

# Science café *feat.* TIS

EURAC

**07.09. - 21.09.2011**  
**ORE 20.30 UHR - EURAC/8Z**  
**HTTP://TOWER.EURAC.EDU**  
*with music!*



## EURAC SCIENCE CAFÉ *feat.* TIS 2011

Eine lockere Diskussion über wissenschaftliche und wirtschaftliche Themen und Technologien. Außerdem: Red Tower Drinks, Musik von den Sieger-DJs unseres Wettbewerbs Sounds of Science und Live-Cartoons von Rudi.

Was vom Sommer übrig bleibt, können Sie bei den EURAC science cafés *feat.* TIS genießen, und sich so ganz nebenbei mit Experten zu aktuellen Themen austauschen. Mittwoch, 7., 14. und 21. September, jeweils 20.30 Uhr, in der EURAC.

Rilassate conversazioni di scienza, tecnologia e mercato, un rinfrescante drink Red Tower, la musica dei Dj selezionati dal concorso Sounds of Science e le vignette di Rudi. Trascorrete gli ultimi scampoli di estate agli EURAC science café *feat.* TIS. Per informarvi, confrontarvi, incontrare esperti e curiosi.

Mercoledì 7, 14 e 21 settembre, alle ore 20.30, in EURAC.



**EURAC**  
research

**07.09.2011**

Mittwoch/Mercoledì ore 20.30 Uhr

**SAG MIR WAS DU ISST.**

*Ich sag dir, ob du verschmutzt*

Was wir essen, schadet mitunter unserer Umwelt. Landwirtschaft, Viehzucht, Lebensmittelverarbeitung, Verpackung und Vertrieb, all das kann unseren Planeten belasten. Wie sehr, das kann nicht nur gemessen, sondern auch beeinflusst werden. Hierzu müssen Konsumenten über den Lebenszyklus von Nahrungsmitteln informiert werden, also beispielsweise beim Saatgut, das für das Viehfutter einer Kuh verwendet wird, deren Milch wir trinken. Deshalb versuchen Experten – nicht ohne Schwierigkeiten – Kennzahlen zu entwickeln, die ökologisch vertretbare Produkte ganz klar definieren. Welchen Produkten können wir trauen? Jenen, die lokal hergestellt werden oder jenen, die ein ökologisches Label tragen? Heißt ökologisch korrekt auch immer gleich gesünder?

**DIMMI COSA MANGI.**

*Ti dirò se inquinì*

I cibi di cui ci nutriamo sono potenziali fattori di inquinamento. La coltivazione o l'allevamento, la lavorazione, l'impacchettamento e la distribuzione che li ha portati fin sulle nostre tavole non sono senza conseguenze per l'ambiente. Ma questo impatto si può misurare e ridurre. I consumatori devono conoscere bene il ciclo di vita degli alimenti fin dal principio, fin dalla semente del foraggio che mangia la mucca che mungiamo per avere il latte. Gli esperti stanno anche definendo, non senza difficoltà, etichettature per garantire i prodotti ecologicamente sostenibili. Sono efficaci? Di quali prodotti possiamo davvero fidarci? Delle certificazioni o dei prodotti regionali? Più ecologico è anche più sano?

mit Ihnen diskutieren / se ne parla con

**THOMAS STREIFENEDER**

Geograf – EURAC-Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement  
Geografo – Istituto per lo Sviluppo Regionale e il Management del Territorio dell'EURAC

**WOLFGANG PEKNY**

Umweltaktivist – Wien  
Attivista ambientale – Vienna

**ULLI WALLNÖFER**

Unternehmer – PUR Südtirol – Der Genussmarkt – Lana  
Imprenditore – PUR Südtirol – Il mercato dei sapori – Lana

es moderiert / modera

**SUSANNE POELCHAU**

Radiomoderatorin – Bayerischer Rundfunk – München  
Conduttrice radiofonica – Bayerischer Rundfunk – Monaco



Programm/programma: Valentina Bergonzi, Manuela Secco  
Organisation/organizzazione: Cinzia Bettella, Manuela Secco  
Texte/Testi: Valentina Bergonzi, Sigrid Hechensteiner  
Kommunikation/Komunicazione: Laura Defranceschi, Stefanie Gius, Daniela Mezzena, Elena Munari

**14.09.2011**

Mittwoch/Mercoledì ore 20.30 Uhr

**BEHINDERUNG UND BUSINESS.**

*Weit mehr als Solidarität*

Laut Istat leben in Italien rund 2,6 Millionen Menschen mit besonderen Bedürfnissen. Viele von ihnen werden täglich mit Barrieren konfrontiert, sind aber dennoch in der Lage am wirtschaftlichen Leben teilzunehmen – als Mitarbeiter, aber auch Unternehmer oder Kunden. Ihr Arbeitsmarkt ist breit gefächert und reicht von herkömmlichen Firmen bis hin zu sozialen Unternehmen, die auf Business aus sind. Menschen mit Behinderungen sind nämlich auch Konsumenten von Dienstleistungen und Produkten, die eigens auf ihre besonderen Bedürfnisse hin entwickelt und vermarktet werden. Der Behindertentourismus etwa eröffnet ganz neue soziale und wirtschaftliche Möglichkeiten. Welche sind das genau? Wie funktionieren Reiseführer für Blinde und Gehörlose? Gibt es andere Beispiele?

