



Integratives Projekt Österreich: Leben und Wirtschaften, regionale Identitäten und Projekte des Global Change

Sigrid Kerschbaumair und Pascal Goeke

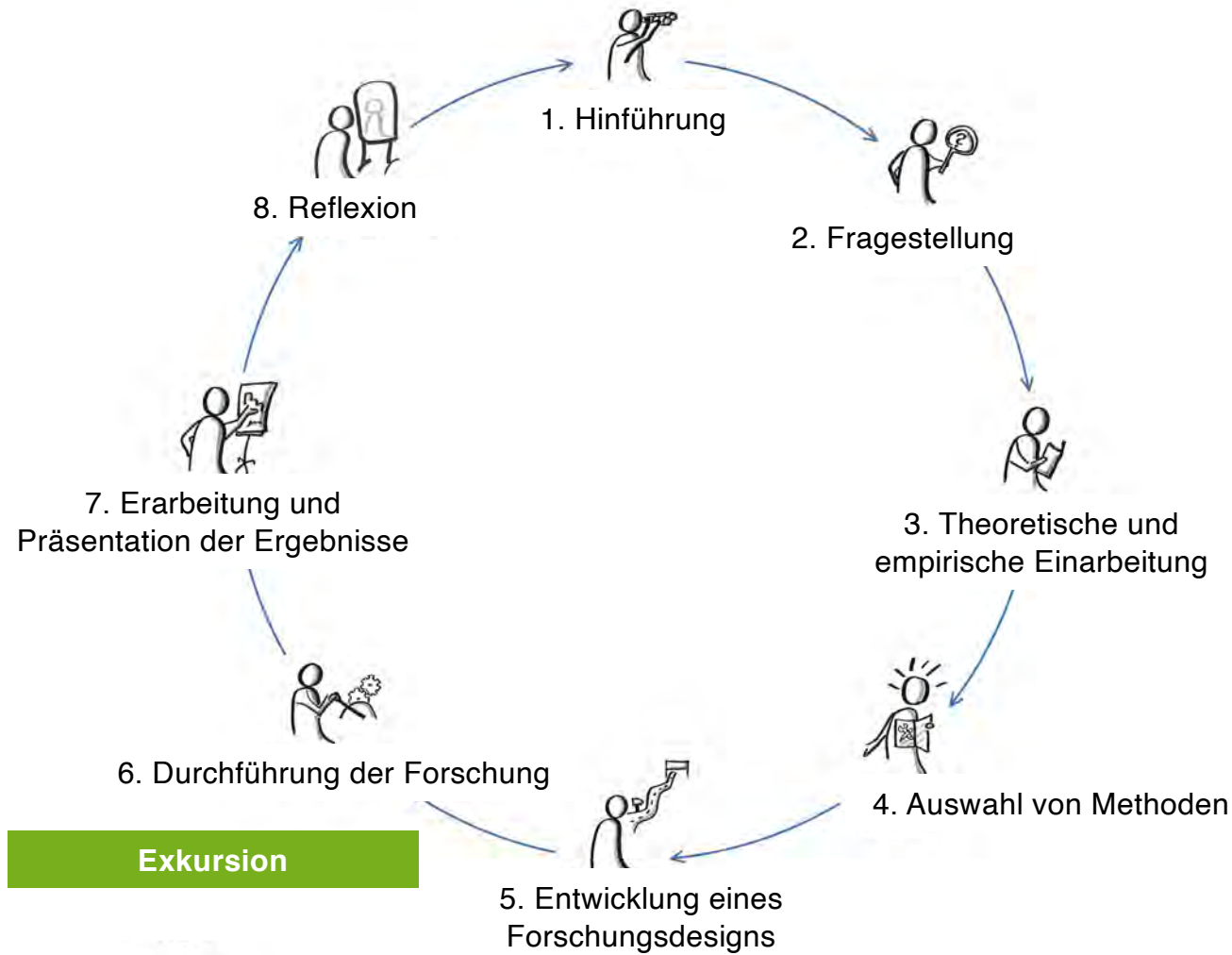
Ziele der Vorbesprechung

1. Kennenlernen
2. Vorstellung der Rahmendaten
3. Vorstellung des inhaltlichen Konzepts
4. Hinführung zum Thema
5. Erste Themensammlung
6. Ausblick

Rahmendaten

- Thematische und praktische Hinführung;
Donnerstag, den 17. Dezember 2020, 16:30 bis
19:00
- Inhaltliche Präzisierung und Koordination; in KW 9
- 8. bis 10. April 2021 Ostösterreich
- 2. bis 4. Mai 2012 Vorarlberg, Feldkirch
- Sollten die beiden Exkursionstermine im Frühjahr coronabedingt nicht möglich sein, so wird die Exkursion voraussichtlich in der 38. oder 39. KW stattfinden (in diesem Fall als einwöchige Veranstaltung)

Forschendes Lernen



Arbeitsschritte

- **Exploration möglicher Themen**, die vor Ort, d.h. entweder in Vorarlberg oder in Ostösterreich real angeschaut werden können und die im weiten Horizont der sozial-ökologischen Transformation stehen (bis zum 15. Jänner 2021).
- **Entwicklung eines konkreten Forschungsprojekts** zur Bearbeitung vor Ort (bis zum 19. Februar 2021).
- **Organisation und Durchführung eines Exkursionsbausteins**, bei dem alle Teilnehmer*innen einen vertieften Einblick in das von Ihnen gewählte Thema erhalten und bei dem Sie selbst Antworten auf Ihre eigene Frage finden (bis zum 20. März 2021).
- **Abschließende Verschriftlichung** Ihrer Arbeit (bis 31. Mai 2021)

Input I: Nachhaltige Nicht-Nachhaltigkeit



Vorstellungsvideo

- <https://www.youtube.com/watch?v=6HhN7kMya0c>

Input II: Postwachstumsökonomie



Postwachstumsoekonomie.de

- Niko Paech | Warum wir konsumieren und warum Konsum nicht glücklich macht
- <https://www.youtube.com/watch?v=xZv2ZuyEDRw>

Input III: Solutions Journalism



Solutions Journalism – Was ist das?

- https://www.youtube.com/watch?v=D9Jwi2i_K-M
- Weitere Beispiele
 - <https://perspective-daily.de/member/>
 - <https://www.derstandard.at/story/2000100923591/journalismus-der-loesungen-sucht>

Themengruppen – Breakout

1. Konsum & Genuss
2. Tourismus
3. Energie
4. Landschaft
5. Produktion