



Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei Newsletter 06/17

Dear Friends and Beer Aficionados all over the world!

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

Well, I've actually been quite successful in provoking in [my last newsletter](#). Hooray! I was brave enough to write about “the still most boring (...) beer market of the Old World” addressing with these words good old Germany. Ha, I got a number of more or less formal protest notes, in particular from Berlin, Hamburg and Franconia. “Boring? Far from it!”, they said; one writer even signed as a “not at all bored beer fan from the Franconia Forest”.

And you know what? These ladies and gentlemen are right! From their perspective and reading their statements thoroughly, it is true. Completely! Germany's beer market is not boring. But it is more boring than the others, or with other words, the other beer markets are, well, less boring. This is the crux of using the comparative and the superlative. Both forms are always relative, never absolute. If you're better than me, it does not mean you're good. Maybe just a little bit less bad than me. And if I am the best, then it might mean that I am the least dorky of three dorks, but definitely not yet a second Einstein.

It is significant, too, that the answers mainly came from exactly those three regions in Germany, where the beer market is indeed not boring. From Berlin, where small breweries are opening at every second block, or at least an innkeeper decides to install a bar with a dozen taps. From Hamburg, where a wide selection of beer is considered good customs – even in the Elbphilharmonie, and even if the beer price is astronomically high everywhere. From Franconia, where the beer market has never been boring and will never get boring; but even there, we can find room for improvement.

But let us leave the craft beer scene's centres of gravity. Let's walk into a random restaurant in the German province, be it a pizzeria or Greek restaurant, a Balkan Grill or Döner, for my sake a good German middle-class restaurant, too. Not too far in the countryside, that would be too easy, but in a small, good-for-nothing town like Paderborn, Pirmasens, Pasewalk or Payrischzell (the latter for the alliteration's sake and in order to distribute my malice evenly over the republic). What do we expect when we order a beer there? Correct: A fizzy industrial product like Warsteiner (the ones who are trying to increase their sales by introducing newly designed beer crates in a different colour!), Radeberger (the pudding powder brand of Dr. Oetker) or SpatenLöwenbräuFranziskaner (all united under the umbrella of the soon-to-be world monopolist ABInBev). This is the real beer boredom! Caused by gagging contracts, which first offer the landlord an appropriate bar equipment including stools, umbrellas, glasses and dispensing system for free, but then bind him to a brand and slowly, very slowly strangulate him with continuously raising minimum purchase quantities of their products.

And this is really quite different to our neighbouring countries. I do not want to mention Belgium. Dozens of beer styles in almost every beer café. Or the Netherlands, where there are always at least half a dozen different beers in the menu (and if I say “different”, then I mean “different” and not the choice between Warsteiner Pils, Warsteiner Herb, Warsteiner Light and Warsteiner Free – oh, wait, no, Warsteiner Light is not available anymore...). Let's look at Poland or the Czech Republic: Even in the deepest province the pubs have beers from three, four different regional breweries on tap, more and more often we can even find beers from the tiny breweries in the neighbourhood. Or Austria: Exciting beer styles now even at the pretzel baker's shop at the airport.

The boredom in Germany will not be over before it has become absolutely normal and self-evident to find at least a handful or more different beers in every restaurant and bar – just like it is the case with wine. It will be over, when the local supermarket offers more than just the standard crates for 6,99 EUR (Oettinger? Wasn't that a politician in the European Union?). And then, please, provide the beer in a cooling chain and don't store

it piss-warm under bright light, and tell me later: “Well, we tried to introduce some special beers, but the customers complained that the beers were bland and skunky, after we had placed them for advertising purposes in the sunny and bright shop window...”

Funny thing, this boredom. It goes hand in hand with the customer’s simple-mindedness. If he does not recognize his own responsibility and does not complain to the dealer that the good beer is badly treated, because he does not know that good beer needs good care, then nothing can help.

