



QUARTIERMEISTER
BIER FÜR DEN KIEZ

LOLA – Projekt

Nachhaltiger Konsum SoSe 18

Prof. Dr. Ulf Schrader

Cara Petersen, Caroline Schenck, Nicole Rudy, Veza Maria Müller

**Wer von euch hat schon mal
von Quartiermeister gehört?**

GLIEDERUNG

- Einführung
- Konzept
- Projektförderung
- Film
- Daten & Fakten
- Kritik
- Beobachtungen
- LOLA Checkliste
- Fragerunde
- Quellen



EINFÜHRUNG

- Quartiermeister – Korrekter Konsum, gegründet 2010 in Berlin-Kreuzberg
- Aktuelle Mitarbeiter: 11
- Verkauf von Bier unabhängiger, regionaler Brauereien
- Förderung von sozialen und kulturellen Projekten in der Nachbarschaft



QUARTIERMEISTER
BIER FÜR DEN KIEZ

KONZEPT



PROJEKTFÖRDERUNG

- Verein agiert als „Förderer, Gesprächspartner und Ideengeber im Kiez“
- Sorgt für Transparenz und Prinzipientreue der Quartiermeister GmbH
- Jeder kann Mitglied werden
- Zwei Projekte pro Monat erhalten jeweils 1000 Euro
- Abstimmung im Internet:
<http://quartiermeister.org/de/berlin/projektfoerderung/>



QUARTIERMEISTER
BIER FÜR DEN KIEZ

PROJEKTFÖRDERUNG

- Besuch der Regenbogenfabrik durch Quartiermeister nach Ausschüttung ☐ kein überprüfendes, sondern freundschaftliches Treffen
- Antragsstellung für Projektförderung durch Initiative von Quartiermeister-Mitarbeiterin nach Besuch des Kinos
- Vertrieb von Quartiermeister im eigenen Café

