Context Research

ARETOPIA

Themenfelder und Konzeptideen

Diego Martinez | Lisa Müller
IAD ZHdK 2013

“Impact of choices”

Planung	Einkauf	Lagern	Kochen	Essen
Decision Alternative Time Creativity Inspiraton	Information Awarenes Responsibility Descision Price Value	Packaging Durability Value	Fun Creativity Inspiration Decision Information Time	Socialising Tradition Nostalgie Place Ambiance Time

Fun

Place & Ambiance

Tradition & Nostalgia

Creativity & Inspiration

Socialising

Taste

consumers identity

sense of responsibility

Information

Awareness & Value

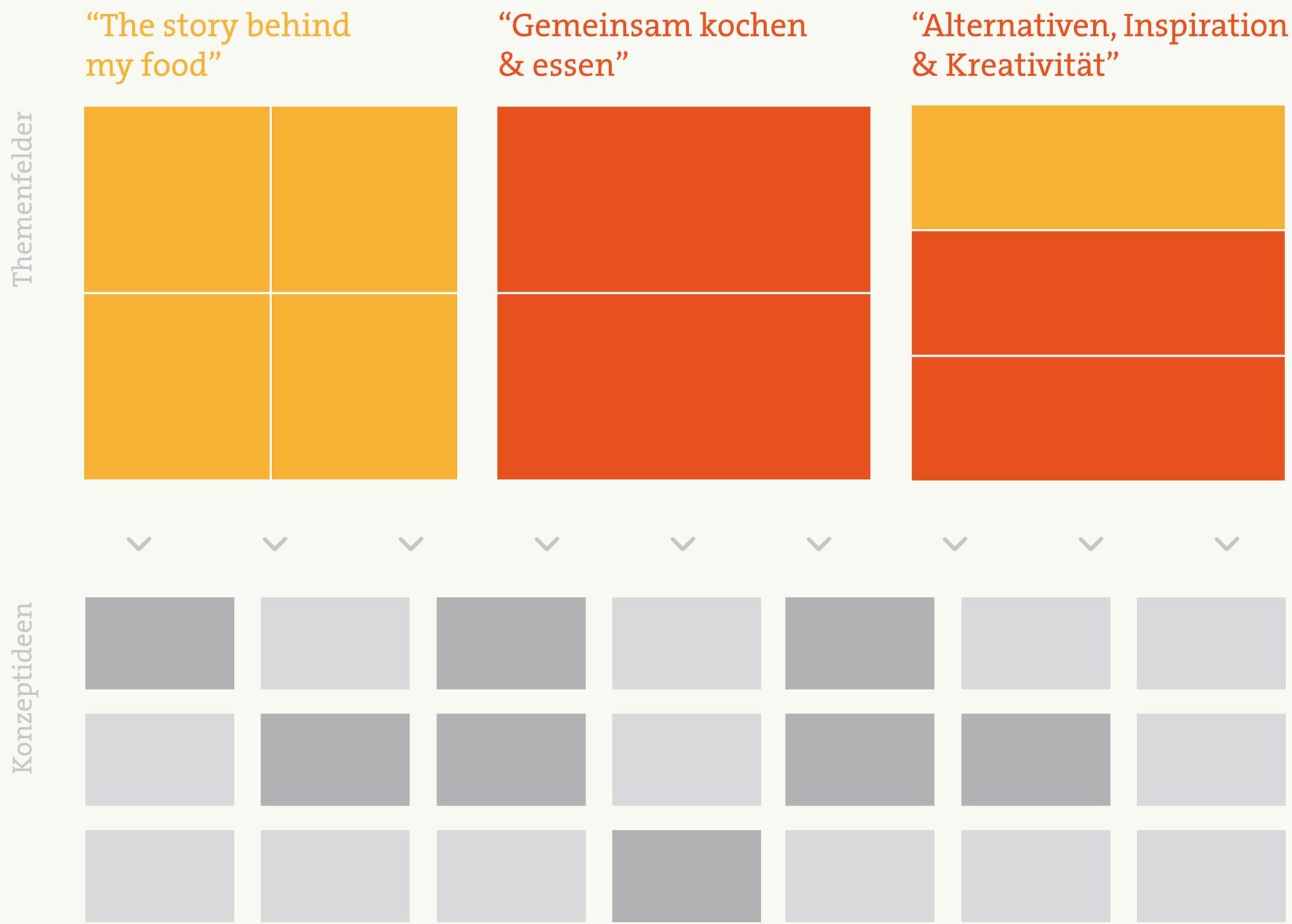
Responsibility

Decision & Alternative

Commitment

Ziele

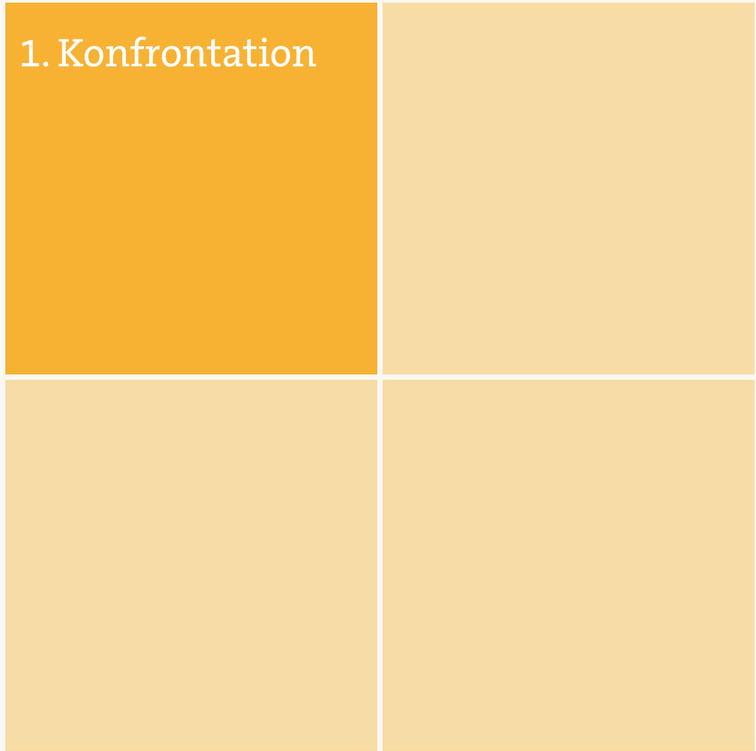
ökologische	Informieren über ökologische Bedeutung, Produktion, Herkunft Sensibilisieren für Thema „Wasserfussabdruck“ / „Virtuelles Wasser“ ökologische Problematik und Komplexität der Lebensmittelproduktion aufzeigen
gesellschaftliche, kulturelle	Bezug, Wertschätzung, Respekt, Bedacht im Umgang mit Essen steigern Wegwerfen von Lebensmitteln vermindern
individuelle	Kreativität und Neugier im Umgang mit Essen Repertoire erweitern
soziale	Lokale Vernetzung zwischen Konsumenten & Produzenten Essen als sozialer Event


“The story behind my food”
“Gemeinsam kochen & essen”
“Alternativen, Inspiration & Kreativität”
Themenfelder
Konzeptideen

Themenfelder

1 Konfrontation

"Während dem Essen, Kochen oder Einkaufen mit der Herkunft und Geschichte der Lebensmittel konfrontiert werden"



1 Konfrontation

