

Urban Food & Design CHALLENGE 2022

Die Wirtschaftsagentur Wien schreibt gemeinsam mit der VIENNA DESIGN WEEK eine Challenge zum Thema Urban Food & Design aus. Die Ausschreibung richtet sich an Designer*innen und Kreativschaffende aller Sparten.

Dieses Jahr aktiviert das Format URBAN FOOD & DESIGN die Innovationskraft der Design- und Kreativszene, um Veränderungsprozesse in vier unterschiedlichen Sektoren der Lebensmittelindustrie anzustoßen. Mit der Ausschreibung konkreter Herausforderungen ermöglicht URBAN FOOD & DESIGN die Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnerunternehmen um gemeinsam innovative Designlösungen zu entwickeln.

Designer*innen können so direkt und mit Realisierungspotenzial an maßgeblichen Herausforderungen der urbanen Lebensmittelversorgung arbeiten und im Festivalprogramm der VIENNA DESIGN WEEK greifbare Leuchtturmprojekte präsentieren. Die erarbeiteten Designlösungen sind als Startpunkt langfristiger Zusammenarbeit zwischen Kreativ- und Lebensmittelindustrie gedacht.

Gesucht werden konkrete Designlösungen zu einer der von den Partnerunternehmen gestellten Herausforderung:

1. Challenge: Responsible Mass Customisation

Der Trend zum Snack löst zunehmend das in Zentraleuropa gängige 3-Mahlzeiten-Ernährungsmodell auf. Dem schnellen und unkomplizierten Konsum eines Massenproduktes steht der zunehmende Wunsch nach Individualisierbarkeit (wo, wann, wie, mit wem) der Konsument*innen gegenüber. Zunehmend wollen sie auch mit ihrem Kauf soziale und ökologisch vertretbare Entscheidungen treffen können:

- Wie können nachhaltige und individualisierte Parameter der „Snackification“ in der Zukunft aussehen?
- Wie kann der Weg von der Massenproduktion zur nachhaltigen, individualisierten Industrieproduktion gelingen?
- Wie kann das so individualisierte Produkt sowohl dem persönlichen Geschmack entgegenkommen als auch gleichzeitig nachhaltige Auswahlmöglichkeiten bieten?

Partner*in: Lorenz Snack-World

Lorenz, benannt nach seinem Gründer Lorenz Bahlsen, ist ein unabhängiges Familienunternehmen, das mit rund 3.000 Mitarbeiter*innen zu den führenden Herstellern im europäischen Snackmarkt gehört. Das Sortiment umfasst unter anderem Kartoffelchips, Erdnussflips, Salzstangen, Cracker sowie Nüsse. Bekannte Marken wie Crunchips, Rohnscheiben, Erdnusslocken, Saltlets und NicNac's, sowie die Innovationen Naturals oder Lorenz Kichererbsenchips sind in mehr als 80 Ländern der Erde erhältlich.

<https://lorenz-snacks.at>

2. Challenge: Think about the Box

Eine der größten Herausforderungen im Onlinehandel mit Frischwaren ist die Verpackung, gerade dann, wenn Produzent*innen, Händler*innen und Konsument*innen ein gesteigertes Bewusstsein für nachhaltiges und soziales Wirtschaften haben. markta hat hier bereits große Innovationsbereitschaft gezeigt: Gekühlt wird mit Schafwolle und Papier, der Karton ist wiederverwendbar, die Pfandretoure erstreckt sich bis zum Kleinbauern. Jetzt ist es Zeit für die nächsten Schritte:

- Wie kann Verpackungsdesign je nach Lieferart (same-day Hauszustellung, same-day Abholstelle, next-day Post) optimiert werden, um die verschiedenen Bedarfe (Kühlung, Bruch- und Diebstahlssicherheit, Retoure) bestmöglich zu erfüllen?
- Wie können Kund*innen kommunikativ besser in das System integriert werden bzw. welche Anreize gilt es zu setzen, damit Mehrweg nicht mit Müllentsorgung verwechselt wird?
- Wie kann die Verpackung einerseits Wissenstransfer ermöglichen und andererseits ein Gemeinschaftsgefühl von Produzierenden bis Konsumierenden schaffen?

