



Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei Newsletter 08/17

Dear Friends and Beer Aficionados all over the world!

(auf Deutsch siehe unten – po polsku, patrz poniżej)

Hey, what a funny hitting and stinging. Everywhere the gentlemen and their squires struck each other, so that the sparks flew, and the mob, who was cheaply enjoying these duels, slapped their thighs with pleasure!

The prelude to Advent 2017 was indeed entertaining, and I'm talking neither about the federal German policy with its failed negotiations about the Jamaica coalition nor about the now no longer embarrassing, but already macabre spectacle of constructed lies around the American government (although both events have their entertaining value and make me happy as a chronicler, whenever I open the newspaper in the morning).

No, I'm rather talking about the phase in which the beer revolution in Germany currently is. It grew already out of its infancy, but isn't yet grown up. Adolescence we call this phase. The age, in which everything must be tested out: With whom can I have an argument and a fight, who is to provoke to the maximum effect. Regardless of own losses. Controlled by testosterone only. Usually, this is just a relatively short phase that eventually passes. Apart from exceptions like Trump, Kaczyński, Erdoğan, Orbán, Berlusconi and others. You name them.

Well ... the beer revolution in its adolescence?

Oh yeah. This is the impression you can get.

For example, if you read about the exciting comparison of Alexander Himburg's Braukunstkeller beers and the recently published beers from the Hofmark Brewery. We remember: A few years ago, Alexander had launched his India Pale Ale Amarsi as part of his co-operation with the Michelstädter Brewery in the Odenwald region. However, the co-operation was ill-fated and ended in early 2016. A bankruptcy of one of the partners was involved, but no one knows, who exactly did what, when and how. Shortly after, with the Hofmark Brewery, Alexander found a new co-operation partner. Amarsi was brought back on the market, had success, and then, Alexander's serious accident interrupted the success story. A broken neck. Only a hairbreadth away from death or paraplegia. Later, after his recovery, the surprise: Hofmark releases a beer called Simaro. Its label very similar to Amarsi. In fact, the entire brand appearance strongly reminiscent of Amarsi, and, of course, the same, dominant hop varieties were used in this beer. Immediately, a fierce discussion in social media starts. Without even knowing what really happened between Alexander Himburg and the Hofmark Brewery, people take position. Pro or con Himburg, pro or con Hofmark. Hardly anyone remains neutral, although the facts are unclear. A shitstorm rises. Hofmark publishes a detailed own opinion, which by many is perceived as aggressive. And so, the discussion bounces back and forth. People smear each other and wonder why emotions grow big. Adolescent behaviour here, there and everywhere. Finally, Helmut Adam and Sepp Wejwar publish a neutral description of facts (read here), but even this is not well perceived by everybody – some readers miss the warmth, the heart, and the love in Helmut's and Sepp's text (read here).

The level of entertainment? High, maybe even very high. The level of information? As far as the clarification, what really has happened, is concerned: Rather low. Who has brewed what, using whose recipes? Who owns the intellectual property rights in which beers? I have no idea. And which beers taste better or worse? Oh, well, obviously, this doesn't matter at all – at least, nobody really mentions this in the discussions. Hence, this all is more about the confrontation itself than about the beer. Adolescent behaviour. That's, what it is.

Not much better was the confrontation between the creative beer movement's (Deutsche Kreativbrauer e.V.) mouthpiece and stage hog, Oliver Wesseloh, and the German Brewers Association's (Deutscher Brauerbund) CEO, Holger Eichele, on Facebook (read here). Immediately after the Hamburger Abendblatt's announcement that the Holsten Brewery (Carlsberg) is going to open a brewpub on the Reeperbahn, using the cult brand

Astra, the community started ranting about label fraud – the first batch has not yet been brewed, no beers are on tap yet, but the grandees of the creative beer scene already know everything, because: Which must not, cannot be. The Brewers Association diligently beats back and questions in turn the correct labelling of Oliver's beers – prejudging, too, because they obviously haven't familiarized themselves with facts before.

Seconds later, the first fuglemen join the duel and try to strengthen either side. The creative brewer and his supporters insist on their prejudices, the beer factory lobbyist fails to answer the question concerning mandatory labelling of a beer's production site. Instead, all continue flailing at each other, and the means of choice were somewhere between the language purist's fine foil and the phrase-monger's crude sword. Some participants in the discussion disqualify themselves by starting a side show, unrelatedly blaming beers of certain breweries of being undrinkable, and it ends as it always ends on Facebook: After several hours, during which the battle moved back and forth, people suddenly get tired, the discussion dies and will not be resumed the morning after.