But it is not only the simple-mindedness that leads to boredom, it is also the paternalism that prevails in Germany, where people continually feel called upon to dictate to the consumer and the drinker what those should like. Paternalist X (it can be a woman, too, may she fictionally be called Frauke P. or Claudia R.) might not like beer Y. And instead of simply not drinking beer Y, he or she would rather like to spoil the others’ joy, or even better, ban it and prohibit beer Y completely. “Nobody needs this stuff”, he or she says, and “this does not taste like real beer”, and means rather “I do not like it, it tastes different to my favourite beer, hence, I cannot imagine that others like it. So, it might be the best to simply forbid this beer.” It seems perfectly fit for a country of millions of Wisenheimers and Know-it-alls, in which every Bourgeois believes that he is called to educate his neighbours, colleagues, passengers or opposites, how to behave and what to like.

But, what am I actually getting excited about? Keep calm and let the company consultants and advertising gurus conquer the ailing breweries of the country! Let them come up with original ideas, such as new advertising figures (“The Roland Berger, who is now working for Warsteiner, almost looks like Jürgen Klopp, doesn’t he?”), new bottle shapes (“Paulaner Zwickl now in a 0,4-liter-bottle, nobody will recognize that we are cheating the customers by 20% less beer! And why the hell should we be interested in the return rate of our individually designed returnable bottle?”), new beer crates (“Golden crates instead of yellow ones will rescue Warsteiner from bankruptcy!”) and new sweepstakes (“Find the Krombacher crown cap with the top award and then drag your friends to court, and struggle, who will own the beautiful Audi Sportsback!”)

What do you say? It is the taste of the beers that matters? Oh, really? That’s completely new for me, and I cannot believe it. No, it is all about market shares, contentiousness, pettiness and dialectics.

How can a non-boring and colourful beer scene grow under these circumstances? ... I ask myself as your chronicler, chief beer officer and beer traveller. But of course, I’m not doing this without pointing out that there are many reports in the link list below, which are not at all boring, right the opposite!

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](#).



This is the beer choice you will find in any given fast food in Copenhagen. Still questions about boredom in Germany?



Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei Newsletter 06/17

Liebe Freunde und Bierliebhaber in aller Welt!

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

Oh, da habe ich [im letzten Newsletter](#) doch tatsächlich erfolgreich provoziert. Hurra! Erdreistete ich mich doch, vom „immer noch im Vergleich langweiligsten (...) Biermarkt der Alten Welt“ zu schreiben und Deutschland zu meinen. Na, da kam dann aber eine Reihe von mehr oder weniger formvollendeten Protestnoten. Besonders aus Berlin, Hamburg und Franken. „Langweilig? Weit gefehlt!“, hieß es, oder es meldete sich ein „gar nicht gelangweilter Bier-Fan aus dem Frankenwald“.

Und wisst Ihr was? Die Damen und Herren haben ja recht! Aus ihrer Perspektive und ihre Feststellungen gründlich gelesen, stimmt es ja. Ganz und gar! Deutschlands Biermarkt ist nicht langweilig. Aber die anderen Biermärkte sind eben noch weniger langweilig. Das ist die Krux des Komparativs und des Superlativs. Beide Steigerungsformen sind relativ, nie absolut. Wenn Du besser bist als ich, dann heißt das noch lange nicht, dass Du gut bist. Sondern vielleicht nur ein kleines bisschen weniger schlecht als ich. Und wenn ich der Beste bin, dann kann das auch heißen, dass ich von drei Deppen der am wenigsten depperte bin, aber noch lange kein zweiter Einstein.

Bezeichnend auch, dass die Antworten vorwiegend aus genau den drei Regionen in Deutschland kamen, wo der Biermarkt in der Tat nicht langweilig ist. Aus Berlin, wo an jeder Straßenecke eine kleine Brauerei aufmacht oder wenigstens ein Gastwirt eine Zapfbatterie mit einem Dutzend Zapfhähnen installiert. Aus Hamburg, wo eine breite Bierauswahl mittlerweile zum guten Ton gehört – selbst in der Elbphilharmonie. Wenn auch da wie andernorts zu völlig überhöhten Mondpreisen. Aus Franken, wo der Biermarkt noch nie langweilig war und auch nie langweilig werden wird; aber auch da ist Steigerung möglich.

