



Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei Newsletter 08/18 (43)

Liebe Freunde und Bierliebhaber in aller Welt!

(in English see below)

In [meinem letzten Newsletter](#) habe ich mich ausschließlich auf das sogenannte „Reinheitsgebot“ fokussiert, und ich hoffe, ich habe Euch damit nicht zu sehr gelangweilt. Aber es ist leider ein Thema, zu dem es noch so viel zu sagen gäbe, spiegelt sich im paternalistischen Umgang mit dem dumm gehaltenen Kunden schließlich auch ein Menschenbild wieder, das eines freiheitlichen und sozialen Rechtsstaates eigentlich unwürdig ist.

Es gibt Bierliebhaber (ich selber gehöre dazu), die gerne einmal ein Stout trinken, das durch Zugabe von Haferflocken eine samtige, seidige Textur bekommt und durch eine Prise Zimt einen Hauch von dem gewissen Etwas, das dieses Bier zu etwas Besonderem macht. Es gibt Brauer, die ein solches Bier gerne herstellen. Und es gibt Händler, die dieses Bier auch verkaufen wollen. Warum nur glauben nun manche Menschen, diesen drei Gruppen einen einvernehmlichen Produktions-, Handels- und Konsumprozess verbieten zu müssen? Wer soll da eigentlich vor wem geschützt werden?

Statt immer nur auf dem sogenannten „Reinheitsgebot“ zu bestehen und dessen angeblichen Einfluss auf die Qualität des Biers herauszustellen, wäre es vielmehr angebracht, wenn der [Deutsche Brauer-Bund](#) einmal eine ganz andere Qualitätsoffensive auf dem deutschen Markt starten würde, nämlich einen Kampf gegen schlecht behandeltes Bier! Da liegt in Deutschland nämlich unendlich viel im Argen, und im Resultat bekommt der Bierliebhaber viel zu oft Bier von schlechter, sehr, sehr schlechter Qualität. Und er akzeptiert es, weil er nichts anderes kennt.

Wie sieht es denn in unserem Land aus?

Das Bier, das die Brauerei frisch verlässt, ist eigentlich immer von bester Qualität. Selbst Brauereien, die ein schlechtes Image haben (Oettinger muss in Diskussionsforen immer als schlechtes Beispiel herhalten, weil es als minderwertiges Billigbier gibt, aber es sorgt bei Blindverkostungen immer wieder für – positive! – Überraschungen), produzieren hochwertiges und qualitativ gutes Bier. Sonst wären sie wohl recht schnell weg vom Fenster, weil wirtschaftlich am Ende.

Aber was passiert dann? Im Sommer (und der war 2018 ja lang genug) wird das Bier auf den Lastwagen geladen und zum Getränkemarkt gebracht. Im Lastwagen wird es warm und wärmer, und wenn er 'zig, vielleicht sogar hunderte Kilometer durchs Land juckelt, auch mal richtig heiß. Gleichzeitig wird das Bier gut durchgeschüttelt. Dann wird es palettenweise im Getränkemarkt abgeladen und von diesem gerne mal („Angebot des Monats: Oktoberfestbier schon Ende August!“) vor die Eingangstür gestellt, damit es der Kunde auch sieht. Und da steht es dann, in der prallen Sonne. Es bleibt kuschelig warm, die Ultraviolett-Anteile im Sonnenlicht werden von grünen Flaschen wenig, aber auch von braunen Flaschen nur anteilig herausgefiltert und sorgen im Bier für eine Degradation der Inhaltsstoffe. Es entsteht der sogenannte Lichtgeschmack (speziell bei Bier in grünen Flaschen empfindet der Konsument diesen oft als Prädikat und ist enttäuscht, wenn er bei einer frischen Flasche oder Dose fehlt), und das Bier altert vorzeitig (nicht umsonst machen Brauereien in ihren Laboren die Tests auf Alterungsbeständigkeit in Wärmekammern unter künstlichem UV-Licht).