Lots of verbal gun powder wasted for nothing. At least not for a tangible result. Hats off, let's honour this enormous waste of pubertal energy!

So much entertainment in the world of beers! And a lot of entertainment, too, in my beer blog with reports from Norway, Hungary, France, Germany and Czech Republic – and I promise that many of the blog articles, which you can find at the end of this newsletter, are also written in an exciting and sometimes provocative way. The one or the other might even be written as if I were adolescent, yet – because, as you know: "It's never too late to have a happy childhood!"

With this in mind, I wish you a successful, beery New Year 2018.

Cheers!

Volker

P.S.: I hope you will enjoy reading my short stories and reports, and I am looking forward to reading your comments and discussions on my homepage. I would even gladly appreciate to publish some articles and reports penned by you – so if you feel an urge to tell the world about your beer experiences, feel free to contact me via [eMail](#). And finally: All stories published or reconstructed since the last edition of my newsletter can be found at the end of this newsletter, and a detailed calendar of upcoming beery events [here](#).

For older issues of this newsletter, please see the [archive](#).



A glowing invitation to pure drinking pleasure!



Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei Newsletter 08/17

Liebe Freunde und Bierliebhaber in aller Welt!

(in English see above – po polsku, patrz poniżej)

Heißa, was war das für ein vergnügtes Hauen und Stechen. Allerorten schlugen die Herrschaften und ihre Knappen aufeinander ein, dass die Funken nur so flogen, und der Pöbel, der diesen Duellen wohlfeil beiwohnte, klopfte sich auf die Schenkel vor Vergnügen!

Der Auftakt zum Advent 2017 gestaltete sich in der Tat unterhaltsam, und ich meine damit weder die Bundespolitik mit ihren gescheiterten Verhandlungen zur Jamaica-Koalition noch das mittlerweile nicht mehr nur peinliche, sondern schon makabre Schauspiel der Lügenkonstrukte rund um die amerikanische Regierung (obwohl beides auch seinen Unterhaltungswert hat und den Chronisten allmorgendlich freudig gespannt die Tageszeitung aufschlagen lässt).

Nein, ich meine die Phase, in der sich die Bier-Revolution in Deutschland gerade befindet. Sie ist aus den Kinderschuhen herausgewachsen, aber noch lange nicht erwachsen. Pubertät nennt man das wohl. Das Alter, in dem auf Teufel komm raus ausgetestet werden muss, was alles geht, mit wem man sich im Streit überwerfen kann, wie man maximal provozieren kann. Ohne Rücksicht auf eigene Verluste. Hormongesteuert. Meistens ja nur eine verhältnismäßig kurze Phase, die irgendwann vorübergeht. Von Ausnahmen wie Trump, Kaczyński, Erdoğan, Orbán, Berlusconi und Konsorten mal abgesehen.

Die Bier-Revolution in der Pubertät?

Oh, ja. Den Eindruck kann man bekommen.

Beispielsweise, wenn man von der Aufregung um die Braukunstkeller-Biere von Alexander Himburg und die jüngst von der Hofmark-Brauerei auf den Markt gebrachten Biere liest. Wir erinnern uns: Alexander hatte im Rahmen seiner Kooperation mit der Michelstädter Brauerei im Odenwald sein India Pale Ale Amarsi auf den Markt gebracht. Die Kooperation stand jedoch unter keinem guten Stern, die Zusammenarbeit endete Anfang 2016, ein Insolvenzverfahren gab es auch, aber wer was wann und wie genau gemacht hat – keiner weiß es. Alexander fand mit der Hofmark-Brauerei einen neuen Partner. Das Amarsi wurde wieder auf den Markt gebracht, hatte Erfolg, aber dann kam Alexanders Unfall dazwischen. Genickbruch. Nur um Haaresbreite dem Tod oder der Querschnittslähmung entronnen. Und nach seiner Genesung jetzt die Überraschung: Hofmark bringt ein Bier namens Simaro auf den Markt. Ähnliche Etiketten wie das Amarsi, der gesamte Markenauftritt stark an Amarsi erinnernd, die gleichen, dominanten Hopfensorten verwendend. Und im Nu beginnt eine heftige Diskussion in den Social Media. Ohne genau zu wissen, was zwischen Alexander Himburg und der Hofmark-Brauerei alles vorgefallen ist, wird Partei bezogen. Für oder wider Himburg, für oder wider Hofmark. Neutral bleibt kaum jemand, obwohl die Faktenlage unklar ist. Ein Shitstorm entbrennt. Hofmark veröffentlicht eine ausführliche eigene Stellungnahme, die von vielen als aggressiv empfunden wird. Und so wogt die Diskussion hin und her. Man bewirft sich im Internet mit Dreck und wundert sich, dass die Gefühlswellen hochschlagen. Pubertäres Gehabe hie und da. Am Schluss versuchen sich Helmut Adam und Sepp Wejwar an einer neutralen Beschreibung der Fakten (nachzulesen hier), aber auch das kommt nicht bei allen gut an – man vermisst in dieser Darstellung das Emotionale, das Herz, die Liebe (nachzulesen hier).