Aber jetzt verlassen wir gedanklich mal die Kraftzentren der Craftscene. Gehen wir in eine x-beliebige Gastwirtschaft in der deutschen Provinz, Pizzeria oder Grieche, Balkangrill oder Döner, gerne auch gutbürgerlich. Nicht ganz auf's Dorf, das wäre zu einfach, sondern in eine kleine, nichtsnutzige Stadt wie Paderborn, Pirmasens, Pasewalk oder Payrischzell (dem Stabreim zuliebe und um meine Häme gleichmäßig über die Republik zu verteilen). Was erwarten wir denn dort, wenn wir ein Bier bestellen? Richtig: Ein Industriebier. Warsteiner (das sind die, die ihre Rettung jetzt in einem neuen Bierkasten suchen!), Radeberger (die Puddingpulvermarke von Dr. Oetker) oder SpatenLöwenbräuFranziskaner (alle unter dem Dach des Bald-Schon-Welt-Monopolisten ABInBev vereint). Da herrscht doch die wirkliche Bier-Langeweile! Verursacht durch Knebelverträge, die dem Gastronomen zwar eine zweckmäßige Ausstattung mit Gestühl, Sonnenschirmen, Gläsern und Zapfanlage bieten, ihn dann aber an eine Marke binden und ihn mit steigenden Mindestabnahmemengen langsam, ganz langsam strangulieren.

Und das ist nun wirklich ganz anders als in unseren Nachbarländern. Ich will ja gar nicht mit Belgien angeben. Zig Biersorten in fast jedem Biercafé. Oder mit den Niederlanden, wo es eigentlich auch in der Provinz immer gleich ein halbes Dutzend unterschiedlicher Biere in der Karte gibt (und wenn ich sage „unterschiedlich“, dann meine ich „unterschiedlich“, und nicht die Auswahl zwischen Warsteiner Pils, Warsteiner Herb, Warsteiner Light und Warsteiner Free – ach nee, Warsteiner Light gibt es ja auch schon nicht mehr...). Schauen wir doch mal nach Polen oder nach Tschechien: Selbst in der tiefsten Provinz gibt es dort Bier von drei, vier unterschiedlichen Regionalbrauereien in der Kneipe, immer öfter auch von winzigen Brauereien in der Nachbarschaft. Oder Österreich: Spannende Bierstile mittlerweile selbst beim Brezelbäcker im Flughafen.

Die Langeweile in Deutschland ist erst dann wirklich vorbei, wenn es genauso selbstverständlich geworden ist, eine Handvoll oder mehr unterschiedliche Biere anzubieten, wie es beim Wein schon lange der Fall ist. Wenn auch im Supermarkt mehr als nur die üblichen Verdächtigen im Kasten für 6,99 EUR (Oettinger? Ich dachte, der wäre jetzt in Brüssel?) zu finden sind. Und dann, bitteschön, auch gekühlt und nicht pisswarm unter hellem Licht, wo es dann später heißt: „Wir haben es doch probiert mit ein paar besonderen Bieren, aber die Kunden haben sich beklagt, dass die Biere fahl und nach Stinktief geschmeckt haben, nachdem wir sie zu Werbezwecken ins sonnenbeschiedene Schaufenster gestellt hatten...“

So ist das nämlich mit der Langeweile. Sie geht Hand in Hand mit der Einfalt des Konsumenten. Er hat sie selbst zu verantworten. Wenn er sich nämlich nicht beim Händler darüber beklagt, dass das gute Bier schlecht behandelt wird. Weil er gar nicht weiß, dass gutes Bier der guten Pflege bedarf.