Irgendwann wird es gekauft, in den Kofferraum geladen, dort manchmal vergessen und noch ein paar Tage pseudo-pasteurisiert und fleißig weiter geschüttelt, und dann wird es kurz vor dem Trinken im Gefrierfach des Kühlschranks gewaltsam heruntergekühlt, manchmal auch aus Versehen leicht eingefroren. Ich habe dieses Drama in meinem [Newsletter 06/2018](#) ja schon einmal kurz erwähnt.

Hier wäre doch einmal eine Aufklärungskampagne des Brauer-Bundes angemessen. Und vielleicht auch mal eine Initiative der Brauereien, eine geschlossene Kühlkette aufzubauen. Frisches, kühles Bier, direkt aus der Brauerei in den Kühllaster, dann von dort in einen Kühlraum im Getränkemarkt (Einzelflaschen gerne in Kühlschränke), und dann mit der Aufforderung, es auch zu Hause kühl (besser: kalt!) und dunkel zu lagern, verkaufen.

Geht nicht? Ist zu teuer? Zu umständlich? So große Kühlräume, so viele Kühlschränke, das funktioniert alles gar nicht? Dazu ist Bier zu billig? Ach, wieso funktioniert es denn problemlos in den Supermärkten gleich neben dem Getränkemarkt? Endlose Reihen von Kühltruhen und Kühlschränken mit Joghurt, Tiefkühlpizza, Spinat und Pommes. Alles Billigprodukte. Alle gekühlt. Geht also doch. Wenn man will.

[Braufactum](#) macht es für seine (zugegebenermaßen hochwertigen und höherpreisigen) Biere vor. Alles geht, wenn man will. Aber man will in Deutschland offensichtlich nicht. Der Brauer-Bund kümmert sich nicht, die Brauereien interessiert es nicht. Stattdessen lamentiert man, dass der Bierkonsum sachte, aber stetig zurückginge, und versucht, durch Schönreden der Zahlen sich selbst zu belügen und die Situation nicht so dramatisch erscheinen zu lassen.



Dieses Bier schmeckte leider nach Karton – ein typischer Alterungsgeschmack, den es bestimmt noch nicht hatte, als es die Brauerei verließ. Vermutlich zu warm oder zu lange gelagert. Oder beides.

Aber es geht ja noch schlimmer:

Selbst wenn wir einmal annehmen, dass das Bier bis zum Moment des ersten Verkaufs noch nicht misshandelt wurde, kann der Konsument trotzdem reinfallen. Und das möglicherweise sogar beim Rampenverkauf direkt ab Brauerei.

Wie das?

Es gibt leider in vielen Brauereien und in fast allen Getränkemarkten die Unsitte, Gebinde, die bei einem Volks- oder Vereinsfest oder bei einer Gartenparty nicht verbraucht wurden, wieder zurückzunehmen und das Geld zu erstatten. So schön das für diejenigen ist, die die Feier veranstaltet haben, so schlecht kann das für die Kundin sein, die das Bier als nächstes, also gewissermaßen zum zweiten Mal kauft. Das Fass, die Dose, die Flasche mögen von außen ganz wunderbar aussehen, das Mindesthaltbarkeitsdatum (das, nebenbei bemerkt, meistens erstaunlich großzügig bemessen ist und dem Kunden vorgaukelt, dass es überhaupt nicht schlimm sei, ein Bier noch ein paar Monate im Heizungskeller stehen zu lassen) mag noch in weiter Ferne liegen, aber das Bier hat vielleicht das Schlimmste schon hinter sich. Hat es neben dem Grill gestanden und ist dann schön warm geworden? Wurde es vielleicht genau deswegen nicht mehr getrunken und ist übriggeblieben? Oder, im Winter, hat es im Schnee auf dem Balkon

gestanden und ist leicht angefroren? Oder ist es gar, und das habe ich seinerzeit, als ich noch im Westerwald lebte, bei einem Nachbarn tatsächlich erlebt, in Teilen gegen alte Flaschen ausgetauscht worden? „Kuck mal hier, Volker, ich habe noch ein paar Flaschen vom vorletzten Jahr. Wenn ich den Kasten vom Grillfest morgen zurückgebe, dann möge ich die einfach mal dazwischen und nehme mir ein paar frische Flaschen in den Kühlschrank!“

Eine entsetzliche Vorstellung. Oder nicht?