"Während dem Essen, Kochen oder Einkaufen mit der Herkunft und Geschichte der Lebensmittel konfrontiert werden"

2 Ressourcen

"Menge an Ressourcen (Wasser, CO2) welche ich kaufe, lagere, verbrauche oder wegwerfe sichtbar machen."

1. Konfrontation	2. Ressourcen

1 Konfrontation

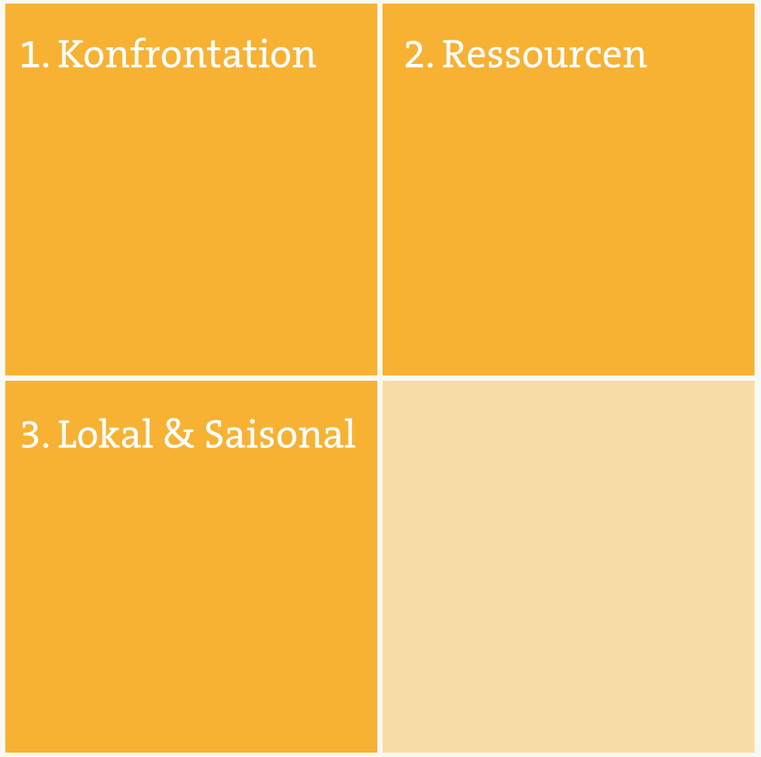
"Während dem Essen, Kochen oder Einkaufen mit der Herkunft und Geschichte der Lebensmittel konfrontiert werden"

2 Ressourcen

"Menge an Ressourcen (Wasser, CO2) welche ich kaufe, lagere, verbrauche oder wegwerfe sichtbar machen."

3 Lokal & Saisonal

"Unterstützung von lokalem & saisonalem Einkauf"



1 Konfrontation

"Während dem Essen, Kochen oder Einkaufen mit der Herkunft und Geschichte der Lebensmittel konfrontiert werden"

2 Ressourcen

"Menge an Ressourcen (Wasser, CO2) welche ich kaufe, lagere, verbrauche oder wegwerfe sichtbar machen."

3 Lokal & Saisonal

"Unterstützung von lokalem & saisonalem Einkauf"

4 Impact

"Die Auswirkungen meiner Handlung und Entscheidung an einem anderen Ort zeigen"

1. Konfrontation	2. Ressourcen
3. Lokal & Saisonal	4. Impact

5 Tele-Cooking

"Virtuell mit anderen Kochen und Essen"

5. Telecooking

5 Tele-Cooking

"Virtuell mit anderen Kochen und Essen"

6 Ecocooking-Event

"Gemeinsam ökologisch kochen und essen"

5. Telecooking

6. Ecocooking-Event

7 Einkaufsplanung & Alternativen

"Einkäufe unter ökologischen Aspekten besser planen (bessere Alternativen und Mengen)"

7. Einkaufsplanung & Alternativen

7 Einkaufsplanung & Alternativen

"Einkäufe unter ökologischen Aspekten besser planen (bessere Alternativen und Mengen)"