Der Unterhaltungswert? Hoch bis sehr hoch. Der Informationswert? Wenn es darum geht, aufzuklären, was wirklich vorgefallen ist: Eher niedrig. Wer nun was mit welchen Rezepten gebraut hat und wer an welchen Bieren welche Urheberrechte hat? Keine Ahnung. Und welche Biere nun wie gut schmecken? Ach, das spielt offensichtlich gar keine Rolle – zumindest werden darüber gar keine Worte verloren. Es scheint also mehr um den Zank als um die Sache an sich zu gehen. Pubertär, halt.

Nicht viel besser die Auseinandersetzung zwischen Sprachrohr und Rampensau der Kreativbierbewegung (Deutsche Kreativbrauer e.V.), Oliver Wesseloh, und dem nicht minder eloquenten Geschäftsführer des Deutschen Brauer-Bundes e.V., Holger Eichele, bei Facebook (nachzulesen hier). Kaum hat das Hamburger Abendblatt verlauten lassen, dass die Holsten-Brauerei (Carlsberg) unter der zum Konzern gehörenden Kult-Marke Astra auf der Reeperbahn eine Gasthausbrauerei eröffnen möchte, wurde schon vorverurteilend von Etikettenschwindel schwadroniert – noch bevor der erste Sud angesetzt, das erste Bier im Ausschank ist, wissen die Granden der kreativen Szene bereits Bescheid, denn: Es kann nicht sein, was nicht sein darf. Der Brauerbund keilt fleißig zurück und stellt seinerseits die korrekte Etikettierung des Kontrahenten in Frage – ebenfalls ohne sich vorher mit den Tatsachen vertraut zu machen.

Rasch finden sich Sekundanten in diesem Duell, die wahlweise die eine oder andere Seite versuchen, zu stärken. Der Kreativbrauer beharrt auf seinen Vorurteilen, der Bierfabrik-Lobbyist bleibt die Antwort auf die Frage nach einer Kennzeichnungspflicht des Brauortes schuldig. Stattdessen wird tapfer aufeinander eingedroschen; die Wahl der Mittel erfolgt irgendwo zwischen dem feinen Florett des Sprachpuristen und dem groben Schwert des Phrasendreschers. Der eine oder andere Sekundant disqualifiziert sich durch pauschale Herabwürdigungen der Aromatik und das Infragestellen der grundsätzlichen Trinkbarkeit gewisser Sude („geschmacklich das Allerletzte“), und wie es so ist bei Facebook: Mehrere Stunden wogt das Gefecht hin und her, und um kurz vor Mitternacht werden die Recken müde, die Diskussion erstickt und wird auch am nächsten Morgen nicht wieder aufgenommen.

Viel Pulver verschossen für nichts. Jedenfalls nicht für ein wie auch immer greifbares Erlebnis. Toll gemacht, ich ziehe meinen Hut vor dieser Menge spätpubertierenden Energieüberflusses!

Viel Unterhaltsames also in der Welt der Biere. Viel Unterhaltsames aber auch in meinem Bierblog mit Berichten aus Norwegen, Ungarn, Frankreich, Deutschland und Tschechien, und ich verspreche Euch, dass der eine oder andere Bericht, den Ihr unten am Ende des Newsletters verlinkt findet, auch spannend und provokativ geschrieben ist. Vielleicht auch an der einen oder anderen Stelle mal etwas pubertär, denn: „It is never too late to have a happy childhood“.

In diesem Sinne wünsche ich Euch ein erfolgreiches, bieriges Neues Jahr 2018.