Warum machen es die Brauereien und Getränkehändler nicht so, wie die kleine Metzgerei in Andorf in Oberösterreich, die es [im Netz ganz klar formuliert](#) hat: „Es kommen immer wieder Anfragen bezüglich Warenrücknahme von Vereinsfeiern oder auch von privaten Veranstaltungen! – NEIN - wir nehmen nichts zurück! – WARUM EIGENTLICH NICHT? – Ganz logisch! – Unsere Kunden können bei uns 100% darauf Vertrauen, dass die gekaufte Ware absolut frisch ist und NOCH NIE AUSSER HAUS bei einem anderen im Kühlschrank / Kühlanhänger gelegen hat! – Also ehrlich - ich möchte nichts, was schon ein anderer zurückgegeben hat - DU DOCH AUCH NICHT!!!! - Wir sehen uns in Deiner FRISCHE Metzgerei“

Tja, warum nicht?

Weil Bier in Deutschland ein Billigprodukt ist, weil kaum ein Konsument weiß, wie man Bier richtig behandelt und lagert, und weil selbst diejenigen, die versuchen, den Horizont des deutschen Fernsehbiertrinkers zu erweitern, nämlich die Protagonisten der noch jungen Craft- und Kreativbierszene es ebenfalls falsch machen. Tolle Getränkemärkte, Bottle Shops und Spezialbierhändler finden wir mittlerweile, aber wie viele von ihnen haben mehr als nur einen Kühlschrank, der eigentlich ausschließlich für's Wegbier gedacht ist? Na klar, ich kann Starkbiere wie Barrel Aged Double Bocks, die meisten Trappisten, Barley Wines, Eisböcke und ähnliches auch bei Zimmertemperatur lagern. Denen macht das nicht viel aus. Aber wie steht es um die leichten und hopfengestopften Biere, um Pale Ales, Session IPAs, New England IPAs, Pilsner, Lagerbiere, Weißbiere und all die anderen wunderbaren, aber empfindlichen Sorten? Bei wem stehen die wirklich konsequent im Kühlschrank?



Ein Bier, bei dem der Hersteller Wert auf eine geschlossene Kühlkette von der Brauerei bis zum Restaurant achtet, und bei dem auch die Zapfanlage und deren Pflege sorgfältig kontrolliert wird. Man schmeckt den Unterschied.

Macht doch einfach mal selbst einen Versuch, geht zum Getränkehändler Eures Vertrauens und schaut Euch mal bewusst um. Dreht die eine oder andere handwarm gelagerte Flasche um und schaut auf das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD).

Ach, und achtet doch auch einmal darauf: Auf wie vielen Flaschen steht eigentlich das Abfülldatum? Das wäre für den Verbraucher eigentlich noch viel interessanter als das MHD! Denn, wie oben schon angedeutet: Das MHD liegt oft noch in erstaunlich weiter Ferne, wenn das Bier sein geschmackliches Optimum schon eine Weile hinter sich

gelassen hat. Auch hier täte sich ein weites Betätigungsfeld für den [Brauer-Bund](#) auf. Leider aber auch für die kleinen [Kreativbrauer...](#)

Es ist mal wieder zum Heulen. Es gibt so viel Verbesserungspotenzial, und stattdessen fokussieren sich die Brauer immer wieder auf billige Marketingkampagnen, auf merkwürdige Stars und Sternchen, die ihr Bier als Werbeträger loben sollen, auf bunte Etiketten und frisches Design der Bierkästen. Gäben sie das Geld für all diese lächerlichen Aktionen stattdessen für eine Qualitätsoffensive aus, ach, was gäbe es für wunderbare Biere in Deutschland! Selbst die aus den großen Bierfabriken würden plötzlich ganz anders schmecken. Oder habt Ihr Euch nicht schon einmal bei einer Brauereibesichtigung in Jever, Warstein oder Krombach gewundert, warum das dort angebotene Verkostungsbier um so viel besser und aromatischer schmeckt als das, was Ihr im Getränkemarkt oder der Kneipe um die Ecke vorfindet?