8 Gegebenheiten

"Aus dem Vorhandenen das Bestmögliche machen"

7 Einkaufsplanung & Alternativen

"Einkäufe unter ökologischen Aspekten besser planen (bessere Alternativen und Mengen)"

8 Gegebenheiten

"Aus dem Vorhandenen das Bestmögliche machen"

9 Alternative Arten & Orte

"Neuer, spezieller Ort bei dem die Ökologie im Zentrum steht"

7. Einkaufsplanung & Alternativen

8. Gegebenheiten

9. Alternative Arten & Orte

Konzeptideen

Lebensmittel des Tages

3 + 7

Ein saisonales Lebensmittel pro Tag als Tipp
mit Infos & Herkunftsangaben

- Zusätzliche Tipps für passende Lebensmittel
- Anzeige im Laden

Keywords	*inspiration, taste, information, decision , alternative*
Medium	*Display, App*

Virtuell gemeinsam essen

1 + 5 + 9

Ich sehe, wer gleichzeitig wie ich am Essen ist und kann Kontakt aufnehmen.

- Infos über ihr Essen / mein Essen
- Infos rund ums Essen austauschen
- Infochannel über Ökothemen

Keywords	*fun, ambiance, creativity, socialising, commitment*
Medium	*Esstisch*

Lokal und Saisonal einkaufen

3 + 7

App, um bei lokalen Bauern direkt zu bestellen

- Mögl. spontan und in der Nähe
- „fliegende Märkte“

Keywords	*nostalgie, socialising, information, responsibility*
Medium	*App, Internetplattform*

Kaufentscheide offenlegen

1 + 9

Meine Kaufentscheide im Laden für alle sichtbar machen

- Entscheidung vertreten, Commitment
- Wegleitung zu passenden Lebensmitteln
- Verbindung zu ähnlich einkaufenden Kunden

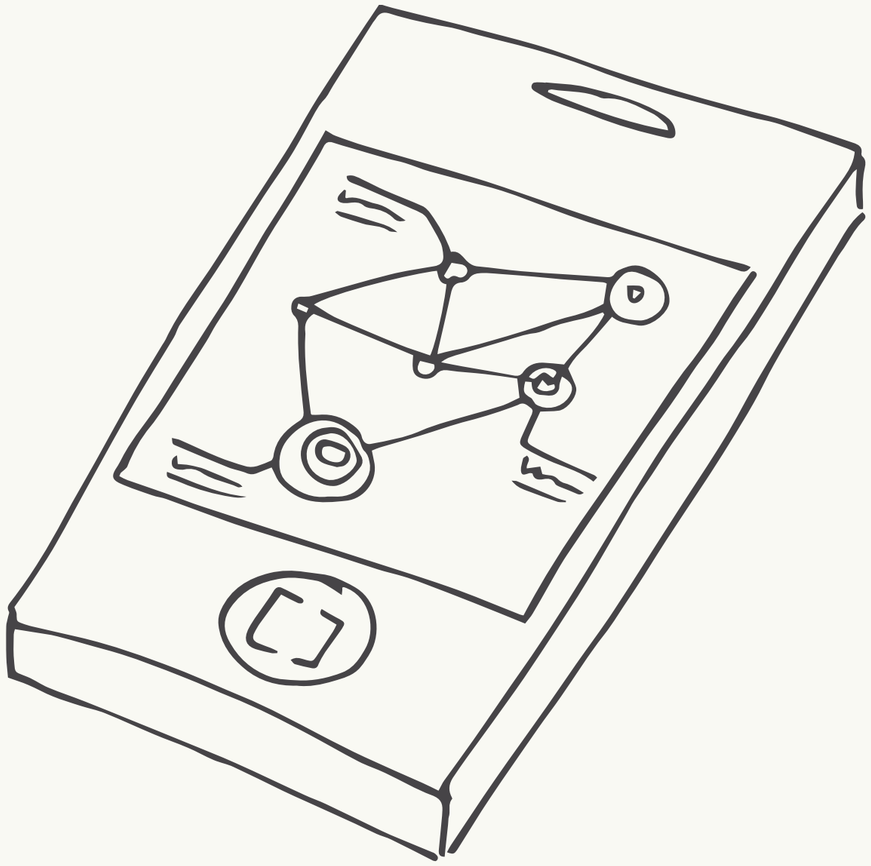
Keywords	*ambiance, socialising, information, commitment*
Medium	*Display, Projektion*

Gemeinsam Reste aufbrauchen

6 + 8

Jeder kann posten, was er grad für Reste oder Lebensmittel hat. So findet man zusammen um gemeinsam zu kochen und zu essen.

- zufällige Zuordnung zu anderen
- ortsabhängig, d.h. Sommer auch z.B. im Park
- neue Leute kennenlernen
- nur passende Lebensmittel?



