



## **Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei Newsletter 07/21 (65)**

### **Liebe Freunde und Bierliebhaber in aller Welt!**

(in English see below)

„Warum hat das Bier denn nur drei Sterne bekommen?“, werde ich immer wieder gefragt, und immer wieder versuche ich, das in aller Kürze zu erklären. Heute vielleicht aber mal etwas ausführlicher:

„Jeder hält sich selbst für den besten. Ich auch. So entsteht der Durchschnitt.“

Weise Worte, mit denen eigentlich alles gesagt sein könnte, wenn wir uns das dahinterliegende Prinzip nur immer wieder bewusst machen würden: Für jeden Menschen, für jede Brauerin, für jeden Wirt, deren oder dessen Leistungen über dem Durchschnitt liegen, muss es immer auch eine Person geben, die unterdurchschnittlich arbeitet. Daran ist nichts verwerflich, aber es wird oft so empfunden. Dabei ist der Durchschnitt doch genau so definiert ...

Die Erkenntnis, unterdurchschnittlich zu sein, mag Ansporn zu besseren Leistungen sein. Zu besserem Bier, zu besserem Kundenservice. Wer unterdurchschnittlich ist, strengt sich vielleicht an. Das ist dann gut für den Gast oder Kunden. Die Unterdurchschnittlichen werden besser, die Qualität des Biers steigt, der Service wird schneller und aufmerksamer. Sehr schön!

Irgendwann kommt die Frage: „Bin ich jetzt überdurchschnittlich gut?“ Wenn alle anderen ihre Leistungen ebenfalls verbessert haben, lautet die aufrichtige, aber traurige Antwort möglicherweise: „Nein. Du bist viel besser geworden, alle anderen aber auch, und somit bist Du immer noch unter dem Schnitt.“

Jetzt beginnt die Spreu sich vom Weizen zu trennen. Viele geben frustriert auf, andere fühlen sich erst recht angespornt. Die, die aufgeben, ziehen den Schnitt wieder nach unten, die, die noch eine Schippe drauflegen, werden tatsächlich überdurchschnittlich. Am Ende unterscheiden sich die recht Guten von den wirklich Guten und den noch Besseren. Das ist das Leistungsprinzip unserer Gesellschaft, das in der Lage ist, Spitzenleistungen hervorzubringen.

Bewertungen im Internet machen nur Sinn, wenn man sich diesen Zusammenhang klar macht (und dabei geht es nicht darum, das Leistungsprinzip gut zu finden oder nicht – das ist eine ganz andere Diskussion). Und schon bin ich beim Thema:

Wie oft werde ich bei Facebook, Instagram oder Twitter angesprochen, wenn ich einem grundsoliden, fehlerfreien Bier „nur“ eine Bewertung von drei Sternen (\*\*\*) gebe. „Warum nur drei Sterne?“, heißt es dann. Das Bier sei doch völlig in Ordnung. „Warum nicht fünf? Was ist denn an dem Bier verkehrt?“

Nun, verkehrt ist an einem Drei-Sterne-Bier üblicherweise gar nichts. Sonst hätte es nämlich nur zwei oder gar nur einen Stern bekommen. Aber für vier oder gar fünf Sterne bedarf es mehr als nur „nichts verkehrt zu machen“. Da muss das Bier aus den vielen, die fehlerfrei gebraut sind, nach oben herausstechen. Es muss begeistern können. Es muss das gewisse Etwas haben. Es muss das Tüpfelchen auf dem „i“ sein. Kurz: Es muss überdurchschnittlich sein.

Insbesondere bei einer Fünf-Sterne-Bewertung muss es auch so gut sein, dass kaum noch eine Steigerung nach oben denkbar ist!

Was wäre denn sonst? Ein Bier ohne handwerkliche Fehler bekäme fünf Sterne. Weil: Fehlerfrei. Und dann? Wie würde ich dann ein Bier von diesem Standard unterscheiden, das mich restlos begeistert? Ein Bier, für das ich durch die halbe Republik fahren würde, nur um es trinken zu können? Ein Bier, für das ich ohne Bedenken einen Zwanziger für eine kleine Flasche bezahlen würde? Mehr als fünf Sterne gibt es nicht. Ich käme rasch in Argumentationsnöte.