Ich schon!

Verbringt ein schönes Weihnachtsfest und kommt gut rein ins neue Jahr 2019, das uns hoffentlich jede Menge tolle Biererlebnisse beschern wird. 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.



Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei Newsletter 08/18 (43)

Dear Friends and Beer Aficionados all over the world!

(auf Deutsch siehe oben)

In [my last newsletter](#), I focused exclusively on the so-called "Purity Law", and I hope I have not bored you too much with that. But unfortunately, this is a topic, to which there is still so much to say: In the paternalistic way of treating customers, who are kept stupid, it mirrors a human image that actually should be beneath the dignity of a free and social constitutional democracy.

There are beer lovers (and I belong to that group, too), who like to drink a stout, that gets a velvety, silky texture by adding oatmeal, and where a pinch of cinnamon adds a little extra that makes this beer something special. There are brewers, who like to brew such a beer. And there are dealers, who want to sell this beer, too. But why do some people believe that they should ban these three groups from having a production, trade, and consumption process by mutual consent? Who shall be protected from whom, here?

Instead of insisting only on the so-called "Purity Law" and highlighting its alleged good influence on the beer quality, it would be more appropriate if the [German Brewers Association](#) would launch a completely different quality

offensive on the German market, namely a fight against badly treated beer! In this field, there is an awful lot in disorder, and as a result the German beer lover gets beer of poor, very, very poor quality way too often. And he accepts it, because he doesn't know better.

So, how are things in our country?

Beer that leaves the brewery is at that moment always of highest quality. Even breweries that have a bad image brew high-quality beer (in internet forums, Oettinger always has to serve as a bad example, because people perceive it as inferior, below-standard beer; but in blind tastings, it always provides – positive – surprises). Otherwise, for economic reasons, they would quickly be a has-been.

But what happens then? In the summer (and the summer was indeed, long enough in 2018), the beer is loaded onto the lorry and taken to the bottle shop. The lorry gets warm and warmer, and when it tootles tens, maybe even hundreds of kilometres through the countryside, it gets really hot. At the same time, the beer is shaken well. Then the pallets are unloaded at the bottle shop and put in front of the entrance ("Offer of the month: Oktoberfest Beer already at the end of August!"), so that the customer can see the beer. And there it stands, in the blazing sun. It remains toasty; the green bottles don't filter the ultraviolet components from the sunlight very well, and the brown bottles are only a bit better, so the beer starts degrading its ingredients. As a result, it will be light struck (lovers of beer in green bottles often perceive this as a predicate and are disappointed, if the skunky smell is missing in a fresh bottle or can) and ages prematurely (guess, why the breweries in their labs perform the tests on aging in heat chambers under artificial UV light).

At some point, the beer will be bought, loaded into the trunk, sometimes forgotten there and pseudo-pasteurized and shaken for a few more days, and finally, shortly before drinking, it is cooled down in the freezer by force, sometimes even accidentally slightly frozen. I mentioned this drama briefly in my [Newsletter 06/2018](#).



Unfortunately, this beer tasted of cardboard – a typical sign of aged beer, a taste that it certainly didn't yet have when it left the brewery. Probably stored too warm or too long. Or both.

Wouldn't it be appropriate if the Brewers Association started an education campaign in this field? Or even an initiative by the breweries to establish an uninterrupted cool chain? Fresh, cold beer, straight from the brewery into a refrigerated container truck, from there into a cooling chamber at the bottle shop (single bottles in refrigerators), and then selling it to the customer with the strong recommendation to keep storing it cool (better: cold) and dark!

Impossible? Too expensive? Too complicated? We would need large cooling chambers, many refrigerators – that wouldn't work at all? Beer is a too cheap product for that? Oh, but then: Why does it work without problems in the supermarkets next to the beverage market? Endless rows of freezers and refrigerators with yoghurt, frozen pizza, spinach and fries. These are all cheap products, too. All cooled. There you go! You just have to want to!