Zum Wohl!

Volker

P.S.: Ich hoffe, Ihr habt Spaß an meinen kurzen Geschichten und Berichten, und ich würde mich über Kommentare und Diskussionen auf meiner Homepage sehr freuen. Ich würde mich ebenfalls sehr freuen, mal einen Artikel oder Bericht aus Eurer Feder auf meiner Seite zu veröffentlichen – wenn Ihr also den Drang verspürt, Eure bierigen Erfahrungen mit der Welt zu teilen, dann kontaktiert mich doch einfach per [eMail](#). Und schließlich: Alle seit dem letzten Newsletter erschienenen oder rekonstruierten Geschichten findet Ihr am Ende dieses Newsletters; und einen ausführlichen Kalender der kommenden bierigen Ereignisse [hier](#).

Für ältere Ausgaben meines Newsletters schaut bitte im [Archiv](#) nach.



Die Qual der Wahl des Biergenießers!



Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei Newsletter 08/17

Drodzy Przyjaciele i Wielbiciele Piwa na całym świecie!

(auf Deutsch siehe oben – in English see above)

Hej, co za zabawne bicie i walczenie. Wszędzie Panowie i ich giermkowie nawzajem się uderzali – tak, że iskry leciały. A hołota cieszyła się tanią zabawą, oglądała pojedynki i z przyjemnością biła się na udach.

Początki Adwentu 2017 naprawdę były zabawne, i nie mówię teraz o fatalnej federalnej polityce niemieckiej z nieudanymi negocjacjami na temat koalicji Jamajka, ani mówię o nie tylko krępującym, lecz już makabrycznym spektaklu skonstruowanych kłamstw wokół amerykańskiego rządu – choć obie wydarzenia mają swoją zabawną wartość i ucieszą mnie jako kronikarz, ilekroć na poranek otwieram gazetę.

Nie. Ja raczej mówię o fazie, w której obecnie się znajduje rewolucja piwna w Niemczech. Wzrosła ona już z powijaków, ale jeszcze nie dorosła. Nazywamy tą fazę: Adolescencja. Wiek, w którym wszystko musi być przetestowane: Z kim mogę się kłócić, z kim walczyć, kogo sprowokować do maksymalnego efektu. Niezależnie od własnych strat. Wszystko sterowane przez testosteron. Na szczęście jest to stosunkowo krótka faza, która ostatecznie przemija. Oprócz, oczywiście, u takich smutnych wyjątkowych kształtów jak Trump, Kaczyński, Erdoğan, Orbán, Berlusconi. Możemy jeszcze dodać kilku innych, chyba...

Rewolucja piwna w okresie adolescencji, więc?

O tak. Można mieć takie wrażenie!

Na przykład, kiedy czytamy o ekscytujące porównanie piw pod marką Braukunstkeller Alexandra Himburga z ostatnio wprowadzonych piw z browaru Hofmark. Pamięamy: Kilka lat temu, Alexander wprowadził swój India Pale Ale Amarsi, które było warzone w ramach współpracy z browarem Michelstädter w regionie Odenwald. Współpraca jednak nieszczęśliwie się skończyła na początku 2016 r. Jeden z partnerów nawet walczył z bankructwem, ale nikt nie wie, kto zrobił co, kiedy i jak. Nic dokładnego nie wiemy. W krótkce po tym, Alexander znalazł nowego partnera kooperacyjnego w postaci browaru Hofmark. Amarsi wrócił na rynek, odniósł same sukcesy, a potem poważny wypadek Alexandra przerwał wszystko. Złamał on szyję. Tylko mały krok od śmierci lub paraplegii. Później, po wyzdrowieniu Alexandra, była niespodzianka: Browar Hofmark wprowadzi na rynek piwo o nazwie Simaro. Jego etykieta jest bardzo podobna do Amarsi. A nie tylko to. Cały wygląd marki mocno przypomina Amarsi, a oczywiście, w tym piwie użyte te same, dominujące odmiany chmielu. Natychmiast rozpoczyna się zaciekle dyskusja w nowych mediach. Jeszcze nie wiedząc nawet, co naprawdę się stało między Aleksandrem Himburgiem a browarem Hofmark, ludzie zajmują pozycje. Za lub przeciw Himburgowi, za lub przeciw browarowi Hofmark. Prawie nikt nie zajmuje neutralnej pozycji, choć faktów jeszcze brak. Nadchodzi burza gównem. Hofmark opublikuje swoją szczegółową opinię, która jest przez wielu postrzegana jako agresywna. Dyskusja toczy tam i z powrotem. Wreszcie, Helmut Adam i Sepp Wejwar opublikują konspekt, który stara się o neutralny opis faktów (czytaj tutaj), ale nawet on nie jest dobrze odbierane przez wszystkich czytelników – odczuwają oni brak ciepłoty, serca i miłości w tekście Helmuta i Seppa (czytaj tutaj).