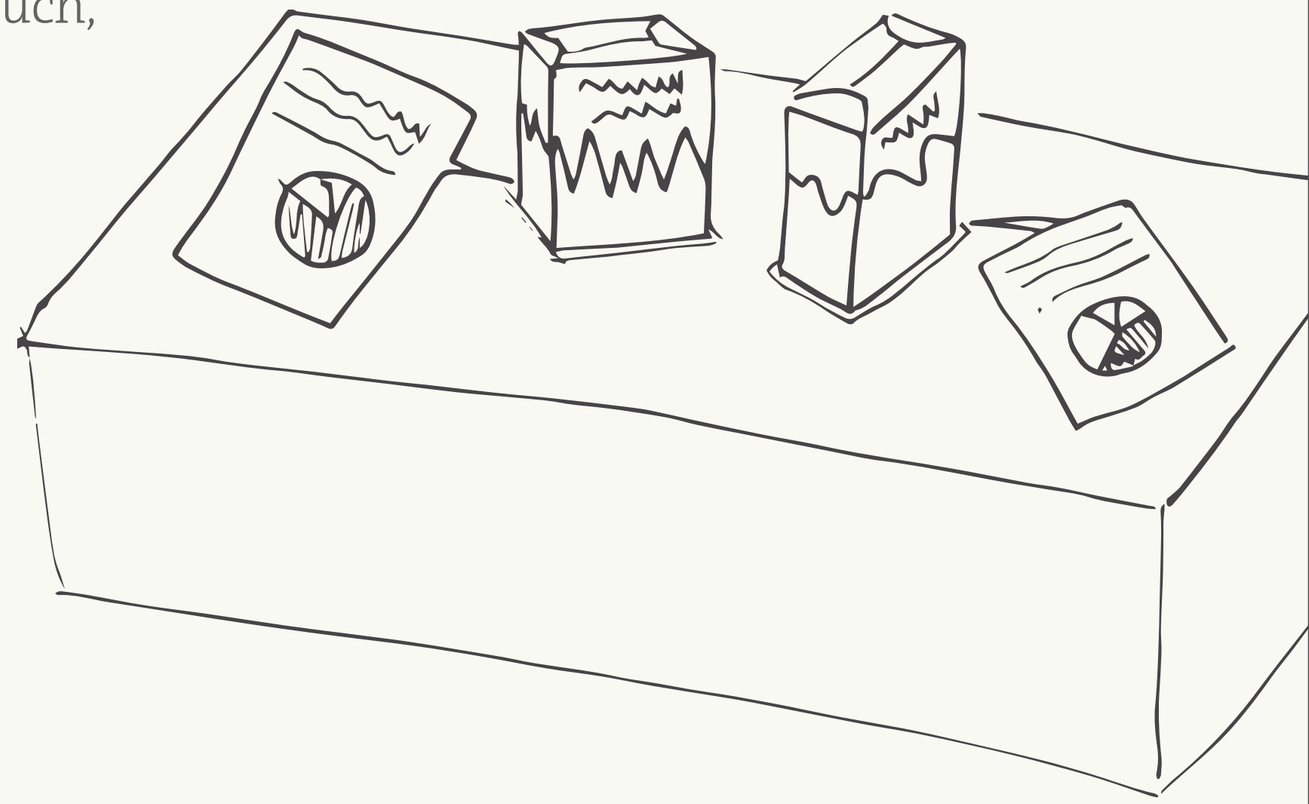
Keywords	*fun, tradition, socialising, creativity, taste*
Medium	*App, Plattform, Event*

Ladentisch

1 + 4

Interaktiver Ladentisch, der einem die Unterschiede zwischen identischen Produkten zeigt (Hersteller, Herkunft, Wasserverbrauch, Distanz, CO2-Verbrauch, Klima in dieser Region, Arbeitsplätze, Politische Situation, ...)

- Herkunftscode MaxHavelaar
- Deklaration von Ressourcen

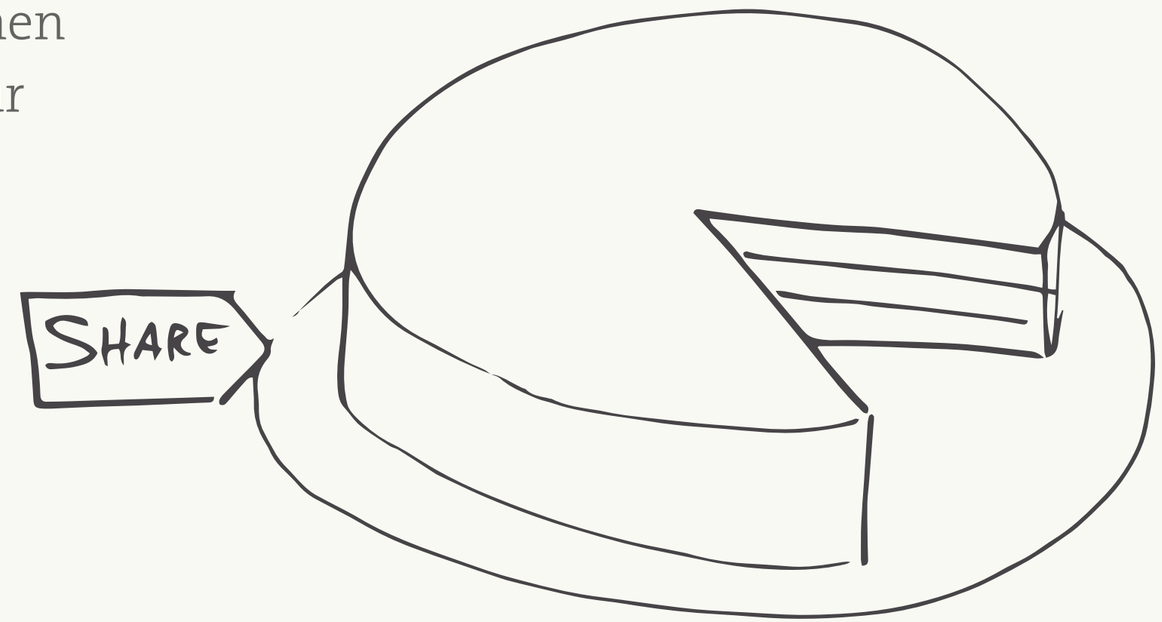


Keywords	*information, awareness, responsiility, decision*
Medium	*Ladentisch, Projektion*

Share with friends

6 + 8

Hat man zu viel gekocht, kann man es auf den Esstisch stellen und für die Gemeinschaft freigeben (sharen). Dies wird auf anderen Tischen ersichtlich und ist eine implizite Einladung vorbei zu kommen und davon zu probieren / dient als Inspiration für andere.