[Braufactum](#) shows us how to do it properly with its (admittedly high-quality and higher-priced) beers. Everything is possible, if you really want to. But obviously, nearly nobody wants to in Germany. The Brewers Association doesn't care, the breweries aren't interested. Instead, they are lamenting that beer consumption slowly, but steadily goes down, and they are trying to lie to themselves by whitewashing the economic figures in order not to let the situation look too dramatic.

But it is even worse:

Even if we assume that the beer was not mistreated until the moment of the first sale, the consumer can still end up with a bad surprise. It may even happen during the direct sale at the brewery's premises.

How come?

Unfortunately, in many breweries and in almost all larger bottle shops and beverage markets, there is the bad habit of taking back packages that were not consumed at a club or garden party, and of reimbursing the money – as long as the containers are still sealed. As nice as this is for those, who have organized the party, as bad may it be for the next customer, who buys this beer "for the second time", so to say. The barrel, the can, the bottle may look good from the outside, the best before date (which, by the way, is usually surprisingly generous and pretends to the customer that it is not bad at all to have a beer in the boiler room for a few more months) may still be a long way off, but the beer may already have made the worst experiences. Did it stand next to the barbecue and did it get warm and toasty? Maybe that's why it was not consumed anymore and was left over? Or, in winter time, did it stand in the snow on the balcony and was slightly frozen? Or has it even been (and when I was still living in the Westerwald area, I actually experienced this with one of our neighbours) exchanged partly for old bottles? "Look here, Volker, I still have a few bottles from last year. If I return the crate, which has been left over from today's barbeque, to the bottle shop tomorrow, I'll just secretly exchange them and will have some fresh bottles in the fridge!"

Horrible to imagine, isn't it? But I happens...

Why don't breweries and bottle shops do it in the same way as the small butcher in Andorf in Upper Austria, which [stated very clearly in the internet](#): "There are always inquiries about taking back products after club celebrations or private events! – NO – we do not take anything back! – WHY NOT? – Very logical! – Our customers can trust us 100% that purchased goods are absolutely fresh and have NEVER BEEN OUT OF THE HOUSE resting in another refrigerator / cooling trailer! – Honestly – I do not want to buy anything that someone else has already returned – NEITHER DO YOU!!!! – See you in your FRESH butcher shop" („Es kommen immer wieder Anfragen bezüglich Warenrücknahme von Vereinsfeiern oder auch von privaten Veranstaltungen! – NEIN - wir nehmen nichts zurück! – WARUM EIGENTLICH NICHT? – Ganz logisch! – Unsere Kunden können bei uns 100% darauf Vertrauen, dass die gekaufte Ware absolut frisch ist und NOCH NIE AUSSER HAUS bei einem anderen im Kühlschrank / Kühlanhänger gelegen hat! – Also ehrlich - ich möchte nichts, was schon ein anderer zurückgegeben hat - DU DOCH AUCH NICHT!!!! - Wir sehen uns in Deiner FRISCHE Metzgerei“)

Well, why not?

Because beer is a cheap product in Germany, because hardly any consumer knows how to handle and store beer properly, and because even those, who try to broaden the horizons of the German Eurolager Swill Drinkers, namely the protagonists of the still young craft and creative beer scene, do wrong. As of now, we find great beverage markets, bottle shops and specialty beer retailers everywhere, but how many of them have more than just a single fridge, which is only meant for beer to go? Of course, I can store strong beers such as Barrel Aged Double Bocks, most Trappists, Barley Wines, Ice Bocks, and the like at room temperature, too. These styles don't suffer from this. But what about all the lighter and the hoppier beers, Pale Ales, Session IPAs, New England IPAs, Pilsners, Lagers, Wheat Beers, and all the other wonderful, yet delicate strains? Who is really putting them consistently in the fridge?

Just do it yourself, go to your local bottle-shop and look around. Turn the one or the other hand-warm stored bottle and look at the back label for the best before date (BBD).

