

Programm: 15:00-15:10: Begrüßung ILⁱⁿ HS-Prof.ⁱⁿ Mag.^a Dr.ⁱⁿ Klaudia Singer
 15:10-16:00: Vortrag und Diskussion: "Klimawandel/Klimakrise als gesellschaftliche Herausforderung und Chance"
 (Univ.-Prof. Dr. Karl Steininger, Uni Graz, Wegenercenter für Klima- und Globalen Wandel) – Link
 16:00-16:15: Pause
 16:15-17:45: Workshops in **virtuellen** Räumen - **5 Workshops stehen zur Auswahl**

Nr.	Titel (Workshopleiter/innen)	Inhalt
W1	Warum eine Naturkatastrophe unseren Wohlstand steigert! (Mag. ^a Brigitte Wolkinger, BEd, Wegener Center – Uni Graz und PHSt; MMag. ^a Elke Knoll, PHSt)	Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) gilt als Wohlstandsindikator für ein Land. Die unbezahlte Arbeit in den Haushalten (Reinigung, Gartenarbeit, Kinderbetreuung, etc.) wird jedoch nicht mitgerechnet. Auch die Zerstörung der Natur wird darin nicht abgebildet, eine Naturkatastrophe führt sogar dazu, dass es steigt! In diesem Workshop werden die Schwierigkeiten der Bewertung von natürlichen Ressourcen und die Auswirkungen des Klimawandels auf das BIP bzw. alternativen Wohlstandsindikatoren beleuchtet. Die Funktionsweise einer Volkswirtschaft wird in einem Planspiel nachgestellt.
W2	Education für Sustainable Development (Dr. Matthias Kowasch, PHSt)	Fridays for Future – Schulstreiks für das Klima: Schüler/innen und Student/innen setzen sich für schnelle und weitreichende Maßnahmen gegen den Klimawandel ein. Diese Proteste fanden weltweit statt. Extinction Rebellion steht für zivilen Ungehorsam mit dem Ziel, Maßnahmen von Regierungen gegen das Aussterben von Tieren und Pflanzen sowie der Zerstörung von Lebensraum einzufordern. Eine Zeitungswand sowie eine Diskussionsrunde zu „Fridays for Future“ und „Extinction Rebellion“ sind die Inhalte des Workshops.
W3	Klimawandel-Wirtschaft (Mag. Michael Krobath, Umwelt-Bildungs-Zentrum Steiermark)	Unsere Wirtschaftsräume und Wirtschaftsbereiche sind untrennbar mit naturräumlichen Rahmenbedingungen verbunden, manche stärker als andere. Wechselwirkungen zwischen klimatischen Faktoren bzw. dem Klimawandel und dem wirtschaftenden Menschen sind besonders mannigfaltig und von hoher Relevanz. Dies betrifft selbstverständlich auch Österreich, sei es im Bereich der Land- und Forstwirtschaft, im Tourismus oder in der Energiewirtschaft. Im Rahmen des Workshops werden einzelne Themenbereiche aus diesem Wirkungsgefüge herausgegriffen und bearbeitet. Ein spielerischer, fachlicher Zugang zum Thema wird gemeinsam ausprobiert.
W4	Ich Tu's – Bewusstseinsbildung, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit für den Klimaschutz (Mag. ^a Andrea Gössinger-Wieser, Mag. ^a Adelheid Weiland – Land Steiermark, Klimaschutz und Energieberatung)	Der Schlüssel zur Erreichung der Klima- und Energieziele ist die Bevölkerung. Erst wenn es gelingt, die Klima-Themen breit zu platzieren und Veränderungen auch im privaten Bereich Fuß fassen, kann mit einer nachhaltigen positiven Entwicklung gerechnet werden. Mit der Ich tu's Initiative steht seit 2012 ein beständiges Informations- und Beratungsangebot für die Bevölkerung zur Verfügung. Ich tu's ist dabei nicht nur Informationsplattform, sondern gibt konkret Unterstützung bei der Umsetzung der persönlichen Klimaschutzmaßnahmen, ganz nach dem Motto "Vom Wissen zum Tun". Dabei wird auch verstärkt auf Online-Kommunikation (z.B. Facebook, Online-Klimakochbuch, usw.) gesetzt. Der Workshop zeigt wie gut Klima-Kommunikation über die Ich-tu's-Initiative des Landes funktioniert. Wo gab/gibt es Schwierigkeiten in der Kommunikation und was spricht die KonsumentInnen an/was nicht.
W5	Die Rolle des „Wirtschaftsfaktors“ <i>Social Media</i> für nachhaltige und klimaverträgliche Ernährungs- und Konsumhandlungen (Mag. ^a Dr. ⁱⁿ Ines Waldner, PHSt)	Kulturelle Kernkompetenzen im komplexen Feld der Ernährungs- und Verbraucherbildung gehören zu den Prämissen einer reflektierten, selbstbestimmten und verantwortlichen Lebensgestaltung. In einer Gesellschaft, die mit Klimawandel, Umweltkrisen, wachsenden Raten von Zivilisationskrankheiten und deren Folgen konfrontiert ist, ist es von eminenter Bedeutung, junge Menschen für Ernährung, Konsum und deren Zusammenhänge im Sinne eines nachhaltigen und ökologischen Ernährungs- und Konsumsystems zu sensibilisieren. Social Media, insbesondere die Gruppe der Influencer/innen als attraktive Multiplikator/innen für Marketingstrategien, übt einen massiven Einfluss auf das Konsumverhalten aus. Inwieweit dabei routinisierte Konsumhandlungen in Richtung einer Auswahl von Produkten mit besserer Klimaverträglichkeit langfristig transformiert werden (können), bleibt noch abzuwarten. Im Rahmen dieses Workshops werden Aspekte aus dem Social-Media-Bereich aufgegriffen, Beispiele bearbeitet und aktuelle Forschungsergebnisse dazu diskutiert.