



PROJEKT **BROSCHÜRE**

CWSEL

Über das Projekt

HINTERGRUND

Es lässt sich in der jungen Generation eine zunehmende Klimaangst beobachten, die das Wohlbefinden und die Gesundheit beeinträchtigt. Hinzu kommt das Gefühl der Ohnmacht, nicht genug unternehmen zu können, um notwendige Veränderungen selbst aktiv herbeizuführen. Dabei kann auch die junge Generation viel bewirken, das auf lange Sicht erfolgversprechend ist.

PROJEKTINHALT UND ZIELE

Das übergeordnete Ziel dieses Projektes CWSEL war, der Klimaangst und dem Gefühl, wenig gegen den Klimawandel unternehmen zu können, etwas entgegenzusetzen. Gemeinsam mit Schüler:innen erarbeiteten wir Ideen und Konzepte für Initiativen und Services, die klimafreundliches Handeln im Alltag unterstützen.

PROJEKTZIELE

1

HERAUSFORDERUNGEN VON JUGENDLICHEN IM KLIMAFREUNDLICHEN HANDELN SAMMELN

Wir identifizierten gemeinsam mit Schüler:innen die Schwierigkeiten, die ihnen im Alltag begegnen, und setzen daraufhin 3-4 thematische Schwerpunkte als Grundlage für die Ideen- und Konzeptphase.

2

KONZEPTION DIGITALER SERVICES ZUR FÖRDERUNG KLIMAFREUNDLICHEN VERHALTENS

Wie könnten digitale Services Jugendliche im Alltag zu mehr klimafreundlichem Verhalten anleiten und dabei verbundene Herausforderungen unterstützen sowie Ängste und Ohnmachtsgefühle reduzieren? Schüler:innen erarbeiten dazu Ideen und Konzepte.

3

UNTERSTÜTZUNG DURCH REGIONALE STAKEHOLDER:INNEN

Wir untersuchten, wie regionale Akteur:innen wie Gemeindevertreter:innen und lokale Betriebe bei der Umsetzung der Ideen und Konzepte unterstützen können.

4

PROTOTYPISCHE UMSETZUNG IN DER MODELLREGION WAIDHOFEN A/D YBBS

Die erarbeiteten Ideen flossen prototypisch in das Folgeprojekt ERIKA ein, unter Einbindung von Jugendlichen und regionalen Stakeholder:innen in der Modellregion Waidhofen an der Ybbs.

ABLAUF

Gemeinsam mit engagierten Schüler:innen wurden
**ZIELGRUPPENGERECHTE IDEEN ZUR BEWÄLTIGUNG
DER KLIMAKRISE** entwickelt.

Ein Beirat aus Gemeindevertreter:innen begleitete das Projekt und bewertete die Umsetzbarkeit der Ideen. In Workshops entstanden interaktive Prototypen. Vier Sommerpraktikant:innen arbeiteten aktiv am Projekt mit, und ein Workshop im SkillsCamp fokussierte sich speziell auf das Thema.

**DREI INTENSIVE WORKSHOPS MIT DEN
SCHÜLER:INNEN DER HTL WAIDHOFEN BILDETEN
DEN HAUPTTEIL, GEFOLGT VON WERTVOLLEM
FEEDBACK IN BEIRATSSITZUNGEN.**



WORKSHOPS



In unseren Workshops wurden folgende Schritte unternommen:
Zunächst identifizierten wir Themenbereiche, die besonders relevant für die Schüler:innen waren. Anhand ihrer ersten Ideen und bisherigen Erfahrungen haben wir diese Themen gruppiert und nach ihrer Wichtigkeit bewertet. Die identifizierten Themenblöcke sind:

1. Mobilität

2. Ernährung

3. Fast Fashion

4. Wasserverbrauch

5. Kreislaufwirtschaft



ERGEBNISSE

Darauf aufbauend wurden von den Schüler:innen Fragestellungen zu den jeweiligen Themen erarbeitet:

ERNÄHRUNG UND MOBILITÄT

Welche negativen Auswirkungen haben „Superfoods“ auf den CO2-Fußabdruck?

Kann man mit Ernährung einen Beitrag zum Klimaschutz leisten?

Welche Probleme gibt es im öffentlichen Verkehrsnetz in Österreich?