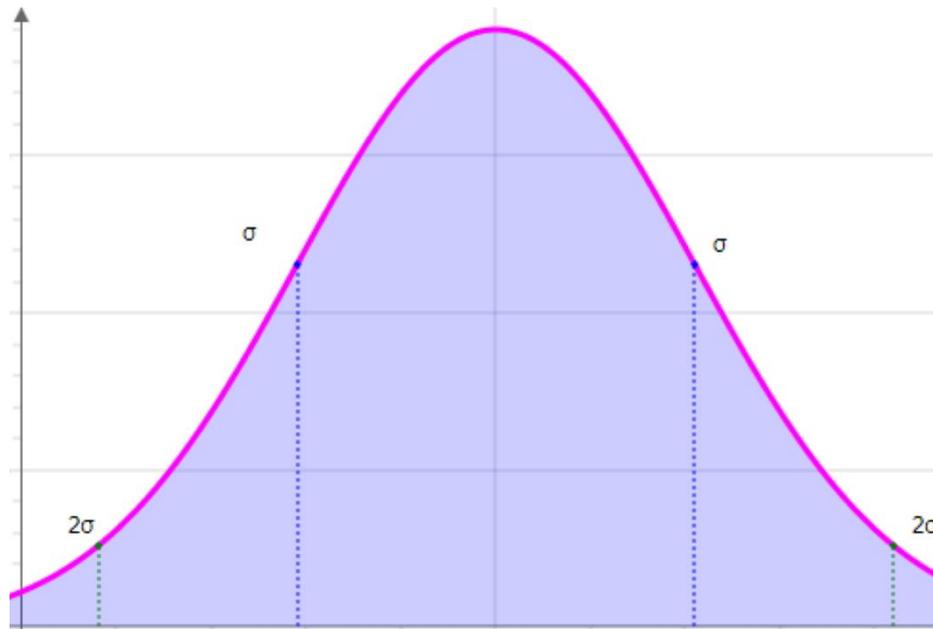


**Wenn ein normal fehlerfreies Bier schon fünf Sterne bekäme, wie sollte ich dann so ein wunderbares Produkt bewerten?**

Also bitte nicht dorthin, wo eBay, Amazon und all die anderen Internetfirmen mit ihren Bewertungsportalen schon lange sind. Ein Händler, der ein intaktes Produkt so halbwegs rechtzeitig losgeschickt hat, es lustlos eingepackt hat, auf eMails kurz angebunden, aber korrekt geantwortet hat und keinen unverschämten Preisaufschlag für Porto und Verpackung genommen hat, muss fünf Sterne bekommen, andernfalls komme ich als Käufer argumentativ in die Defensive. Formales Einhalten aller Mindestbedingungen genügt für eine Höchstwertung. Und welche Bewertung soll ich dann der Verkäuferin geben, die herzlich und freundlich war? Besonders sorgfältig verpackt hat? Portofrei und blitzgeschwind versandt hat? Per persönlicher eMail mich auf dem Laufenden gehalten hat? Vielleicht sogar eine kleine Aufmerksamkeit, und sei es nur ein handgemalter Smilie auf der Rechnung, beigelegt hat? Wie soll ich ihr (oder ihm) meine Zufriedenheit ausdrücken, wenn schon der alle Erwartungen einfach nur standardmäßig erfüllende Stoffel fünf Sterne bekommen hat?

Schwierig!

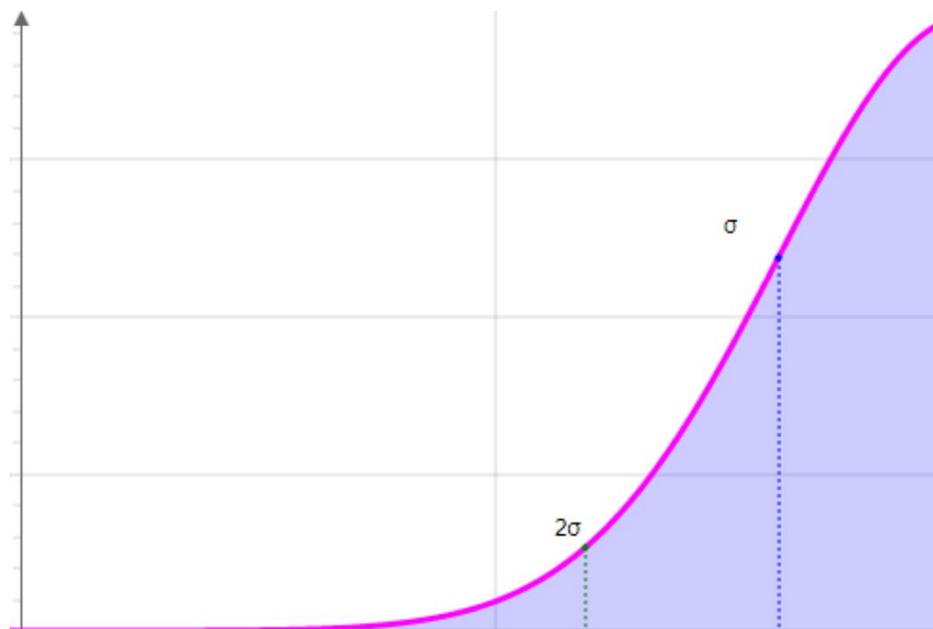
Erinnern wir uns doch mal an die Gauss-Verteilung, die wir alle in der Schule mal gelernt haben. So ungefähr sieht sie aus:



Gauss-Verteilung

Wir sehen ein großes Mittelfeld, und von dort ausgehend nach links und rechts zunehmend seltener werdend die Abweichungen. Je höher die Bewertung, um so seltener erreicht ein Bier diese. Je schlechter – ebenso.

Ein Drei-Sterne-Bier kann von sich also mit Fug und Recht behaupten, dass die Hälfte aller anderen Biere zumindest nicht besser, viele davon sogar schlechter sind. Und das ist doch schon was. Da klingt „Durchschnitt“ doch gleich viel positiver: „Besser als die Hälfte aller anderen!“



auch eine Gauss-Verteilung, aber eine mit „Schräglage“

Anders, also ungefähr so wie in der zweiten Grafik, würde es dann aussehen, wenn ich für einfach nur fehlerfrei gebrautes Bier gleich fünf Sterne vergäbe. Ruckzuck läge der Durchschnitt bei rund vier Sternen oder so – mit dem psychologischen Fehleffekt, dass ein Brauer, der für ein Bier nun vier Sterne bekommt, freudestrahlend damit hausieren gehen würde: „Ich habe vier Sterne bekommen. Auf einer Skala von eins bis fünf! Ich habe ein Super-Bier gebraut.“ Obwohl er gerade mal am Durchschnitt gekratzt hat, vielleicht sogar (bei knappen vier Sternen – ich vergebe ja keine halben Sterne) sogar darunter geblieben ist. Eine massive kognitive Verzerrung („cognitive bias“).

Also: Ich maße mir nicht an, mit meinen persönlichen Wertungen auch nur halbwegs objektiv sein zu können. Den Glauben daran habe ich nach 'zig Bierwettbewerben, bei denen ich in der Jury gesessen habe, verloren. Viel zu stark

sind die Bewertungen auch von zertifizierten Verkostern von den Umgebungsbedingungen und der Tagesform abhängig. Aber ich gebe mir Mühe, nicht inflationär zu bewerten, damit hervorragende Biere sich auch von den sehr guten und diese wiederum von den guten deutlich unterscheiden.

Eins gebe ich aber zu: Eine ganz kleine Inflation habe ich über die über fünfundzwanzig Jahre, die ich meine Bierdatenbank nun schon pflege, auch nicht vermeiden können. Bei rund 20.000 Bieren liegt der Schnitt tagesaktuell bei 3,4 Sternen und nicht bei drei. So was aber auch!

Ich glaube aber, dass ich es begründen kann: Wenn ich in einer Bar, einer Brauerei, auf einem Festival oder in einem Fachgeschäft mehr Biere zur Auswahl habe, als ich trinken oder mitnehmen kann, dann wähle ich natürlich voreingenommen schon mal die aus, von denen ich glaube, dass sie besser schmecken, und lasse die langweiligen oder die von Brauereien, mit denen ich schon mal schlechte Erfahrungen gemacht habe, lieber stehen. Das heißt, die Grundgesamtheit, auf die sich meine Bewertungen beziehen, unterliegt schon einer subjektiven Vorauswahl.

So ist das mit der Statistik ...

Ich hoffe, Euch damit nun deutlich gemacht zu haben, was eine Drei-Sterne-Wertung bei mir tatsächlich bedeutet – würde aber gerne auch Eure Gedanken dazu hören. Ihr seid herzlich zur Diskussion eingeladen!

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 auf der Startseite meines Blogs.

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



## **Brunnenbräu Bier-Blog & Hausbrauerei Newsletter 07/21 (65)**

### **Dear Friends and Beer Aficionados all over the world!**

(auf Deutsch siehe oben)

“Why did you rate this beer with only three stars?” I am asked again and again. And every time I try to explain it very briefly. Today, I take a moment and explain it in more detail:

“Everyone thinks he is the best. So do I. This is how average develops.”

Wise words with which everything could actually be said, if only we kept the underlying principle in our mind: For each and every person, for every brewer, for every landlord whose services are above average, there has to be one person on the other hand who works below average. There is nothing wrong with that, even if this might be perceived as negative. But this is exactly how average is defined ...