Aber es ist ja nicht nur die Einfalt, die zu Langeweile führt, es ist auch der in Deutschland herrschende Paternalismus, wo sich immer wieder andere dazu berufen fühlen, dem Konsumenten und Biertrinker vorzuschreiben, was er zu mögen hat. Der Paternalist X (gerne auch die Paternalistin, möge sie nun fiktiv Frauke P. oder Claudia R. heißen!) mag vielleicht das Bier Y nicht. Und anstelle, dass es damit sein Bewenden hat, möchte er oder sie allen anderen den Genuss dann auch madig machen oder, besser noch, gleich ganz verbieten. „Das braucht kein Mensch“, ruft er oder sie dann, „das ist doch gar kein Bier mehr“ und meint doch eher „Ich mag es nicht, es schmeckt anders als mein Lieblingsbier, und ich kann mir nicht vorstellen, dass andere es mögen. Lasst es uns daher am besten verbieten!“ Passend für ein Land der Oberlehrer und Besserwisser, in dem jeder Dorfspießer glaubt, es seinen Nachbarn, Nebenmännern und -frauen oder Beifahrern vorschreiben zu müssen, können, dürfen, wie diese zu leben haben.

Aber ach, was rege ich mich auf. Lass doch die Unternehmensberater und Werbeheinis bei den siechen Brauereien des Landes einfallen! Lass sie mit originellen Ideen kommen, wie neuen Werbefiguren („Der Roland Berger, der jetzt bei Warsteiner arbeitet, sieht ja fast aus wie Jürgen Klopp. Hat vermutlich auch genauso wenig Ahnung von Bierstilen und -aromen.“), neuen Flaschenformen („Paulaner Zwickl in der 0,4-l-Flasche. Merkt doch keiner, dass wir den Kunden um 20% Biermenge beschneiden! Und was interessiert uns schon die Rücklaufquote dieser neuen Mehrweg-Individual-Flasche?“), neuen Bierkästen („Goldene statt gelbe Warsteinerkisten – ja, das wird in der Krise das Mittel der Wahl sein!“) oder neuen Gewinnspielen („Finde den Krombacher Kronkorken mit dem Hauptgewinn und zerstreite Dich dann vor Gericht mit Deinen Freunden, die Dir den schönen Audi Sportback neiden!“)

Ach, um den Biergeschmack geht es? Wirklich? Seit wann das denn?

Nein, es geht um Marktanteile, Rechthaberei, Kleinlichkeit und Dialektik!

Wie soll da eine spannende Bierszene wachsen? ... fragt sich für dieses Mal Euer Chronist, Chief Beer Officer und Bierreisender, natürlich nicht, ohne darauf zu verweisen, dass sich in der Link-Liste unten viele Berichte finden, die ganz und gar nicht langweilig sind!

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.



In einem beliebigen Souvenirgeschäft in Valencia stehen Biere aus Kleinbrauereien im Schaufenster, und der Laden bietet noch vieles, vieles mehr. Immer noch Fragen zur Bierlangeweile in Deutschland?



Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei
Newsletter 06/17

Drodzy Przyjaciele i Wielbiciele Piwa na całym świecie!

(auf Deutsch siehe oben – in English see above)

Cóż, [w moim ostatnim biuletynie](#) dość skutecznie prowokowałem. Hurra! Byłem na tyle odważny, aby napisać o „najbardziej nudnym (...) piwnym rynku Starego Świata”, kierując się tymi słowami do Niemiec. No i dostałem kilka mniej więcej formalnych protestów, zwłaszcza z Berlina, Hamburga i Frankonii. „Nudny? Daleko od tego!”, pisali, a jeden nawet podpisał jako „wcale nie znudzony fanatyk piwa z Lasu Frankońskiego”.