KONSUM UND MOBILITÄT

Warum ist Urlaub/Reisen klimaschädlich?

Gibt es ausreichende Anreize für die Nutzung klimafreundlicher Transportmittel?

Warum kann Kleidung problematisch für das Klima sein?

Wie kann man in einem wasserreichen Land Aufmerksamkeit für Wasserverschwendungen erzeugen?

Vier Schüler:innen in zwei Teams untersuchten Fast Fashion, Wasserverbrauch, Ernährung und Mobilität. Sie erstellten Personas und Anforderungen, führten einen Design-Studio Workshop durch und setzten ausgewählte Ideen in Prototypen um, die Ergebnisse wurden in einer Abschlusspräsentation vorgestellt. Zusätzlich behandelte ein separater Workshop das Thema Kreislaufwirtschaft und Prototyping für ein Theaterstück im SkillsCamp.

Auf Basis der Themenblöcke wurden **FÜNF IDEENPOSTER** mit Fakten und zwei ausgearbeiteten Ideen erstellt. Nach den FFG-Praktika und dem SkillsCamp fanden drei Workshops an der HTL Waidhofen a/d Ybbs statt. In den Workshops (1 außerhalb, 2 innerhalb des Unterrichts) nahmen 39 Schüler:innen (32 männlich, 7 weiblich) im Alter von 14 bis 18 Jahren aus unterschiedlichen Jahrgängen der HTL teil.

Neben einer Themeneinführung und einem Fragebogen zur Nachhaltigkeit wurden allgemeine Herausforderungen hierzu gesammelt. Anschließend wurde ein World Cafe mit den Ideenpostern durchgeführt und Lösungsansätze mit der Methode „How might we“ entwickelt.

DIE ERGEBNISSE WURDEN VOM PROJEKTTEAM AUSGEWERTET UND IN DIE IDEENPOSTER INTEGRIERT.





Parallel zu den Workshops haben zwei Beiratsmeetings im Winter 2023 (06.11.2023 & 11.12.2023) statt gefunden. Im ersten Meeting präsentierten wir den Beiratsmitgliedern das Projektvorhaben CWSEL sowie die Vorarbeiten. Im zweiten Beiratsmeeting stellten drei HTL-Schüler:innen die erstellten Ideenposter vor und erhielten direktes Feedback. Ein interner Workshop im März 2024 diente dazu, die Ideen auf Machbarkeit zu prüfen. Basierend darauf identifizierten wir vielversprechende Elemente für das Follow-Up-Projekt **ERIKA**, welches zu Beginn 2024 startete. Die finalen Poster wurden in einem abschließenden Online-Workshop mit ehemaligen FFG-Praktikant:innen diskutiert und präsentiert.

NACHFOLGEND WERDEN DIE IDEENPOSTER VORGESTELLT:

KREISLAUF WIRTSCHAFT

Wie fördern?

FAKten & PROBLEME

1

Definition: Produkte, Stoffe und Ressourcen werden so lange wie möglich innerhalb der Wirtschaft erhalten.

2

Die erzeugten Produkte sollen **so lange wie möglich genutzt**, wiederverwendet, repariert, aufgearbeitet und recycelt werden.

Recycling-
Baustoffverordnung =
Sicherstellung einer hohen
Qualität von anfallenden
Abfällen bei Bau- und
Abbruchtätigkeiten.

IDEE 1

! 3 Ideen in einem Stück

Das Theaterstück "Kreislaufwirtschaft" stellt innovative Ideen im Bereich Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft in drei Akten dar.

Im **ersten Akt** bestellt eine Kundin für ihren Bauschutt den Dreckssack mittels Chatbot innerhalb einer App oder Website, und tauscht sich über den optimalen Abstellort und was in den Sack rein soll aus.

Offene Frage:
Möglichkeiten für Gamification?

Im **zweiten Akt** wird der Bauschutt mithilfe von vortrainierte KI-Technologie automatisch sortiert und zur Weiterverarbeitung aufbereitet.

Offene Fragen:
Woher kommen die Daten?
Für welchen Einsatzort ist die Anwendung bestimmt?
Wie wird das Vertrauen gewährleistet/die Akzeptanz erreicht?

