

Antrags- und Juryfragen

creative\_project/Call Urban Food

---

Antrags- und Juryfragen

Förderprogramm: creative\_project/18 – 22

**Call Urban Food**

# Antragsfragen

## Fragen für Unternehmen älter 1 Jahr

---

### **Bisherige Entwicklung**

Beschreiben Sie ganz allgemein die wichtigsten Entwicklungsschritte Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Organisation.

### **Ist-Situation**

Wie ist die momentane Situation Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Organisation? Welche Produkte / Dienstleistungen werden angeboten bzw. welche Entwicklungen werden derzeit vorgenommen? Gehen Sie auch auf die Kunden-, Markt- und Konkurrenzsituation ein.

### **Ausblick und Strategie**

Wie sieht die Strategie für die nächsten Jahre aus? Sollen (neben dem eingereichten Projekt) neue Produkte / Dienstleistungen entwickelt oder neue Märkte erschlossen werden?

## Fragen für GründerInnen

---

### **Gründungsteam und Vorkenntnisse**

Beschreiben Sie das Gründungsteam. Gehen Sie auf die für eine erfolgreiche Projektumsetzung relevanten Kenntnisse, Ausbildungen und Erfahrungen ein. Lebensläufe sind dem Reiter "Anhang" beizufügen.

### **Geplante Unternehmensentwicklung**

Wie sieht die Strategie für die nächsten Jahre aus? Sollen (neben dem eingereichten Projekt) neue Produkte / Dienstleistungen entwickelt oder neue Märkte erschlossen werden?

## Fragen zum Schwerpunkt

---

### **Urban Food**

Beschreiben Sie, welche Auswirkungen das Projekt auf die urbane Lebensmittelproduktion hat. Welche neuen kreativwirtschaftlichen Produkte oder Dienstleistungen entlang der Lebensmittel-Wertschöpfungskette werden entwickelt bzw. welche, kreativen Prozesse werden nachhaltig verankert? Welche neuen Ansätze und alternativen, ressourceneffizienten Konsumformen werden durch das kreativwirtschaftliche Projekt angeregt?

Erläutern Sie in diesem Zusammenhang auch die positiven Effekte bspw. ressourcen- und energieeffizienter Output, gestiegene Produktqualität, geringerer Verpackungsaufwand, Aufbereitung und/oder Wiederverwertung von Ausschuss etc.

## Fragen zum Projekt

---

### **Projektkurzbeschreibung (Presstext)**

Beschreiben Sie in wenigen Sätzen Ihr Projekt. Dieser Text kann im Falle einer Förderung zur Veröffentlichung genutzt werden.

### **Projektbeschreibung und kreatives Konzept**

Beschreiben Sie die dem Projekt zugrundeliegende Ausgangssituation und den Stand der eigenen Projektentwicklung. Stellen Sie zudem Ihr kreativwirtschaftliches Konzept dar, das als inhaltliche Ausrichtung Ihrem Vorhaben zu Grunde liegt. Gehen Sie detailliert auf die kreativen Aspekte Ihres Vorhabens ein. Welche Probleme werden durch Ihr Vorhaben gelöst und welche Ziele und Ergebnisse sollen erreicht werden?

### **Projektumsetzung und Herausforderungen**

Welches sind die größten Herausforderungen (inhaltliche, personelle, marktstrategische, etc.) denen Sie bei der Projektumsetzung und Unternehmensgründung gegenüberstehen? Die Angaben zur Projektumsetzung und Unternehmensgründung müssen sich in den Arbeitspaketen widerspiegeln.

### **Weiterentwicklung**

Wie wirkt sich das Vorhaben auf das Unternehmen / auf das Umfeld des Unternehmens (Branche, Stadt Wien, etc.) aus? Welche Weiterentwicklungen und Veränderungen sind zu erwarten? Wie werden die Ergebnisse/Erkenntnisse des Projektes im Unternehmen nachhaltig implementiert?

### **Kundennutzen und Zielgruppe**

Welchen Nutzen haben Kundinnen/Kunden von Ihrem Produkt bzw. Ihrer Dienstleistung? Wer ist Ihre Zielgruppe bzw. sind Ihre Zielgruppen?

### **Vertriebs- und Marketingmodell**

Welche Vertriebsstrategie, -wege verfolgen Sie, um Ihre Kundinnen/Kunden/Zielgruppen zu erreichen? Welche Marketingmaßnahmen werden gesetzt?

### **Alleinstellungsmerkmal, Konkurrenz und Marktanalyse:**

Erläutern Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal. Wie hebt sich Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung/Ihr Verfahren von bereits am Markt bestehenden Entwicklungen ab? Beschreiben Sie Ihre Mitbewerberinnen/Mitbewerber und deren Produkte / Dienstleistungen / Entwicklungen. Gehen Sie auf den potenziellen Gesamtmarkt und auf die zukünftige Marktentwicklung ein.