Oh, and please, pay attention to the following: How many bottles are actually marked with the bottling date? That, in fact, would be much more interesting for the consumer than the BBD! Because, as already indicated above: The BBD is often astonishingly far in the future, set to a date, when the beer has left its optimum already way behind. Here, too, we could open up a wide field of activity for the [Brewers Association](#). And, unfortunately, for the smaller group of the [creative brewers](#), too...



A beer, where the manufacturer pays attention to a closed cooling chain from the brewery to the restaurant, and where even the dispenser and the cleaning processes are carefully controlled. You can taste the difference.

One could cry. There is so much room for improvement, and instead, the brewers are constantly focusing on cheap marketing campaigns, on strange stars and celebrities, who shall act as advertising models praising their beers, on colourful labels and fresh design of the beer crates. Would they spend all this money for a quality campaign instead of all those ridiculous actions, oh, what wonderful beers we would have in Germany! Even those from the big beer factories would suddenly taste very different. Being on a brewery tour in Jever, Warstein or Krombach – haven't you ever wondered, why the beer offered in place tastes so much better and more aromatic than the beer, which you find in the bottle shop or in the pub around the corner?

I did – quite often!

Spend a nice Christmas and be careful stepping into the new year 2019. May it provide us lots of great and beery experiences. 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](#).

List of recently added entries:

- Haus- und Hobbybrauertage 2006 – Tettngang [transferred from my outdated website], 6th August 2006 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20467>)
- Hausbrauerei Rampendahl [transferred from my outdated website], 30th September 2011 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21420>)
- Warwik Bryghus [restored from my crashed website], 2nd May 2012 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21398>)
- Die Tour de Bier 2012 – Bayreuth [transferred from my outdated website], 13th May 2012 (DEU: <http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21209>, ENG: <http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21261>)
- Brandauer's Schlossbräu [updated], 1st August 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=13587>)
- BeerLovers Craft Beer Store [updated], 2nd August 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=3367>)
- Muttermilch Vienna Brewery [updated], 2nd August 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=16649>)
- Stadtboden [updated], 3rd August 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=18006>)
- Hawidere – Burger & Bier [updated], 4th August 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=4465>)
- Malefitz [updated], 28th September 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=14712>)
- Bar Oorlam, 12th October 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20501>)
- Günther Thömmes – Das Erbe des Bierzauberers, 13th October 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20523>)
- Höss Biererlebnis, 27th October 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20600>)
- Brauerei und Gasthof Kronburg, 28th October 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20689>)
- Radniční Restaurace a Pivovar, 2nd November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20713>)
- OSSEGG Praha – Pivovar & Restaurace, 3rd November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20723>)
- Fat Cat Brewery & Pub, 3rd November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20732>)
- Wirtshaus Rechthaler Hof, 4th November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20798>)
- Beer Nuggets: Bieradventskalender – 24 Biere aus Sachsen, 9th November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20621>)
- Craft Bier Dinner Akams, 9th November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20841>)
- Irland trifft Allgäu, 17th November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20894>)
- Brauhund, 22nd November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20926>)
- Pre-Craft Bier Fest Wien TTOs, 22nd November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=20995>)
- Exklusives Beer & Cheese Tasting, 23rd November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21141>)
- Craft Bier Fest Wien, 24th November 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21169>)
- Paulaner am Nockherberg, 5th December 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21310>)
- Cervezas La Cibeles S.L. [update], 6th December 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=9146>)
- MühlenBar, 13th December 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21450>)
- craftbeer corner coeln, 13th December 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21480>)
- Brauerei Reichenbrand GmbH & Co / Bräu-Stübl, 15th December 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21511>)
- Restauracja Česká, 16th December 2018 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=21557>)



Brunnenbräu® Bier-Blog und Hausbrauerei
Imnhof 2
87 547 Burgberg im Allgäu
Bundesrepublik Deutschland
+49 176 4570 9422
cbo@brunnenbraeu.de
www.brunnenbraeu.eu