Im **dritten Akt** findet ein Beratungsgespräch für ein Einfamilienhaus statt, wo nachhaltige Alternativen wie begrünte Flachdächer und recyclete Bauelemente vorgestellt werden, individualisiert auf die eigenen Wünsche.

Offene Frage:
Von wem kommt das Expertenwissen?

IDEE 2

! WasteWise

App, mit der man den Müll scannen kann, den man wegwerfen will (mittels Foto und QR-Code).

• man erhält Informationen, aus welchen Bestandteilen er besteht, und was in welche Tonne gehört.

• wenn es z.B. ein Problemstoff ist, dann gibt sie Tipps für die nächste Abgabestelle.

• Wissenswertes zum Müll (wie schlecht ist dieser für die Umwelt, was sind Alternativen?)

• Gamifications als Incentive

• Tipps zur Wiederverwendung im eigenen Haushalt

• **Visualisierung:** Wieviel CO₂ wird gespart bei richtiger Mülltrennung, wieviel wird mehr ausgestoßen bei falscher Mülltrennung?

Alternativ: Kamera in Mülltonne mit einer Begleitapp, die dieselben Informationen wie oben anzeigt.

Offene Frage:

Nur ansprechend für Personen die schon bewusst Müll trennen?
Incentives für breitere Zielgruppe?

Quellen:
1 & 2: https://www.bmkgv.at/themen/klima_umwelt/abfall/Kreislaufwirtschaft/strategie.html
3: https://www.bmkgv.at/themen/klima_umwelt/abfall/recht/vor/recycling.html



ERNÄHRUNG

Wie klimafreundlicher?



FAKten & PROBLEME

1 2021 wurde in Österreich ein **Fleischkonsum** von knapp 80 kg pro Person und Jahr verzeichnet. Das ist doppelt so viel wie der weltweite Durchschnitt.

2 **Soja** ist eine der beliebtesten Fleischalternativen. In der EU ist gentechnisch-veränderter Soja-Anbau verboten. Nicht nur das bringt Vorteile für Umwelt und Klima, sondern auch deren Fähigkeit, Luftstickstoff zu binden.

“**Superfoods**” wie die Goji-Berrie, Chiasamen und Kokosöl legen zig Kilometer zurück, um in unseren Läden zu landen. Es gibt auch heimische Alternativen wie Heidelbeeren, Leinsamen und Hagebutten.

IDEE 1

! Scan&Go

Eine **Mobile-App**, womit die Rechnung eines Lebensmitteleinkaufs gescannt werden kann.

- Punkte werden für den Kauf von Lebensmitteln vergeben
- klimafreundliche Produkte = Pluspunkte
- die Klimabilanz der einzelnen Produkte wird aufgeschlüsselt
- durch die Erreichung von Zwischenzielen können Belohnungen erhalten werden
- möglicherweise Verknüpfung mit der SPAR-App
- man kann seine eigene Klimabilanz einsehen
- mit intelligenter Einkaufsliste und Rezeptvorschlägen
- Waidhofner Gutschein-Aktion um regionales Einkaufen zu pushen

Offene Frage:

Wie kann eine bestmögliche Integration mit allen Supermärkten, Produzent*innen, usw. garantiert werden?

IDEE 2

! CoolBuddy

Eine Kamera im Kühlschrank mit Begleitapp, um verschwenderischen Lebensmittel-Konsum zu reduzieren.

- Videoaufzeichnung über den aktuellen Stand des Kühlschranksinhaltes
- Digitaler Einkaufszettel (direkt in der App, über Sprachsteuerung oder durch die Kühlschrank-KI)
- gibt Tipps für saisonales und klimafreundliches Einkaufen
- gibt Rezeptvorschläge für den Inhalt des Kühlschrances

Offene Frage:

Wie geht man mit Privacy-Bedenken um? Ist die technische Machbarkeit gegeben? Erschwingliche Preise möglich?

Quellen

- 1: <https://www.derstandard.at/story/3000000190313/menschen-essen-900000-rinder-pro-ta>
- 2: <https://www.landwirtschaftleben.at/lebensmittel/soja/nachhaltigkeit/ökologische-aspekte>
- 3: <https://www.derstandard.at/story/2000080930276/lokale-alternativen-zum-weltgerieben-superfood>

FAST FASHION

Was dagegen tun?