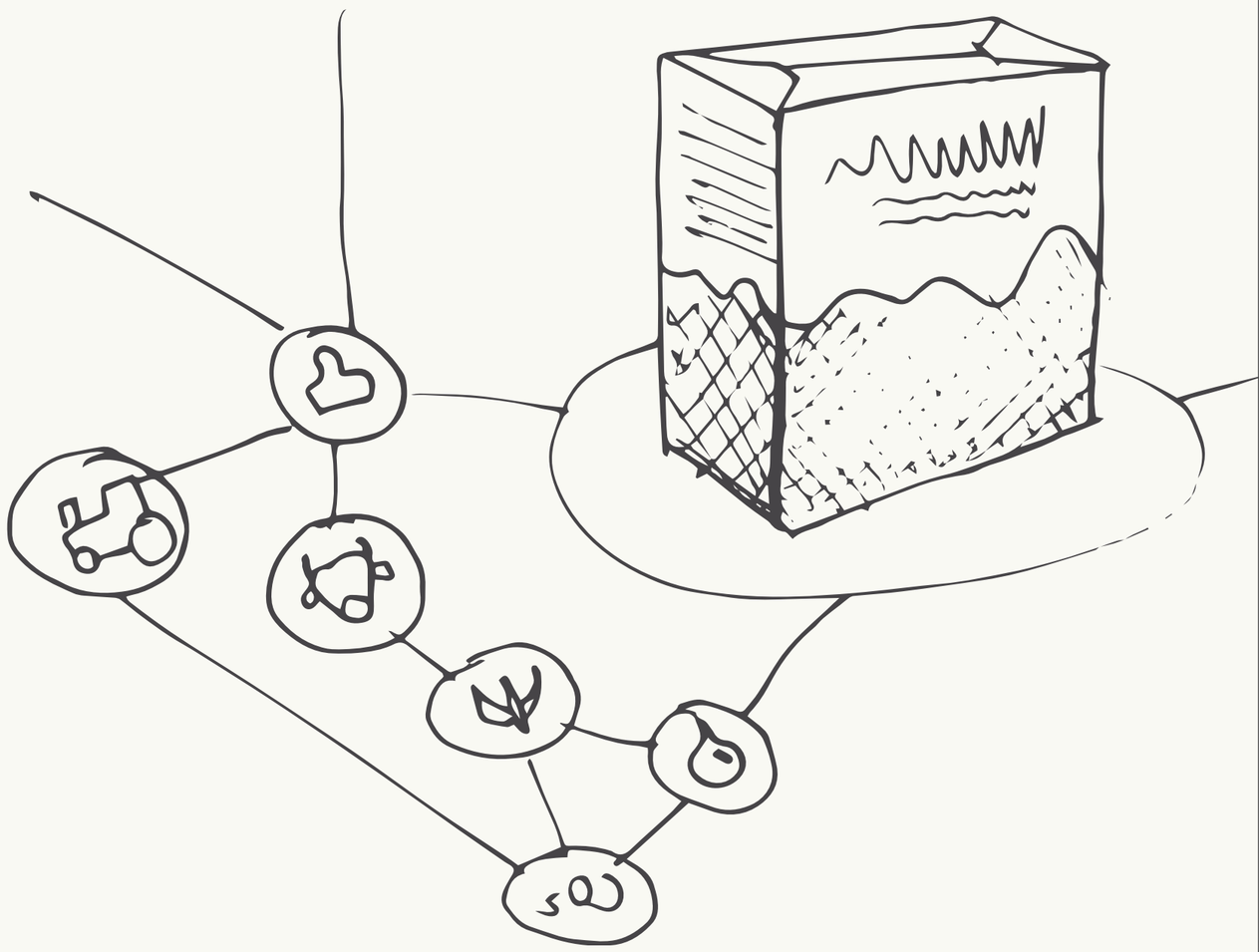
Keywords	*fun, tradition, socialising, taste, alternative*
Medium	*Esstisch*

Show complexity

1 + 4 + 7

Durch auflegen eines Produktes werden die verschiedenen Facetten des Produkts gezeigt. (Herkunft, Produktions- und Vertriebswege, Hersteller, ökologische Aspekte).

- Zubereitungsideen dazu
- andere Leute mit dem gleichen Produkt
- mit anderen in Verbindung treten
- Alternativen zu diesem Produkt



Keywords	*inspiration, socialising, information „ alternative*
Medium	*Esstisch*

Warenkreditkarte

2

Monatliches Pensum an Virtuellem Wasser, das man verbrauchen kann. Beim Einkaufen muss man mit dieser Karte bezahlen.

- drauf zahlen, wenn man mehr Wasser braucht
- Belohnung, wenn man weniger braucht

Keywords	*decision, commitment*
Medium	*Konzept, Service*

Restaurant-Projektion

2 + 9

Ein neues Restaurant, in dem per Projektion dargestellt wird, wieviel Wasser die Gäste gerade konsumieren, woher die Lebensmittel kommen, was in der Küche gerade gekocht wird