Poziom zabawy? Wysoki. Może nawet bardzo wysoki. Poziom informacji? Jeśli chodzi o wyjaśnieniu, co naprawdę się stało, to raczej niski. Kto warzył co? Kto używał czyjego przepisu? Kto jest właścicielem praw autorskich pewnego piwa? Nie mam zielonego pojęcia. A czyje piwo smakuje lepiej lub gorzej od innego? Cóż! Wygląda na to, że to nie gra żadnej roli – przynajmniej nikt o tym nic nie wspominał. Stąd wszystko chyba chodzi raczej o konfrontacji niż o piwie. Prawdziwa adolescencja to jest.

Nieco lepsza jest konfrontacja między rzecznikiem kreatywnego ruchu piwowarstwa (Deutsche Kreativbrauer e.V.) i gwiazdorem piwnej sceny Oliverem Wesselohem a zarządzającym dyrektorem Niemieckiego Stowarzyszenia Piwowarów (Deutscher Brauer-Bund e.V.) Holgerem Eichele na Facebooku (czytaj tutaj). Zaraz

po ogłoszeniu w gazecie Hamburger Abendblatt, że Browar Holsten (Carlsberg) zamierza otworzyć browar restauracyjny na Reeperbahn pod kultowej marce Astra, gromadzona publiczność zaczyna głośno kwestionować uczciwość Holstena i podejrzewa, że będzie oszustwo w etykietowaniu. Pierwsza warka jeszcze nie warzona, żadne piwo jeszcze nie na kranie, ale wielcy sceny już wiedzą wszystko! Bo sprawa jest jasna: Czego nie wolno, tego nie może być. Stowarzyszenie Piwowarów nie zostaje leniwe i pilnie bije z powrotem. Kwestionują natychmiast poprawne etykietowanie piw Olivera – również tylko na zasadzie uprzedzeń, bo wyraźnie nie zapoznali się wcześniej z faktami.

Kilka sekund później już, pierwsi pomocnicy dołączają się do pojedynku i starają się o wsparciu walczących stron. Zwolennicy kreatywnego ruchu piwowarstwa podkreślają swoje przesady, a lobbysta fabryk piw nie odpowiada na pytanie dotyczące obowiązkowe oznakowanie miejsca produkcji piwa. Zamiast rzeczowej wymiany opinii, wszyscy kontynuują emocjonalną walkę, a środki wybierają gdzieś między delikatnym floretem językowego rysownika a surowym mieczem krzykacza. Niektórzy uczestnicy dyskusji dyskwalifikują się głupimi stwierdzeniami, że piwa niektórych browarów w ogóle nie nadają się do picia, a cała dyskusja skończy się, jak sprawy na facebook zawsze się kończą: Po kilku godzinach, w których bitwa mocno się toczyła, ludzie nagle się męczą, dyskusja umiera, i nawet na następny ranek nie zostaje wznowiona.

Ogromna ilość energii zmarnowana na nic. Przynajmniej bez przydatnego rezultatu. Czapki z głów – szacunek dla takiej straty energii adolescencjowej.

Tyle zabawy w świecie piwnej! A także, dużo zabawy na moim blogu o piwie z relacjami z Norwegii, Węgier, Francji, Niemiec i Republiki Czeskiej – a obiecuję, że artykuły tam (możecie znaleźć linki na końcu newslettera) również są pisane w ekscytujący i czasami też prowokacyjny sposób. Być może, że jeden lub drugi z nich jest nawet pisany tak, jakbym był jeszcze w adolescencji – bo wiecie przecież: „Nigdy nie jest za późno dla szczęśliwego dzieciństwa!”

Mając to na uwadze, życzę Wam udanego, wesołego Nowego Roku 2018.

Na zdrowie!