FAKten & PROBLEME

1

Unter **Fast Fashion** versteht man die günstige Herstellung von Kleidung, damit diese wiederum billig verkauft werden kann und Menschen dadurch öfter einkaufen gehen.

2

5,8 Millionen Tonnen **Textilien** werden jedes Jahr in der EU **weggeworfen**. Das sind 11,3 kg pro Person.

3

Nur 1% des weltweit für Kleidung verwendeten Materials wird zu neuer Kleidung recycelt.

IDEE 1



Ecothreads

Eine **Mobile-App** zum Scannen von Kleidung sowohl im Geschäft als auch zu Hause. Sie bietet:

- relevante Informationen und Statistiken zum Kleidungsstück (Lieferkette, CO₂-Emissionen und Nachhaltigkeit).
- einen "digitalen Kleidungsschrank" für eine bessere Einsicht in den CO₂-Fußabdruck von bereits erworbenen Kleidungsstücken.
- das Teilen der Daten auf Social-Media per Story oder Post (Wer hat den klimafreundlichsten Kleiderschrank?)
- Gewinnspiele für den klimafreundlichsten Kleiderschrank (Belohnung)
- flexibles Einsehen in das Inventar des Kleiderschranks, um Impulskaufe zu reduzieren.
- eine Karte, die Shops mit nachhaltiger Kleidung in der Nähe anzeigen.

Offene Fragen:

Wie gelangt man an die Daten der "Big Players" (H&M, Zara uvm.)?
Wie kann vermieden werden, dass der Inhalt des digitalen Kleiderschranks als Vergleich des sozialen Standes verwendet wird?
Wie kann man die Händler*innen motivieren, teilzunehmen?
Idee kam nicht gut an: Wie kann man den digitalen Kleiderschrank ansprechender gestalten?

IDEE 2



Kleidertauschzelle

Eine **umfunktionierte Telefonzelle** zum Austausch von Second-Hand Kleidung. Mobile **Begleitapp**, die...

- den Zugang per QR-Code ermöglicht.
- ein Punktesystem für den Tausch von Second-Hand Kleidungsstücken bietet:
 - 3 Kleidungsstücke werden reingehängt = 30 Punkte
 - 1 Kleidungsstück wird rausgenommen = 15 Punkte
- *Einsicht* in den aktuellen Bestand der Zelle bietet.
- *Reservierungen* und *Einmeldungen* ermöglicht.
- Idee: Kombination mit Henry Läden vom Roten Kreuz
 - > Verwendung der Telefonzelle als Übergabeort der Kleidung
 - > Qualitätscheck erfolgt durch Mitarbeiter*innen

Offene Fragen:

Wie kann der (gute/saubere) Zustand der Kleidung garantiert werden?
Gibt es Alternativen zum QR-Code? Gleich offenlassen?

Quellen

- 1.<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fast-fashion>
- 2.https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/reset-trend_en



LUDWIG
BOLTZMANN
GESELLSCHAFT
Open Innovation in Science Center





MOBILITÄT

Wie klimafreundlicher?



FAKten & PROBLEME

1

In Österreich zählt der **Verkehrssektor** mit einem Anteil von 30% zu den Hauptemittenten von Treibhausgasen.

2

75% der Urlaubsgäste in Österreich reisen mit dem **PKW** an. Dies ist auch durch die Lage Österreichs im Zentrum Europas bedingt.

3

25% unserer täglichen Wege sind kürzer als 2,5 Kilometer.

IDEE 1



GreenCityScore

Eine **Mobile-App**, die die Umweltfreundlichkeit eines Ortes darstellt (Luftqualität, Wasserqualität, öffentliche Anbindung, Fahradverleih).

- Die Daten werden aus verschiedenen Datenquellen (Sensoren an unterschiedlichen Standorten, manuelle Eingabe von Personen) zusammengeführt.
- Zielgruppen: Familien, die ihren Urlaub planen; Reisende / Reisegruppen, die eine längere Reise zusammenstellen.

Offene Frage:

Wie kann der Mehrwert besser dargestellt werden? Eventuelle Kombination mit Greenexplorations? Ähnliche Apps?