I wiecie co? Ci panie i panowie mają rację! Z ich punktu widzenia a dokładnie czytając ich wypowiedzi, to jest prawda. Całkowicie! Niemiecki rynek piwa nie jest nudny. Ale jest on bardziej nudny niż inne, lub innymi słowami, inne rynki piwa są mniej nudne. Jest to problem zastosowania porównawczej i superlatywnej formy gramatycznej. Obie formy są zawsze względne, nigdy absolutne. Jeżeli jesteś lepszy ode mnie, to nie znaczy, że jesteś dobry. Może trochę mniej słaby ode mnie. A jeżeli jestem najlepszym, to może oznaczać, że jestem najmniej tępy z trzech tępaków, ale na pewno nie będę już drugim Einsteinem.

Interesującą sprawą jest też, że odpowiedzi pochodziły głównie z właśnie tych rejonów w Niemczech, gdzie rynek piwny rzeczywiście nie jest nudny. Z Berlina, gdzie w każdym drugim bloku otwiera się mały browar lub przynajmniej jakiś wielokran. Z Hamburga, gdzie szeroki wybór piw jest uważany za dobry zwyczaj – nawet w nowej Elbfilharmonii, choć ceny tam są astronomicznie wysokie. Z Frankonii, gdzie rynek piwny nigdy nie był nudny i nigdy nudny nie będzie – ale i tam jest miejsce na dalszy rozwój.

Ale zignorujemy centra sceny piwowarstwa rzemieślniczego. Chodzimy do dowolnej restauracji w niemieckiej prowincji, czy jest to pizzeria czy grecka restauracja, balkan grill czy döner, bądź nawet dobra niemiecka restauracja średniej klasy. Nie idziemy za daleko na wsi, bo byłoby to zbyt łatwe, ale chodźmy na przykład w małe nieznaczące miasteczko Paderborn, Pirmasens, Pasewalk lub Payrischzell (to ostatnie z myślą o aliteracji i celem rozpowszechnienia mojej złośliwości równo w republice). Czego możemy się spodziewać po zamówieniu piwa? Dokładnie: Przegazowany produkt przemysłowy, taki jak Warsteiner (z browaru, który stara się zwiększyć sprzedaż wprowadzając nowo zaprojektowane skrzynki piwne w innym kolorze!), Radeberger (marka króla puddingu, Dr. Oetker) lub SpatenLöwenbräuFranziskaner (wszystkie marki połączone pod dachem niemal monopolisty światowej ABInBev). To jest prawdziwa nuda piwna! Spowodowane przez mordercze kontrakty, które na początku oferują właścicielowi knajpy odpowiednie wyposażenie baru, w tym stoliki, parasole, szklanki i system wyszynkowania, a później wiążą go do marki i powoli, bardzo powoli dławią go, stale podnosząc minimalne ilości zakupu ich produktów.

A to jest zupełnie inaczej niż w naszych sąsiednich krajach. Nie chcę w tym kontekście wspomnieć o Belgii, gdzie znajdujemy dziesiątki stylów piwa w prawie każdej kawiarni. Albo o Holandii, gdzie wszędzie w menu jest co najmniej pół tuzina różnych rodzajów piwa w ofercie (a gdy piszę „różnych”, to znaczy to „różnych”, a nie wybór tylko pomiędzy Warsteiner Pils, Warsteiner Herb, Warsteiner Light i Warsteiner Free – o, poczekaj, nie, Warsteiner Light już nie ma...). Spójrzmy na Polskę lub Republikę Czeską: Nawet gdzieś na wsi mają w pubach piwa z trzech, czterech różnych browarów regionalnych z beczki. A coraz częściej nawet możemy znaleźć piwa z drobnych browarów w okolicy. Lub Austria: Ekscytujące style piwa nawet w piekarni precelek na lotnisku.

Nuda w Niemczech nie będzie się skończyć, zanim stało się zupełnie normalne i oczywiste, że w każdej restauracji i w każdym barze znajdzie się co najmniej kilka lub kilkanaście różnych rodzajów piwa – tak jak to już jest w przypadku win. To się dopiero zakończy, gdy lokalny supermarket oferuje więcej niż tylko standardowe skrzynki za 6,99 EUR (Co? Oettinger? A ja myślałem, że on jest politykiem w Unii Europejskiej!). A wtedy, proszę bardzo, zorganizujcie łańcuch chłodzący, a nie przechowajcie piwo w ciepłym słońcu pod jasnym światłem, a nie powiedzcie później: „Cóż, staraliśmy wprowadzić specjalne piwa, umieściliśmy je w celach reklamowych w słonecznym i jasnym oknie sklepu, ale klienci narzekali, że piwa były mdłe i śmierdziały skunksem...”