Partner*in: markta

Die 2017 gegründete markta GmbH ist Österreichs erster digitaler Bauernmarkt, der Produkte von regionalen Familien- und Kleinbetrieben über digitale und nachhaltige Vertriebswege vom Land in die Stadt bringt. markta ist Vermittlerin zwischen ländlichem Angebot und urbaner Nachfrage. Dabei wird die gesamte Agro-Food-Wertschöpfungskette verkürzt und neu gedacht, Smart City Lösungen der Last-mile implementiert und Ernährungssicherheit sowie Biodiversität für die nächsten Generationen im Anblick des Klimawandels geschaffen.

<https://www.markta.at/>

3. Challenge: New Work in der Küche

Steigende Mieten und Fachkräftemangel wurden in den letzten Monaten noch stärker spürbar und setzen den Food-Sektor weiter unter Druck. Gleichzeitig breiten sich Trends wie New Work, Work Life Balance und Achtsamkeit zunehmend auch im Gastrobereich aus. Die Arbeit in der Küche ist körperlich anspruchsvoll und häufig ohne geregelte Pausen, mit langen Diensten auch an Wochenenden und Feiertagen. Küchen sind meistens noch immer "back of the house". Während also auf eine besondere Kund*innenerfahrung viel Augenmerk gelegt wird, wird bei der Produktion hauptsächlich auf Effizienz geachtet. Daher folgende Fragen:

- Wie können Arbeitsprozesse und Arbeitsumgebungen in der Großküche mit mehr Augenmerk auf das Wohlbefinden von Mitarbeiter*innen neu formuliert und gestaltet werden?
- An welchen Stellschrauben muss gedreht werden, um die Arbeit in der Küche effizienter, demokratischer und vereinbarer mit dem Privatleben zu gestalten?
- Welche Rolle kann Kooperation und Know How-Transfer in gemeinsam genutzten Infrastrukturen dabei spielen?

Partner*in: Herd Open Kitchen

Herd Open Kitchen macht es Food Businesses entlang der gesamten Wertschöpfungskette (farm to table) leichter durch eine sich rasch verändernde Branche zu navigieren und nachhaltige, sowie profitable Betriebe aufzubauen. Durch Bündelung von Ressourcen, Netzwerk und Know How an einem Standort reduziert Herd als Anbieter von gemeinsam genutzter Großkücheninfrastruktur Einstiegsbarrieren, Risiko und gibt Antworten, die man nicht einfach googlen kann, um Projekten den Weg zum Erfolg zu ebnen.

<https://www.herd.wien/>

4. Challenge: Children's Table — Children's Choice

Schulessen hat sein tristes Image abgestreift. Es schmeckt, ist gesund und setzt wichtige Akzente in Richtung Nachhaltigkeit. Schulen, Eltern und zunehmend auch die Kinder selbst werden in Entscheidungsprozesse eingebunden. Gourmet Kids ermöglicht den Kindern mit dem Buffetwagen eine eigenständige, freie Essensauswahl. Die Kinder-Kochwerkstatt wiederum transportiert einen spielerischen Zugang zum Kochen und Essen. Diese Ansätze gilt es anhand folgender Fragen weiterzuentwickeln:

- Wie können Kinder beim Schulessen stärker mitentscheiden?
- Was kann den Dialog zwischen Kindern, Eltern, Schule und Caterer forcieren?
- Wie kann Schulessen Teil der Ernährungsbildung sein?
- Wie kann die schulische Mittagsverpflegung verändert werden, damit sie den Bedürfnissen der Kinder besser entspricht – auch wenn Zeit und Raum oft knapp sind?

Partner*in: GOURMET Kids

GOURMET Kids ist Spezialist für Kinderernährung und verwendet einen hohen Anteil an Bioprodukten. Gekocht wird kindgerecht, möglichst natürlich und mit dem Ziel den jungen Gästen Genuss, Vielfalt und Spaß zu bieten. Das Unternehmen beliefert derzeit mehr als 2.700 Kindergärten und Schulen. Mit Initiativen wie einem für Kinder eigenständig zugänglichen Buffetwagen und der Kinder-Kochwerkstatt ermöglicht GOURMET Kids Dialog und Partizipation beim Schulessen.