Quellen

1. https://www.bmkk.gv.at/themen/klima_umwelt/klimaschutz/anpassungsstrategie/publikationen/n-verkehrsinfrastruktur-im-klimawandel.html
2. <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus/tourismopolitische-themen/tourismusmobilitaet/trends.html>
3. https://www.bmkk.gv.at/themen/klima_umwelt/klimaschutz/aktives-handeln/tipps/klimafreundl._unterwegs.html

IDEE 2



GreenExplorations



Eine **Mobile-App**, die eine Reiseplanung für klimafreundlichen Urlaub ermöglicht.

Sie bietet:

- **länderübergreifende Funktionalität (nightjet, interrail).**
- eine Inkludierung von öffentlichen Verkehrsmitteln, Radverleih, E-Autovermietungen und Unterkünften.
- ein Angebot an Aktivitäten am *Urlaubsort*, die die Umwelt nicht unnötig belasten.
- Pakete (ähnlich wie Hofer-Reisen) mit flexiblen Auswahlmöglichkeiten für Waldhofen und Umgebung an.
- Angebote für einige Zielgruppen (Familien, ältere Menschen, Sportler*innen).

Offene Frage:

Anreize zur Nutzung, weil wahrscheinlich viel höhere Kosten?
Fokus auf eine spezifische Region?

WASSERVERBRAUCH

Wie reduzieren?



FAKten & PROBLEME

1

Der durchschnittliche direkte Trinkwasserverbrauch in Österreichs Haushalten beträgt ca. 130 Liter pro Tag und Kopf.

2

Der tägliche indirekte Wasserverbrauch pro Person liegt bei 3.800 Litern (globaler Durchschnitt). In Österreich liegt der Durchschnitt bei 4.700 Liter pro Kopf.

3

Der gesamte jährliche Wasserbedarf in Österreich beträgt ca. 3,14 km³ (entspricht 105 Millionen Swimming Pools).

IDEE 1

! Hydrosense

Eine Mobile-App, die

- Livetracking des Wasserverbrauchs im Haushalt ermöglicht.
- Wasserstatistiken auf verschiedenen Geräten anzeigt.
- auf Einsparpotenziale hinweist.
- Online-Vergleiche des Wasserverbrauchs mit anderen Haushalten anbietet.
- Filter bietet, zur besseren Differenzierung der Haushalte:
Besitz jemand ein Pool, großen Garten = höherer Wasserverbrauch
Anzahl der Personen im Haushalt

Offene Fragen:

Wie kann das Interesse für den Wasserverbrauch im eigenen Haushalt geweckt werden?

Wie kann Gamification in die Applikation eingebracht werden?

Smart-Home wird vorausgesetzt, gibt es eine billige Alternative/Gadget, um trotzdem ein Livetracking zu ermöglichen?

IDEE 2

! Öffentlicher Wasserfall

Eine Kunst-Installation im öffentlichen Raum, die den aktuellen Wasserverbrauch in der Stadt darstellt.

Idee: Wanderinstallation, die von Gemeinde zu Gemeinde wandert, einmal im Jahr für ein paar Wochen.

Vor Ort mit Infoscreens ausgestattet, die

- Wasserspar-Tipps bieten.
- ähnliche "Wasserfälle" in anderen Orten visualisieren.

Es soll der Wasserverbrauch der Stadt und ihrer Einwohner*innen dargestellt werden, die Industrien werden bewusst nicht miteinberechnet. Ev. eine eigene Kategorie für Unternehmen und Industrie.

Offene Fragen:

Wie kann man den Zweck der Installation besser kommunizieren?

Wie kann der Benefit der Installation kommuniziert und visualisiert werden?

Eventuell den Brunnen weglassen und ganz digitalisieren, wenn ja wie?