Volker

P.S.: Mam nadzieję, że cieszy Was lektura moich krótkich opowiadań i relacji, a chętnie doceniam Wasze komentarze i dyskusje na mojej stronie internetowej. Chętnie nawet bym opublikował artykuły i relacje z Waszego pióra – więc, jeżeli macie ochotę na pisanie czegoś i na dzielenie tego ze światem, to poproszę o kontakt przez [eMail](#). No, i jak zawsze, na końcu newslettera znajdziecie listę wszystkich tekstów, które opublikowałem po ostatnim newsletterze, a [tutaj](#) kalendarz wszystkich przyszłych wydarzeń piwnych.

Starsze wydania newslettera możecie znaleźć w [archiwum](#).



Zaproszenie na piwne Boże Narodzenie!

List of recently added entries:

Alfa Bierbrouwerij [transferred from my outdated website], 4th January 2009

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13455>)

Marchfelder Storchenbräu [transferred from my outdated website], 19th March 2009

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13477>)

Brandauer's Schlossbräu [transferred from my outdated website], 20th March 2009

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13587>)

Tour de Bier 2009: Mainburg – Hopfen und Wissenschaft [transferred from my outdated website], 10th May 2009 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13752>)

The Highlander [transferred from my outdated website], 17th March 2010

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13561>)

Browar Jagiełło [transferred from my outdated website], 25th April 2011

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13319>)

Brigitta Bräu [transferred from my outdated website], 19th December 2011

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13487>)

Hausbrauer Nassauer Land – Jahrestreffen 2012 [restored from my crashed website], 1st September 2012 (DEU

<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13685>, ENG <http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13694>, POL

<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13699>)

Alt Oberurseler Brauhaus [restored from my crashed website], 21st December 2013

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13274>)

29. Lahnsteiner Bierseminar – „Im tiefen Keller reif' ich hier“ [restored from my crashed website], 6th March

2014 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13327>)

Pivovar Černý Orel [update], 15th October 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=1770>)

Brauhaus Wallhall [update], 24th October 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=2831>)

BrewMaltster – Braxar GmbH [update], 27th October 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=2837>)

Orca Brau [update], 31st October 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12342>)

Beer Nuggets: Königlich-bayerischer Biergenuss aus dem Allgäu – Brau-Manufactur Allgäu bringt mit

„Neuschwanstein“ königlichen Glanz ins Bier-Regal, 9th November 2017

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13268>)

Beer Nuggets: Röhr-Bräu – ein echtes Schnäppchen – Denner-Bier: Zwei Männer aus Hasperde kaufen Brauerei,

19th November 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13338>)

Beer Nuggets: Robin Green AG – Craft Beer Revolution Company, 24th November 2017

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13448>)

Rodinný Pivovar Hendrych, 27th November 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13343>)

Beer Nuggets: Lindr – Chladicí a výčepní technika – Czech up Your Beer – Cooling and Dispensing Systems, 29th

November 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13548>)

Hotel Pivovarská Bašta, 29th November 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13363>)

Pivovar Lindr Mžany, 29th November 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13383>)

Zimní Lišeňský Pivní Festival na Dělnáku 2017, 2nd December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13395>)

Günther Thömmes: „Jetzt gibt es kein Bier, sondern Kölsch!“, 3rd December 2017

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13417>)

Braumanufaktur Hertl, 4th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13430>)

Dicke Wutz, 4th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13466>)

Lervig Aktiebryggeri, 5th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13496>)

På Kornet, 5th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13524>)
Kuchems Brauhaus, 8th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13538>)
Homburger Brauhaus, 8th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13553>)
Les BerThoM à Metz, 8th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13592>)
Aux Paraiges, 8th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13608>)
Vivian's Pub Fairy, 8th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13623>)
Microbrasserie Bon Poison, 9th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13635>)
La Bière de Metz, 9th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13678>)
Little Delirium Café Nancy, 9th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13718>)
Les BerThoM à Nancy, 9th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13731>)
Le Ch'timi, 10th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13743>)
Rizmajer Sörház – Blaha, 16th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13769>)
Legenda Sörfözde Pub, 16th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13786>)
Jónás Kézműves Sörház, 17th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13802>)
Fővárosi Sörfözde, 18th December 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13812>)



Brunnenbräu® Bier-Blog und Hausbrauerei
A.B. Svojsíka 760/49
682 01 Vyškov
Tschechische Republik
+49 176 4570 9422
[**cbo@brunnenbraeu.de**](mailto:cbo@brunnenbraeu.de)
[**www.brunnenbraeu.eu**](http://www.brunnenbraeu.eu)