Dziwną sprawą, ta nuda. Idzie ona w parze z prostotą klientów. Jeśli klient nie rozumie własnej odpowiedzialności i nie skarży się, że dobre piwa są źle traktowane, ponieważ sam nie wie, że dobre piwo wymaga dobrej opieki, to nikt i nic mu nie może pomóc.

Ale niestety nie jest to tylko prostota ludzi, która prowadzi do nudy, lecz także paternalizm, które panuje w Niemczech, gdzie ludzie ciągle czują się wezwani, aby dyktować konsumentom i piwoszom, co im się podobać ma. Paternalista X (może też być kobietą, nazywamy ją fikcyjnie Frauke P. lub Claudia R.) może nie lubić piwa Y. A zamiast, że on(a) po prostu nie pije piwa Y, to raczej wola zepsuć innym radości picia lub gorzej, chce zabronić owego piwa. „Nikt tego nie potrzebuje”, mówi, „to w ogóle nie jest prawdziwym piwem”, a dalej: „Nie lubię tego, bo smakuje inaczej niż moje ulubione piwo, dlatego też nie wyobrażam sobie, że inni mogą go lubić. Więc, najlepiej po prostu zabronić produkcji tego piwa!” Taki sposób myślenia i działania perfekcyjnie pasuje to kraju milionów przemądrzalców, w którym każdy obywatel uważa, że właśnie on jest wezwany to edukowania swoich sąsiadów, kolegów, kierowców i odpowiedników, jak się mają zachowywać i co mają lubić.

Ale po co w ogóle się denerwuję? Zachowajmy spokój a pozwólmy konsultantom firmowym i reklamowcom przejmować działań kiepskich koncernowych browarów kraju! Pozwól im rozwijać dziwne, „oryginalne” pomysły, jak na przykład nowi postaci w reklamie („Ten Roland Berger, który obecnie pracuje dla Warsteiner, prawie wygląda jak Jürgen Klopp, prawda?”), nowe butelki („Paulaner Zwickl teraz w 0,4-litrowej butelce, a nikt nie dostrzega, że oszukujemy klientów o 20% mniej piwa! A dlaczego – Do diabła! – powinniśmy być zainteresowani zwrotem naszych indywidualnie zaprojektowanych butelek zwrotnych?”), nowe skrzynki na piwo („Złote skrzynki zamiast żółtych ratują Warsteiner przed bankructwem!”) oraz nowe loterie („Znajdź kapsel Krombachera z kodem dla najwyższą nagrodę, a następnie przeciągnij przyjaciół przed sąd w sporze o to, kto będzie właściwym właścicielem pięknego Audi Sportsback!”)

Co mówisz? To smak piwa ma mieć największe znaczenie? Naprawdę? To zupełnie nowe dla mnie i nie mogę w to uwierzyć. Nie, nie, chodzi tu tylko o udziały w rynku, kontrowersje, przygnębienie i dialektykę. Nic więcej!

No, i jak można rozwijać interesującą scenę piwną pod takimi warunkami rynkowymi? ... pyta się Wasz kronikarz, chief beer officer i podróżujący w sprawie piwa. Ale zrobię to nie bez wskazania na to, że na poniższej liście linków znajdujecie wiele artykułów, które, w przeciwieństwie do Niemieckiej sceny piwnej, wcale nie są nudne. Wprost przeciwnie!

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](#).



Kiedyś w przyszłości, taki wybór interesujących piw będzie całkowicie normalny. Nawet w prowincji w Niemczech.