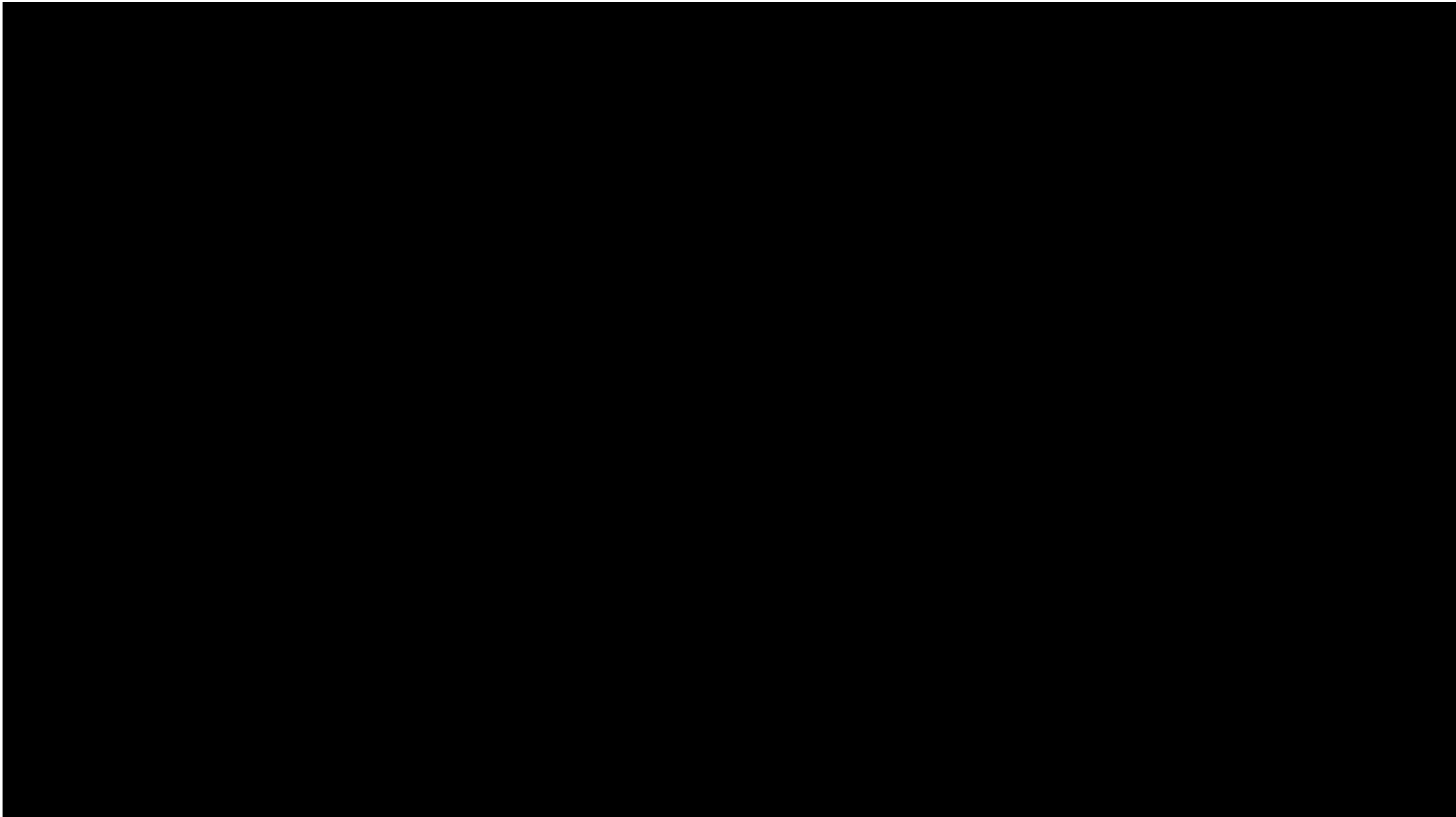


Abb. 2



FILM AB





DATEN & FAKTEN

- Standorte: Berlin, Dresden, Leipzig, München
- Brauereien in Umgebung von 300km
- Berlin: Brauerei Wittichenau in der Lausitz
- „Original“ Bier ist Hausbier der Brauerei
- Bio-Pils und Rot-Bier nach eigener Rezeptur
- 1. Quartal 2018 (Berlin): 69.272 Liter
- Über 100 Nachbarschaftsprojekte gefördert
- Transparenz: Gemeinwohl-Bericht
<http://quartiermeister.org/de/quartiermeister/#transparenz>



GEMEINWOHL-BERICHT
für das Unternehmen
Quartiermeister
Berichtszeitraum
2014 / 2015



QUARTIERMEISTER
BIER FÜR DEN KIEZ

KRITIK

- Bier = Alkohol = Droge
 - Mehr trinken um mehr zu fördern?
- Transportwege
 - Craft Beer Trend – Wieso nicht in Berlin brauen?
- Informationen
 - Welcher Verbraucher ist sich bewusst, dass er durch den Konsum von Quartiermeister Projekte fördert?
- Expansion
 - Bleibt die Chance weiterhin unabhängig zu bleiben?



Abb. 4



BEOBACHTUNGEN

- Bier
 - Werbung zielt nicht auf Bierkonsum ab
 - Langfristiges Ziel auf alkoholfreie Getränke umzusteigen
- Transportwege
 - Berliner Brauereien nicht zur Kooperation bereit
 - Radius reduzieren?
- Informationen
 - Verkauf im Biomarkt - keine direkte Kommunikation in Gastrobetrieben
- Expansion
 - Konzept beibehalten, weiterhin nachbarschaftlich agieren



LOLA Checkliste

- Veränderung des Konsumalltags ✓
- Ökologische Effekte ✓
- Soziale Aspekte ✓
- Übertragbarkeit ✓



Abb. 5



FRAGERUNDE



QUELLEN

- <http://www.quartiermeister.org/de/>
- Logo: http://www.quartiermeister.org/static/images/logo_quer.png
- Abb. 1: <http://www.quartiermeister.org/de/quartiermeister/#so-funktioniert>
- Abb. 2: <http://www.solidarische-oekonomie.de/index.php/news-forum-soe/39-uncategorised?start=45>
- Abb. 3: <https://balance.ecogood.org/gwoe-berichte/handel/quartiermeister-gbr>
- Abb. 4: <https://www.schule-und-familie.de/malvorlagen/berufe/malvorlage-detektiv.html>
- Abb. 5: <http://quartiermeister.org/de/berlin/quartiermeister/#unser-bier>