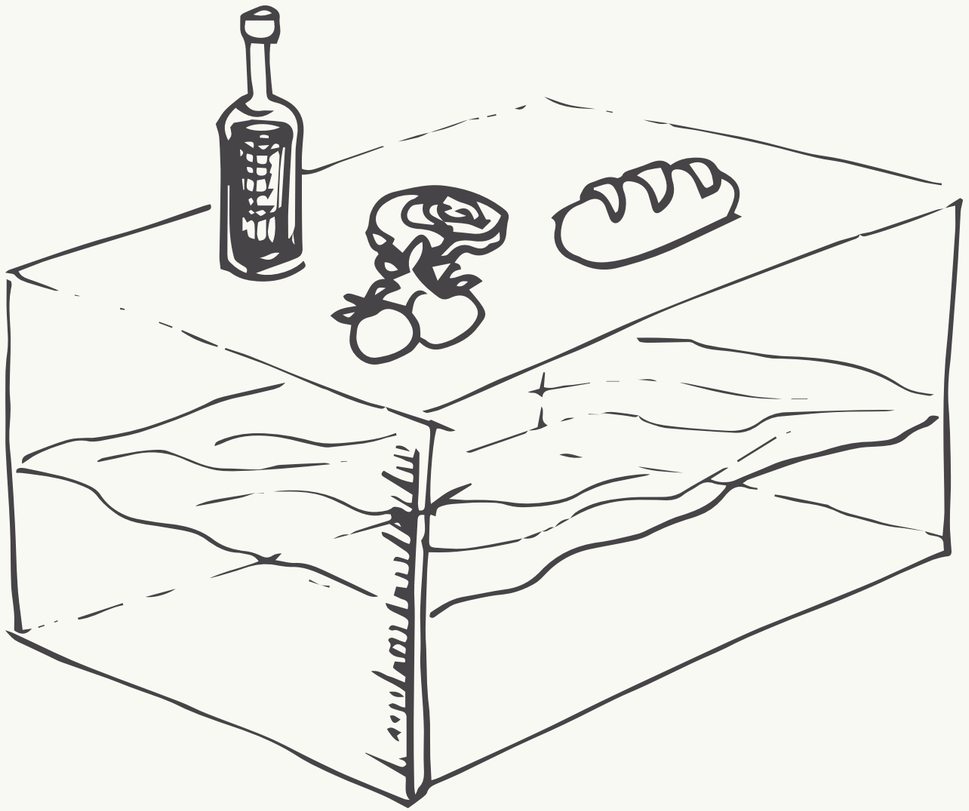
- gutes Ambiente, wenn nachhaltig gegessen wird
- schlechtes Ambiente, wenn nicht nachhaltig gegessen wird

Keywords	*fun, place, ambiance, socialising, taste*
Medium	*Projektion, Restaurant-Tisch*

Wasser-Kubus

2 + 9

Ein Kubus mit den Dimensionen des täglichen Wasserverbrauchs (ca. 3400 Liter) dient als Interface. Der Kubus "füllt" sich mit dem virtuellen Wasser der Lebensmittel, die drauf gegessen werden. Wenn die Lebensmittel zu viel Wasser gebraucht haben, „überläuft“ er.

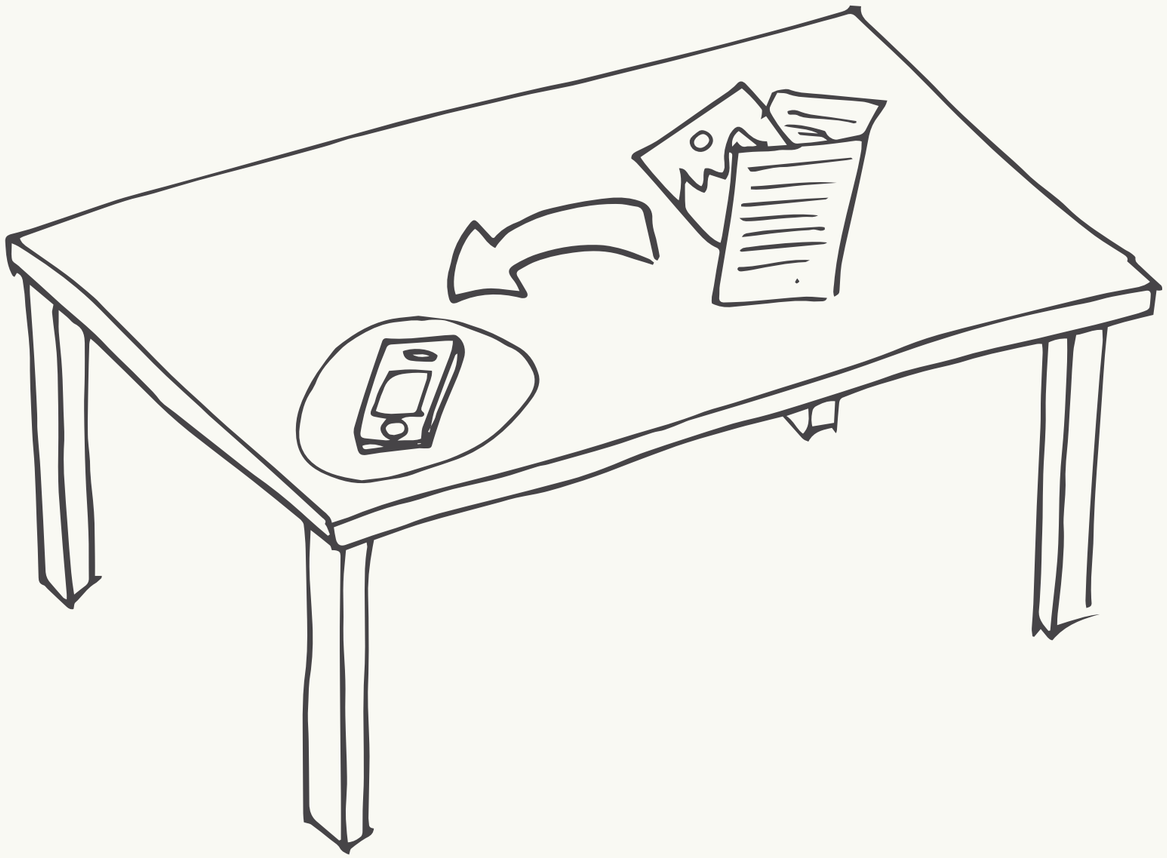


Keywords	*fun, place, ambiance, information*
Medium	*Kubus (Tisch)*

Take a piece with me

3 + 7

Tisch ist Inspirationsquelle, um Einzukaufen, Kochen und Essen. Auswahl wird direkt aufs Smartphone geladen und dient als Einkaufsliste im Laden. Auf dem Tisch werden die ökologischen Aspekte, Alternativen und passende Lebensmittel gezeigt, die auch aufs Handy geladen werden können.