List of recently added entries:

BrauBeviale 2003 [transferred from my outdated website], 14th November 2003

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11742>)

Fürstliches Brauhaus Ellingen [transferred from my outdated website], 5th May 2007

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11561>)

Brauerei Sigwart [transferred from my outdated website], 5th May 2007

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11585>)

Brauerei Schwechat [transferred from my outdated website], 29th February 2008

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12452>)

Bier aus dem Norden – Schaubrauen im Freilichtmuseum Kiekeberg [transferred from my outdated website], 27th April 2008 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12404>)

Die Tour de Bier 2008: Amberg – Henker, Flößer und Brauer [transferred from my outdated website], 18th May 2008 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12436>)

Lahnsteiner Spezialitätenseminar „Spezialitäten rund ums Bier“ [transferred from my outdated website], 22nd November 2012 (DEU: <http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12119>, ENG: <http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12124>, POL: <http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12126>)

Brau-Manufactur Allgaeu – Brauerei-Gasthof Hotel Post [restored from my crashed website], 4th May 2014

(<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11775>)

Haus- und Hobbybrauertage 2014 [restored from my crashed website], 28th September 2014 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12059>)

Stadtbrauerei Schwarzenberg [transferred from my outdated website and updated], 15th January 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11591>)

Brauhaus Joh. Albrecht Hamburg [updated], 15th July 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=125>)

Svatováclavský Pivovar [updated], 4th August 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=1679>)

Michael Jackson: Bier Lexikon, 26th August 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11547>)

Vladimír Jindřich, Luboš Y. Koláček, Dušan Spáčil: 100 nejlepších malých a středních pivovarů [update], 27th August 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11506>)

Beer Museum Prague, 28th August 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11606>)

U Zlatého Tygra, 28th August 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11633>)

Pivovarský Klub, 29th August 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11648>)

Výtopna Railway Restaurant – Starobrněnská, 30th August 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11749>)

Řemeslný Pivovar Husar, 1st September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11763>)

Warpigs Brewpub, 3rd September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11787>)

Fermentoren Beer Bar, 3rd September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11801>)

Ølbutikken, 4th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11810>)

Mikkeller Bar Viktoriagade [update], 4th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=2101>)

Bier – Weil's schmeckt [updated], 7th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=10561>)

Ørsted Ølbar, 7th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11880>)

ØL & BRØD, 7th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11897>)

dia'legd – Ølbar, 7th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11918>)

Nørrebro Bryghus, 8th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11935>)

Tapperiet BRUS, 8th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11955>)

Ølbaren, 8th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11975>)

Virginia Craft Beer – A Revolution is Brewing, 9th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=11998>)

Café Leffe, 12th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12014>)

BrewDog Bar Brussels, 12th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12022>)

De Biertempel, 13th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12030>)

L'Imaige Nostre-Dame, 13th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12071>)

Le Trappiste, 14th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12096>)

Brussels Beer Project, 15th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12109>)

Tyris on Tap, 17th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12134>)

The Market Craft Beer, 17th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12151>)

Las Cervezas del Mercado (Colón), 18th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12165>)

Blue Moon Valencia – Craft Beer & Restaurant, 18th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12207>)

Birra & Blues Valencia Centro, 19th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12217>)

Spaghetti & Blues, 21st September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12238>)

Llúpol Celler Cerveses, 22nd September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12257>)

Olhöps Craft Beer House, 22nd September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12273>)

Las Cervezas del Mercado (Central), 23rd September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12293>)

Sander's Brewery, 23rd September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12307>)

Ale Street News, 24th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12321>)

Orca Brau, 26th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12342>)

Euan Ferguson – Řemeslné Vaření Piva, 26th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12359>)

Pivara Tuzla, 26th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12378>)

St. James's Irish Pub, 29th September 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12394>)

Pivovar Lužiny, 5th October 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12415>)

Haus- und Hobbybrauertage 2017 Ochsenhausen, 8th October 2017 (<http://blog.brunnenbraeu.eu/?p=12458>)



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)