**DISABILITÀ E BUSINESS.**

*Oltre la solidarietà*

Secondo l'Istat in Italia sono circa 2,6 milioni le persone con bisogni speciali. Certo, gli ostacoli da superare non mancano, ma almeno parte di queste persone può partecipare a pieno titolo ad attività redditizie: in veste di lavoratori e/o imprenditori e in veste di clienti. Attraverso l'inclusione nel mondo del mercato del lavoro, con l'inserimento in aziende tradizionali o in imprese sociali volte al business. E anche come fruitori di servizi e prodotti progettati, realizzati e commercializzati per venire incontro alle disabilità. Il turismo accessibile, ad esempio, può diventare un'opportunità sociale ed economica. Come funzionano le guide per sordi e ipovedenti? Quali altri esempi ci sono?

mit Ihnen diskutieren / se ne parla con

**JAN VAN DER BORG**

Wirtschaftswissenschaftler – Universität Ca' Foscari – Venedig  
Economista – Università Ca' Foscari – Venezia

**STEFAN HOFER**

Präsident des Dachverbandes für Soziales und Gesundheit – Brixen  
Presidente della Federazione per il sociale e la sanità – Bressanone

**DAVIDE CERVELLIN**

Unternehmer – Tiflosystem – Trient  
Imprenditore – Tiflosystem – Trento

es moderiert / modera

**SIMONA REGINA**

Wissenschaftskommunikatorin – SISSA – Triest  
Comunicatrice della scienza – SISSA Trieste



in Zusammenarbeit mit / in collaborazione con  
**TRENTINO SVILUPPO**

Grafik/grafica: Elisabeth Aster  
Fotos/Foto: Annelie Bortolotti, Matthias Mülhberger  
Technik/Tecnica: Agostin Craffonara  
Videos: Fabio Dalvit  
Musikalisches Programm/Programma musicale: Matthias Mülhberger

**21.09.2011**

Mittwoch/Mercoledì ore 20.30 Uhr

**RETTUNG INBEGRIFFEN.**

*Einsatz in den Bergen als touristisches Marketing*

Südtirol verfügt über ein erstklassiges Bergrettungssystem. Jährlich werden Hunderte von Einsätzen gemacht: schnell, hochprofessionell und zunehmend mit Hilfe von innovativen Technologien. Auch der Informationsdienst zur Sicherheit und den Gefahren in den Bergen ist vorbildhaft. So vorbildhaft, dass dieses Angebot sicherlich auch ausgebaut werden könnte, um noch mehr Touristen anzulocken. Etwa nach dem Motto: Besuchen Sie Südtirol, üben Sie Sport (auch Extremsport) aus, amüsieren Sie sich, und wir wachen über Sie. Gibt es derlei touristische Angebote schon? In Südtirol oder anderswo? Was passiert in Kanada mit den Heliski Tours? Was sagen Marketingexperten dazu? Was die Retter?

**SOCCORSO INCLUSO.**

*Pronto intervento in montagna e marketing turistico*

L'Alto Adige può contare su un sistema di soccorso in montagna di prim'ordine. I numerosi interventi portati a termine ogni anno vengono svolti con rapidità e con tecniche sempre più innovative. Anche il servizio di informazione sulla sicurezza è invidiabile. Tanto che si potrebbe pensare che questa offerta possa essere una caratteristica ben spendibile per attrarre ancora più turisti: venite in Alto Adige, fate sport (anche estremo), vi divertite e noi vegliamo su di voi. Esiste già questa voce nei pacchetti turistici? Si usa in altri paesi? Cosa succede ad esempio in Canada con l'heliski? Cosa ne pensano i rappresentanti del mondo del marketing? Cosa i soccorritori?

mit Ihnen diskutieren / se ne parla con

**ANDREAS WÜRTELE**

Experte für Alpine Sicherheit und Tourismusmarketing – Innsbruck  
Esperto di sicurezza in montagna e marketing – Innsbruck

**DAMIANO DAPUNT**

Direktor des Tourismusverbandes Alta Badia  
Direttore del Consorzio turistico dell'Alta Badia

**EMILY PROCTER**

Forscherin – EURAC Institut für Alpine Notfallmedizin  
Ricercatrice – Istituto per la Medicina d'Emergenza in Montagna dell'EURAC

es moderiert / modera

**VERENA GRUBER**

Journalistin – ORF – Innsbruck  
Giornalista – ORF – Innsbruck



in Zusammenarbeit mit / in collaborazione con  
**TRENTINO SVILUPPO**