### **Preismodell und Umsatzerwartung**

Welchen Preis werden Sie für Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung verlangen? Welche Auswirkungen/Effekte werden durch etwaige neue Prozesse erzielt? Wie setzt sich Ihr Plan-Umsatz zusammen? Beschreiben Sie im Detail Ihre Annahmen und Kalkulationen.

### **Beschäftigungseffekte**

Werden durch das Projekt neue MitarbeiterInnen im Unternehmen angestellt? Wenn ja, werden diese MitarbeiterInnen während des Projekts oder nach Projektabschluss angestellt? Handelt es sich dabei um Voll- oder Teilzeit-MitarbeiterInnen?

### **Querschnittsthema**

Hat das Projekt (positive) Auswirkungen in einem oder mehreren der folgenden Themengebiete: Ökologie und Ressourceneffizienz, Chancengleichheit und Diversität, andere gesellschaftspolitisch relevante Fragen?

## Juryfragen

### 1. Übersicht

Nr.	Indikator	Skala	Punkte	KO
1.	Planung	0 – 5	10	ja
2.	Kreativwirtschaftliches Vorhaben	j/n	-	ja
3.	Kreativwirtschaftliche Qualität	0 – 5	20	ja
4.	Urban Food	0 – 5	25	ja
5.	Geschäftsmodell	0 – 5	15	ja
6.	Vertrieb- und Marketingmodell	0 – 5	10	ja
7.	Ressourcen	0 – 5	5	ja
8.	Finanzierung	j/n	-	ja
9.	Betriebswirtschaftliche Relevanz			
9.1	Unternehmensinterne und strategische Bedeutung	0 – 5	10	ja
9.2	Potenzial des Unternehmens	0 – 5	5	ja
(9.)	Team und Kompetenzen*	(0 – 5)	(15)	(ja)
10.	Beschäftigungswirkung	0 – 5	10	nein
11.	Regionalwirtschaftliche Relevanz	0 – 5	10	nein
12.	Querschnittsthemen	0 – 5	5	nein
Summe			125	

\* Die Frage (9) „Team und Kompetenzen“ gilt nur für GründerInnen. Sie wird anstatt der Frage 9. „Betriebswirtschaftliche Relevanz“ (gilt für Unternehmen > 1 Jahr) verwendet.

2. Indikatoren

Nr.	Indikator	Art	Punkte	KO
1.	Planung	0 – 5	10	ja
	Inwieweit sind die Angaben im Antrag vollständig, schlüssig und plausibel?			
2.	Kreativwirtschaftliches Vorhaben	j/n	-	ja
	<p>Handelt es sich beim eingereichten Projekt um ein kreativwirtschaftliches Vorhaben? Unter einem kreativwirtschaftlichen Vorhaben werden Projekte zur Entwicklung, Produktion und (medialen) Distribution von kreativen Produkten, Dienstleistungen und Prozessen aus den Bereichen Architektur, Design, Kunstmarkt, Mode, Multimedia (insb. Games), Verlagswesen, Musikwirtschaft und Filmwirtschaft (insb. Animation und Visualisierung) definiert. Projekte von Betrieben, die nicht der Kreativwirtschaft zuordenbar sind, müssen einen nachhaltigen, kreativen Prozess im einreichenden Unternehmen anstoßen. Der reine Zukauf von kreativwirtschaftlichen Leistungen gilt nicht als kreativwirtschaftliches Vorhaben.</p>			
3.	Kreativwirtschaftliche Qualität	0 – 5	20	ja
	<p>Liegt dem Vorhaben ein kreativwirtschaftliches Konzept zu Grunde, das auf ein im jeweiligen Fachgebiet hervorragendes zukünftiges Leistungsangebot schließen lässt? Wie kann sich das Vorhaben gegenüber anderen kreativen Angeboten positionieren? Lassen die Kompetenzen und Erfahrungen der handelnden Personen auf eine hohe kreative Qualität schließen? Wesentlich ist ebenfalls, ob die Reproduzierbarkeit und Standardisierbarkeit des zu entwickelnden Produktes oder der zu entwickelnden Dienstleistung gegeben ist.</p>			
4.	Urban Food	0 – 5	25	ja
	<p>Ziel des Calls ist die Förderung von Projekten kreativwirtschaftlicher Unternehmen sowie Betrieben, die mit Akteurinnen und Akteuren der Kreativwirtschaft kooperieren. Als Indikatoren für die Beurteilung ob das Vorhaben dem Call Urban Food zuzuordnen ist, können insbesondere folgende Punkte definiert werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werden neue gesellschaftsrelevante, kreativwirtschaftliche Produkte oder Dienstleistungen entlang der Lebensmittel-Wertschöpfungskette entwickelt oder nachhaltige, kreative Prozesse im Unternehmen verankert?</li> <li>• Können durch das kreative Projekt neue Ansätze und alternative, ressourceneffiziente Konsumformen angeregt werden?</li> <li>• Gehen in Zusammenhang mit dem kreativen Projekt positive Effekte bspw. ressourcen- und energieeffizienter Output, gestiegene Produktqualität, geringerer Verpackungsaufwand, Aufbereitung und/oder Wiederverwertung von Ausschuss etc. einher?</li> <li>• Zur Entwicklung und Umsetzung von Projekten werden kooperative Methoden herangezogen.</li> <li>• Unternehmerisches Handeln wird zum Erreichen der Ziele angewandt.</li> </ul>			