Quellen:

1. <https://info.bmwi.gv.at/themen/wasser/wasser-oesternich/zahlen/trinkwasserverbrauch.html>
2. <https://www.umweltbundesamt.at/news/22063#text=Zum%20Vergleich%20der%20Direktverbrauch%20Wasserverbrauch,A,700%20Liter%20pro%20Kopf%20aus%20und%20https://www.theworldcounts.com/challenges/planet-earth/freshwater/how-much-water-do-i-use-a-day>
3. <https://info.bmwi.gv.at/themen/wasser/nutzung-wasser/wasserversorgung/Trinkwasser.html>



LUDWIG
BOLTZMANN
GESELLSCHAFT
Open Innovation in Science Center

Ifh///
st. pölten

ZUSAMMENFASSUNG DER IDEEN UND ELEMENTE FÜR DAS PROJEKT ERIKA



Ein großer Punkt stellt die Gamification dar. Ein wichtiges Element sind Ziele, die erfüllt werden können. Dies können größere Gesamtziele sein, aber auch Zwischenziele. Es braucht eine klare Zielstellung, welche erreicht werden muss, sowie auch den Weg dorthin. Beispiele können der Kauf bestimmter saisonaler oder regionaler Lebensmittel sein, oder das Erreichen eines möglichst klimafreundlichen Einkaufs. Eine weitere Methode ist das Sammeln von Punkten, welche zur Motivation anregen soll. Beispiele hierfür wären das Einsparen von Wasser beim Duschen, das Nutzen einer Abfallerkennungsapp, der Kauf von klimafreundlicheren Produkten, oder das Eintauschen/Kauf von Second Hand Kleidung. Neben Punkten spielen Belohnungsmechanismen und Incentives wie Gutscheine oder Gewinnspiele eine Rolle. Das Besuchen eines Theaterstücks über Kreislaufwirtschaft wird mit einem Gutschein für eine kostenlose Beratung zum Hausbau belohnt.

Weitere Beispiele wären Gewinnspiele für besonders klimafreundliche Kleiderschränke oder Lebensmitteleinkäufe. Außerdem können Leaderboards eine Rolle spielen, indem z.B. Personen, Haushalte oder Gemeinden sich in verschiedenen Kategorien wie dem Wasserverbrauch vergleichen können.

Ein weiteres Element sind Vorschläge und Tipps zu verschiedenen Themen. Dies können u.a. Rezepte, Tipps zur Haltbarkeit von Lebensmitteln, der Wiederverwendung von Abfall im eigenen Haushalt oder zum Wasserverbrauch sein. Neben diesen spezifischen Elementen sind auch Informationshappen im Stil von Facts and Figures eine Möglichkeit Informationen an Nutzer:innen zu bringen. Beispiele können das korrekte Abfallsammeln von A bis Z, die Erklärung von Zero Waste oder das Aufzeigen von Alternativen gegen mehr Abfall beim nächsten Einkauf sein.

Daneben wären Statistiken wie die Lieferkette, CO₂-Emissionen oder allgemein zur Nachhaltigkeit denkbar. Hier soll vor allem Information in möglichst kleinen Portionen den Nutzer:innen zur Verfügung gestellt werden. Bei allen Themen soll auch Expert:innenwissen miteinfließen.

Daneben gibt es noch das Element der zeitlichen Aspekte.

Hiermit sind z.B. Thementage gemeint, wo es zu jedem Wochentag ein spezielles Motto gibt, wie den Fashion Friday oder Waste Wednesday. An diesen Tagen sollen dann gezielt Informationen und Content, aber auch Angebote und Gamification Elemente über den Service ausgespielt werden.



Weiters ist in dieser Kategorie der Punkt Erinnerungen genannt. Hierunter fallen z.B. die Erinnerung an den Reparaturbonus bei kaputten Haushaltsgeräten oder der Abholplan der verschiedenen Abfalltonnen.

Zusätzlich gehören unter zeitliche Aspekte noch Angebote und Rabatte, diese können z.B. tagesabhängig, saisonal oder auch uhrzeitbedingt sein. Auch eine Möglichkeit wären hier Mengenrabatte im Falle von z.B. Kleider Packages von Outfits in Henry Läden. Außerdem fallen allgemein saisonale Aspekte in diese Kategorie. Ein klimafreundlicher Einkauf mit saisonalen Produkten oder bestimmte saisonale Second Hand Kleidung kann besonders behandelt werden.