Keywords	*place, creativity, inspiration, information, decision*
Medium	*Esstisch & App*

Geschichten

1 + 9

Beim in die Hand nehmen eines Lebensmittels im Laden erzählt dieses seine Geschichte, Ökoaspekte und Herkunft. Illustriert diese mit Projektion am Boden.

Keywords	*fun, information, awarenesse, desicion*
Medium	*Projektion, Boden*

Ökoschatten

1 + 2

Wärend dem Einkaufen werden Produkte ausgewählt. Je nach Ökobilanz wird der Schatten um den Einkäufer grösser oder kleiner.

- Commitment: Sichtbarmachen der Entscheidung für alle anderen im Laden

Keywords	*ambiance, information, decision, commitment*
Medium	*Projektion, Boden*

Ökologische Warnhinweise

1

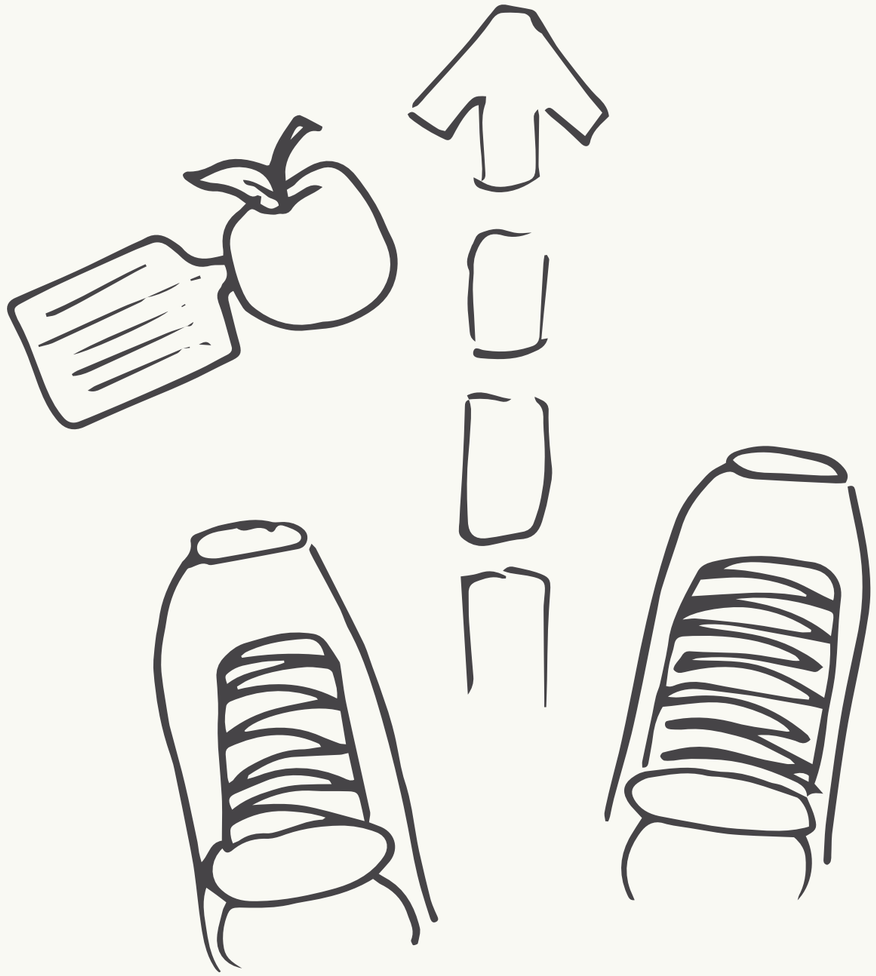
Wie bei Zigaretten werden die Lebensmittel mit einem realen Bild aus der Produktion versehen sowie Warnhinweisen in Bezug auf die ökologischen Auswirkungen.

Keywords	*information, decision*
Medium	*Verpackung*

Entscheidung und Alternativen

1 + 7

Man entscheidet sich im Laden für ein Produkt. Am Boden wird der Weg zu passenden anderen Lebensmitteln oder besseren Alternativen aufgezeigt / projiziert.



Keywords	*inspiration, information, alternative, decision*
Medium	*App, Boden*

Einkaufs-App

1

Informiert während oder vor dem Einkaufen über die Unterschiede zwischen identischen Produkten

