkteabschluss, Aktualisierung Ranglisten	Abschluss der Wochen-Challenges, spielerischer Wettbewerb	App / Website / Newsletter
Durchgängig		Feedback-Kanäle öffnen, Rückmeldungen einholen	Qualitätssicherung, Probleme früh erkennen	Online-Formular, Mail, Chat
Am Ende des Programms		Incentivierung / Belohnungen (z. B. Gutscheine, Preise)	Motivation, Dankeschön, Abschluss des Aktionsprogramms	Newsletter, Website, Social Media

6.3 Challenges der Climate FUture Weeks 2025

Ernährung

Schwierigkeit	Beschreibung
+ (leicht)	• Einen Tag vegetarisch oder vegan essen • Leitungswasser statt Flaschenwasser trinken • Regionales Obst und Gemüse einkaufen • Mittagessen in der Mensa Veggie No.1 wählen
++ (mittel)	• Eine Woche auf Fleisch verzichten • Reste kreativ verwerten (z. B. mit „Restekochen“) • Einkauf gezielt nach saisonalen Lebensmitteln planen • Eine Mahlzeit mit geretteten Lebensmitteln zubereiten
+++ (herausfordernd)	• Wünsch Dir was! Der Mensaleitung eine vegane oder Planetary Health Diet-Aktionswoche vorschlagen • Eigene Lebensmittel-Abfallbilanz führen und reduzieren • Freund:innen oder WG-Mitbewohner:innen für gemeinsames klimafreundliches Kochen motivieren

Konsum

Schwierigkeit	Beschreibung
+ (leicht)	• Heute nichts Neues kaufen • Reparieren statt neu kaufen • Kleidung aus zweiter Hand tragen • Newsletter abbestellen, die zu Spontankäufen verleiten
++ (mittel)	• Eine Woche lang keine Onlinebestellungen • Leihen, Tauschen oder Teilen statt Kaufen • Konsumfreie Freizeitaktivität umsetzen • Nachhaltige Alternativen zu Anschaffungen an meiner Hochschule vorschlagen (z. B. faire Materialien, Mehrweg)
+++ (herausfordernd)	• Eigene „Buy Nothing Week“ durchführen • Nachhaltigkeitsbilanz der eigenen Konsumgewohnheiten erstellen • Eine Challenge im Team: gemeinsam Konsum reduzieren

Mobilität

Schwierigkeit	Beschreibung
+ (leicht)	• Kurze Strecken zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurücklegen • Öffentliche Verkehrsmittel statt Auto nutzen • Fahrgemeinschaften bilden • CO_2-Ausstoß der täglichen Wege berechnen
++ (mittel)	• Idee für nachhaltige Mobilität einbringen (z. B. Fahrradabstellplätze, Sharing-Angebote) • Alternative Wege zur Uni testen (Rad, ÖPNV, E-Scooter) • Geschäftsreisen oder Dienstwege kritisch prüfen • Fahrten kompensieren (z. B. über atmosfair)
+++ (herausfordernd)	• Eine Woche komplett autofrei • Pendelstrecken dauerhaft umstellen • Nachhaltiges Mobilitätskonzept für das eigene Team oder Institut entwickeln

Energie

Schwierigkeit	Beschreibung
+ (leicht)	• Geräte ausschalten statt Standby • Einen Bereich mit hohem Energieverbrauch an der Hochschule mit konkreter Einsparidee melden • Licht aus in nicht genutzten Räumen • Heizung um 1 °C senken
++ (mittel)	• Eine Woche gezielt Stromsparer:innen-Tagebuch führen • Bildschirmhelligkeit und Geräteeinstellungen optimieren • Wasserverbrauch beim Duschen oder Spülen reduzieren
+++ (herausfordernd)	• Energiebilanz des eigenen Arbeitsplatzes oder Haushalts erstellen • Gemeinsam mit anderen ein „Energiesparprojekt“ umsetzen • Nachhaltige Energiequellen recherchieren und Umstieg prüfen

Hier findest du alle Challenges auch online:

Scan me

https://www.fu-berlin.de/sites/nachhaltigkeit/stabsstelle/Innovationsmanagement/labs/climate/challenges/index.html

6.4 Nützliche Links & Ressourcen

Durchgeführte Klima-Aktionsprogramme an Hochschulen in Berlin:

FU Climate Challenge 2022:
https://www.fu-berlin.de/sites/climate-challenge/index.html

TU Climate Challenge 2023:
https://climate-change.center/toolbox/climate-challenge/

FU Climate Challenge (Climate FUture Weeks) 2025:
https://www.fu-berlin.de/sites/nachhaltigkeit/stabsstelle/Innovationsmanagement/labs/climate/index.html

Hilfreiche Tipps & Links:

Transformatives Bildungsangebot für wirksamen Klimaschutz in ganz Deutschland:
https://www.climatechallenge.de/#die-challenge

Netzwerk & Ressourcen für Nachhaltigkeit an Hochschulen:
https://netzwerk-n.org

Greening Universities Toolkit V2.0:
https://www.unep.org/resources/toolkits-manuals-and-guides/greening-universities-toolkit-v20

Net Zero on Campus Toolkit
https://www.netzerocampus.solutions/toolkit-1?utm_source=chatgpt.com

Autor:innen

Name	Fachbereich	Universität
Prof. Dr. Karola Bastini	Professorin für Unternehmensreporting	Hochschule Heilbronn (Campus Schwäbisch Hall)
Hannah Bohrer	Praktikantin und Studentin, Gesundheitspsychologie, Psychologisches Institut	Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg
Dr. Antonia Domke	ehem. Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Arbeitsbereich Gesundheitspsychologie, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie	Freie Universität Berlin
Jorrit Holst	Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut Futur, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie	Freie Universität Berlin
Prof. Dr. Stephan Heinzel	Professor für Klinische und Biologische Psychologie, Fakultät Erziehungswissenschaft, Psychologie und Bildungsforschung	Technische Universität Dortmund
Dr. Jan Keller	Professor für Gesundheitspsychologie, Psychologisches Institut Professor für Gesundheitspsychologie, Arbeitsbereich Gesundheitspsychologie, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie	Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg Freie Universität Berlin
Janine Krüger	Mitarbeiterin, Zentraleinrichtung Hochschulsport	Freie Universität Berlin
Katharina Lenz	Mitarbeiterin, Referat Personalentwicklung und Ausbildung, Zentrale Universitätsverwaltung	Freie Universität Berlin
Prof. Dr. Jana Möller-Herm	Professorin für Strategisches Management, Institut für Theorie und Praxis der Kommunikation	Universität der Künste Berlin
Dr. Stefan Petri	Leiter der Zentraleinrichtung Studienberatung und Psychologische Beratung	Freie Universität Berlin
Clara Schwedler	Studentische Mitarbeiterin, Arbeitsbereich Gesundheitspsychologie, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie	Freie Universität Berlin
Siiri Tunn	Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Arbeitsbereich Gesundheitspsychologie, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie	Freie Universität Berlin
Dr. Catalina Wache	Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Marketing Department, Fachbereich Wirtschaftswissenschaft	Freie Universität Berlin

Lillian Wache, Booklet Design & Illustrationen

Gefördert durch die Stabsstelle Nachhaltigkeit und Energie der FU Berlin.