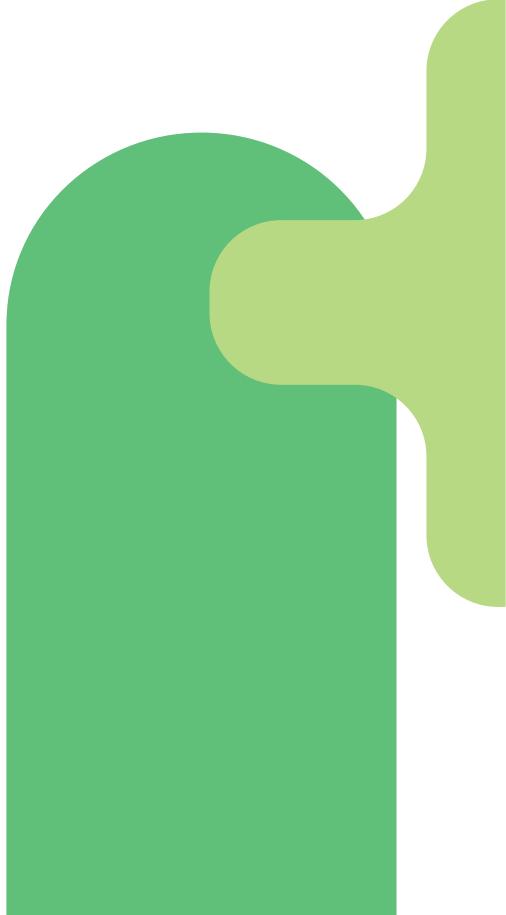
Als wichtiges Element wird auch der Content erachtet. Hier befindet sich z.B. DIY-Content, welcher Möglichkeiten zeigt bestimmten Abfall noch weiter im Haushalt zu verwerten, sei es künstlerisch oder auch anders nützlich. Eine neuere und einflussreiche Quelle, um Content zu erstellen und verbreiten, können Content Creator und Influencer sein. Diese erstellen neuen Content und promoten diesen, während sie quasi als Verbindungsglied zu den Nutzer:innen stehen. Allgemein sind Social Media Einbindungen wichtig, um Content zu verbreiten.

Um Daten oder Informationen interessant zu präsentieren, stellen

Live-Visualisierungen verschiedenster Art eine Möglichkeit und somit ein Element dar. Hierzu gehören z.B. die Visualisierung von Luftverschmutzung, CO₂-Emissionen und die Aufschlüsselung der Klimabilanz von Einkäufen, aber auch Interaktive Installationen, wie ein echter Wasserfall mit unterschiedlichen Wasserständen, je nach Wasserverbrauch der Stadt. Neben Visualisierungen gehören Maps und die Navigation auf diesen als Element dazu. Beispiele wären das Anzeigen von lokalen Lebensmittelproduzent:innen und -läden, wie auch von Second Hand Geschäfte z.B. der Henry Läden. Als weiteres Element für einen digitalen Service können digitale Inventare, welche eine physische Sammlung von Gegenständen digital abbilden, eingesetzt werden. Hierzu gehören digitale Kleiderschränke, Kühlschränke oder Vorratsräume.

Ein großes Element repräsentiert KI. Hierunter fallen verschiedene Anwendungen wie Chatbots zur Kommunikation wie u.a. zur Verwertung von Baustoffen, die automatische Erkennung von Gegenständen wie Abfall oder auch intelligente Listen wie

Einkaufslisten basierend auf Kühlsrankinhalt und gewählten Rezepten. Auch hierzu gehört die Sprachsteuerung als Element. Diese kann vielfältig eingesetzt werden wie z.B. zur Steuerung eines intelligenten Kühlschranks und Erstellung von Einkaufslisten.





LUDWIG
BOLTZMANN
GESELLSCHAFT
Open Innovation in Science Center



UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

DAS PROJEKTTEAM bestand aus Florian Taurer (Projektleitung), Gernot Rottermanner, Christian Jandl, Lena Baumgartner und Nora Righthaler.

Gestaltet wurde die Broschüre von Lena Baumgartner und das Projekt CWSEL wurde von der Ludwig Boltzmann Gesellschaft im Rahmen des Calls PPIE Exploration gefördert.

IMPRESSUM

Herausgeber

Fachhochschule St. Pölten, Campus-Platz 1, 3100 St. Pölten

Inhalt: Florian Taurer

Layout: Lena Baumgartner

Lektorat: Nora Righthaler, Gernot Rottermanner

Erste Auflage, erstellt im Mai 2024