	Geschäftsmodell	0 – 5	15	ja
5.	Zu bewerten ist das dargestellte Geschäftsmodell nach dessen Qualität und Erfolgsaussichten. Werden die Fragen zu Zielkunden, Nutzen für Kunden, Art der Nutzenschaffung und Art der Umsatzgenerierung beantwortet?			
	Vertriebs- und Marketingmodell	0 – 5	10	ja
6.	Zu bewerten sind Qualität und Erfolgsaussichten des dargestellten Vertriebs- und Marketingmodells.			
	Ressourcen	0 – 5	5	ja
7.	In welchem Ausmaß sind die zur Umsetzung des Projekts notwendigen Ressourcen (Personal, Know-how, Materialien, Lizenzen, rechtliche Voraussetzungen etc.) vorhanden?			
	Finanzierung	j/n	-	ja
8.	Sind die zur Umsetzung des Projekts notwendigen finanziellen Mittel vorhanden und nachvollziehbar dargestellt? Wenn nein, kann mittels Finanzierungsaufgabe der Nachweis einer ausreichenden Finanzierung dargestellt werden?			
9.	Betriebswirtschaftliche Relevanz			
	Unternehmensinterne und strategische Bedeutung	0 – 5	10	ja
9.1	Wie hoch ist die Bedeutung und Additionalität des Projekts für das Unternehmen (auch im Vergleich zur bisherigen Tätigkeit) einzuschätzen? Als Indikatoren sind Umsatzwachstums- und Unternehmensstrategie (i.S.v. „change of behaviour“ Neuausrichtung oder "nice to have") zu sehen. Stellt das Projekt für das einreichende Unternehmen ein Vorhaben dar, das über den laufenden Geschäftsbetrieb und die üblichen kreativen/inhaltlichen Leistung dieses Unternehmens hinausgeht (= Mindestanspruch)? Handelt es sich darüber hinaus um ein großes Vorhaben oder um ein Projekt unter vielen? Es muss sich z.B. um die Entwicklung eines für das Unternehmen neuen, zusätzlichen (oder deutlich verbesserten) Dienstleistung (Produkt) handeln. Öffnet das Projekt für das Unternehmen einen neuen Markt, eine neue Zielgruppe, ein neues Geschäftsfeld? Hier wird nicht das Geschäftsmodell des Vorhabens „isoliert“ bewertet, sondern das Vorhaben in Relation zu den übrigen Aktivitäten / Geschäftsfeldern des Unternehmens und hinsichtlich der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung beurteilt.			
	Potenzial des Unternehmens	0 – 5	5	nein
9.2	Lässt die bisherige Geschäftstätigkeit eine positive Umsetzung des Projekts und weitere Entwicklung des Unternehmens erwarten?			
	Team und Kompetenzen*	(0 – 5)	(15)	(ja)
(9.)	Wie ist die Qualifikation des Gründungsteams einzuschätzen? Lässt dieses eine positive Umsetzung und darauffolgenden Geschäftsverlauf erwarten?			

	Beschäftigungswirkung	0 – 5	10	nein
10.	Wie ist die mittelfristige (positive) Beschäftigungswirkung des Projekts einzuschätzen? Ist das Vorhaben geeignet, während und v.a. über die Projektlaufzeit hinaus zusätzliche Beschäftigung im Unternehmen zu schaffen?			
	Regionalwirtschaftliche Relevanz	0 – 5	10	nein
11.	Wie hoch ist die Bedeutung der Umsetzung des Projekts für den Standort Wien i.S.v. Strahlkraft, Vorbildfunktion, Wertschöpfung, etc.?			
	Querschnittsthemen	0 – 5	5	nein
12.	Wie sind die (positiven) Auswirkungen des Projekts in einem oder mehreren der folgenden Themengebiete einzuschätzen: Ökologie und Ressourceneffizienz, Chancengleichheit und Diversität, andere gesellschaftspolitisch relevante Fragen?			

Summe 125

\* Die Frage (9.) „Team und Kompetenzen“ gilt nur für GründerInnen. Sie wird anstatt der Frage 9. „Betriebswirtschaftliche Relevanz“ (gilt für Unternehmen > 1 Jahr) verwendet.