GOURMET Kids ist ein Bereich des österreichischen Traditionsunternehmens GOURMET, dem Markt- und Qualitätsführer in der Gemeinschaftsverpflegung in Österreich. GOURMET ist ein Tochterunternehmen der VIVATIS Holding AG.

www.gourmet-kids.at

www.gourmet.at

Sie interessieren sich für eine Einreichung?

Die Partnerunternehmen stehen bei Ask Me Anything-Sessions für Detailfragen zur Verfügung.

Weitere Infos erhalten Sie bei den Ansprechpartner*innen der Wirtschaftsagentur Wien und der VIENNA DESIGN WEEK.

Ansprechpersonen für die Urban Food & Design Challenge:

Wirtschaftsagentur Wien

Alice Jacobasch

T + 43 1 25200 754

jacobasch@wirtschaftsagentur.at

VIENNA DESIGN WEEK

Alexandra Brückner

T +43 650 955 1111

b.a@viennadesignweek.at

Teilnahmebedingungen

Auswahl

Eine Jury aus unabhängigen Expert*innen sowie Vertreter*innen der Wirtschaftsagentur Wien und der VIENNA DESIGN WEEK, sowie Vertreter*innen der jeweiligen Unternehmen wählt pro Challenge gemäß der unten angeführten Kriterien ein Projekt aus. Die Entscheidung wird durch Stimmenmehrheit getroffen.

Bewertungskriterien

- Innovationsgrad
- Bezug zu dem jeweiligen Unternehmen, Relevanz für die gewählte Challenge
- Entwurfsqualität
- Umsetzbarkeit des Projekts
- Langfristige Werthaltigkeit für Unternehmen und Standort
- Ökologische und soziale Nachhaltigkeit, Mitdenken kreislaufwirtschaftlicher Ziele
- Qualität und Umsetzbarkeit der Integration ins Programm der VIENNA DESIGN WEEK

Umsetzung

Den von der Jury ausgewählten Projekten stehen als Honorar und zur Unterstützung der Umsetzung des Projektes auf der VIENNA DESIGN WEEK (16. Bis 25. September 2022) 3.000 Euro (inkl. USt) zur Verfügung.

Einreichung

Alle Einreichungen müssen folgende Informationen und Unterlagen enthalten:

- Vollständige Kontaktdaten der Einreicher*innen (Vorname, Nachname, ggf. Firmenname, E-Mail Adresse, Telefonnummer, Anschrift)
- Angabe der gewählten Challenge sowie kurzes Motivationsschreiben (max. 800 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Beschreibung des Projekts / Lösungsansatzes (max. 5.000 Zeichen inkl. Leerzeichen), gerne auch mit Skizzen, Visualisierungen, Grafiken, Fotos, etc.
- Kurze Schilderung (max. 2.000 Zeichen inkl. Leerzeichen) wie das Projekt bei der VIENNA DESIGN WEEK präsentiert werden könnte
- CVs der Einreicher*innen mit Darstellung bisheriger, themenrelevanter Aktivitäten
- Kostenüberblick

Alle Unterlagen sind **bis 10. Mai per E-Mail** an Alice Jacobasch, jacobasch@wirtschaftsagentur.at zu senden.

Eigentums- und Nutzungsrechte

Die Urheberrechte am ausgewählten Konzept verbleiben bei den Einreicher*innen. In einer nach der Jurierung zu schließenden Kooperationsvereinbarung werden die Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit für die Projektpräsentation bei der VIENNA DESIGN WEEK geregelt. Eine darüber hinaus gehende Zusammenarbeit zwischen den Projektpartner*innen bedarf einer gesonderten Vereinbarung.

Zeitraum

- Laufzeit der Ausschreibung: 15. März bis 10. Mai 2022
- Erarbeitung der konkreten Konzepte in Zusammenarbeit mit den Unternehmen: 23. Mai bis zum 15. September 2022
- Präsentation im Rahmen der VIENNA DESIGN WEEK: 16. bis 25. September 2022