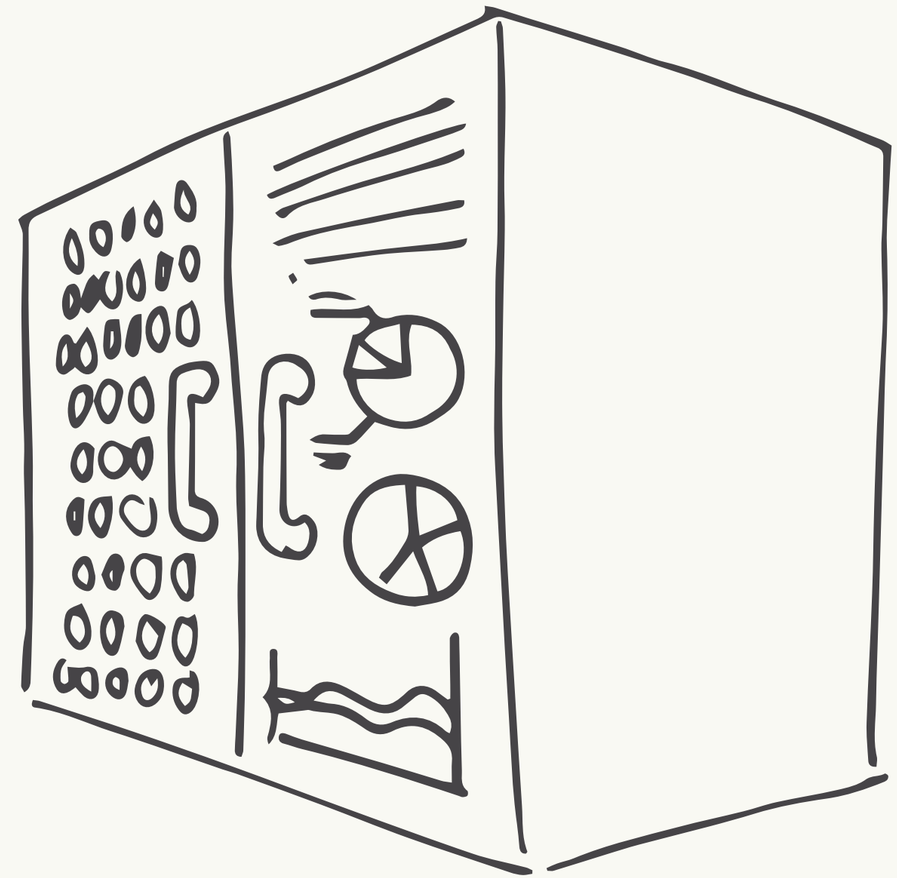
Keywords	*information, awareness, decision, alternative*
Medium	*App*

Wasser-Chuchichäschtli

2

Das Chuchichäschtli zeigt an, wieviele Ressourcen und wieviel Wasser darin gelagert wird.

- Ressourcen welche hinzukommen / rausgenommen werden
- Langzeitverlauf kann visualisiert werden
- Verbindung mit Einkaufsliste auf Smartphone?



Keywords	*place, information, responsibility, commitment*
Medium	*Chuchichäschtli*

The story behind my food

1 + 9

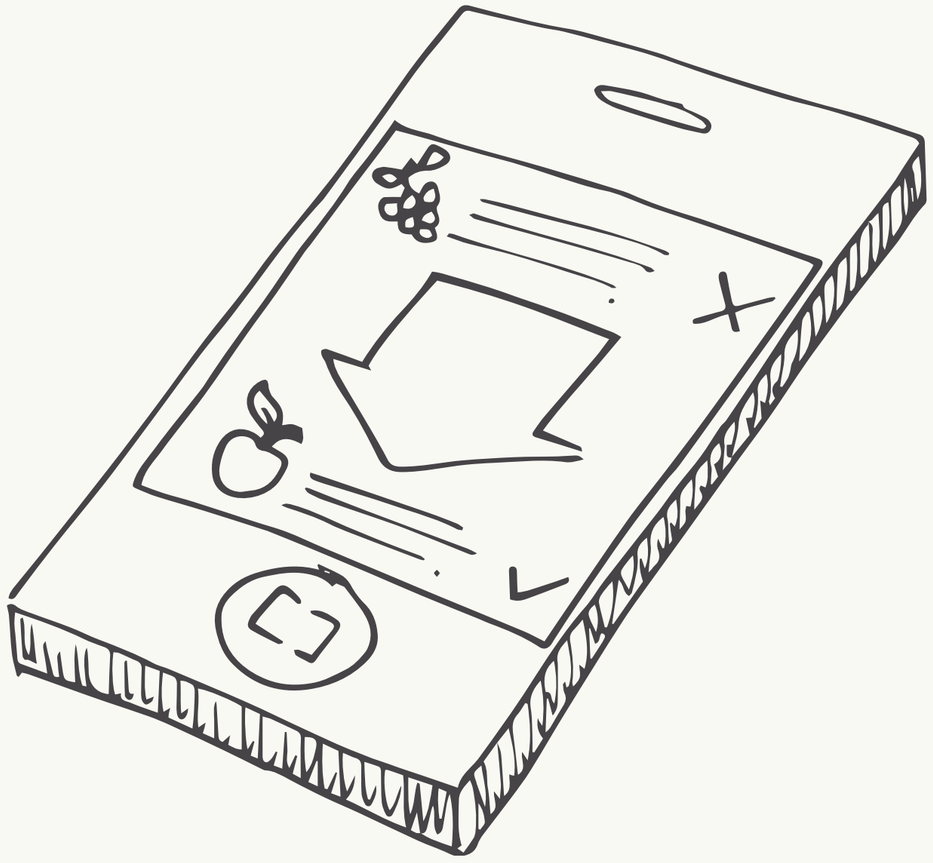
Wärend dem Essen (evtl Essen zubereiten) konfrontiert mich mein Esstisch damit, was hinter den Zutaten steckt. (Hersteller, Herkunft, Wasserverbrauch, Distanz, CO2-Verbrauch, Klima in dieser Region, Arbeitsplätze, Politische Situation, ...)

Keywords	*ambiance, information, awarness*
Medium	*Esstisch*

Alternativen-App

7

App empfiehlt mir beim Einkaufsliste-Schreiben
bessere Alternativen und passende Lebensmittel



Keywords	*inspiration, information, decision*
Medium	*App*

Diskussion

BESTELLUNG
Ei
CHF
Milch
SHARE
1 2 3 4 5 6 7 8
CO2