Recognizing to be below average may be an incentive for better performance. For better beer, for better customer service. Those who are below average may try harder. Which is good for the guest or the customer. Performance gets better, the quality of the beer increases, the service gets faster and more attentive. Very nice!

At some point, the question will come up: “Am I above average now?” If everyone else has improved, too, the sincere but sad answer may be: “No. You became a lot better, but so has everyone else. Hence, you are still below the line.”

Now the wheat is beginning to separate from the chaff. Many give up in frustration, while others feel even more motivated. Those who give up pull the average back down, those who are going the extra mile end up above average. In the end, we can tell the quite good from the really good, and those from the even better ones. This is the principle of efficiency our society is based upon – it is able to produce top performance.

Ratings in the internet only make sense if you are fully aware of this context (and it’s not about whether you like the principle of efficiency or not – that’s a completely different discussion). Well, now I’m on topic:

Very often, people approach me on Facebook, Instagram or Twitter after I gave a solid, faultless beer a rating of “only” three stars (\*\*\*), and they ask me: “Why only three stars?” The beer would be perfectly fine, they add. “Why not five? What’s wrong with the beer?”

Well, usually there’s nothing wrong with a three-star beer. Otherwise, it would only have got two or even one star. But to be rated four or even five stars, it takes more than just “doing nothing wrong”. For a higher rating, the beer should certainly stand out from the many that have been brewed without errors. It should be able to inspire. It should have that certain something. It should be the icing on the cake. In short: It has to be above average.

In particular in the case of a five-star rating, it has to be so good that any further increase is hard to imagine!

If not, what would happen? A beer without any technical flaws would get five stars. Just because it is flawless. And then? How would I then differentiate a beer from this standard that I am completely enthusiastic about? A beer for which I would drive halfway across Germany just to drink it? A beer for which I would safely pay twenty Euros for a small bottle? There is no rating above five stars. I would quickly be caught in my own argument.

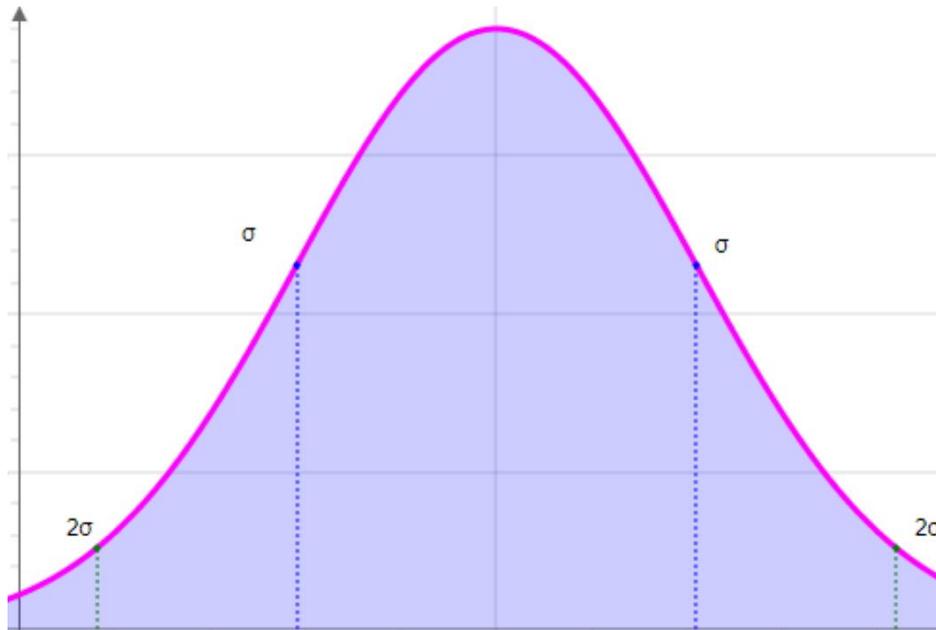


**If a simply flawless beer would already get five stars, how should I rate such a wonderful product then?**

So, please, let's not go where eBay, Amazon and all the other internet companies with their rating portals are already for a long time. A retailer who sends a product halfway on time, packs it listlessly, responds to eMails briefly but correctly and does not charge an outrageous surcharge for postage and packaging, has to get five stars, otherwise I as a buyer will have to justify, why not. Formal compliance with all minimum conditions has to be sufficient for a maximum rating. And then – what should I give the saleswoman, who was warm and friendly? Has packed it particularly carefully? Has sent postage free and at lightning speed? Has kept me up to date by personal eMail? Maybe included a little gift, even if it was just a hand-painted smiley on the bill? How should I express my satisfaction to her (or him) in comparison to the bonehead, who simply fulfils all minimum requirements and has already got five stars for this?

Difficult!

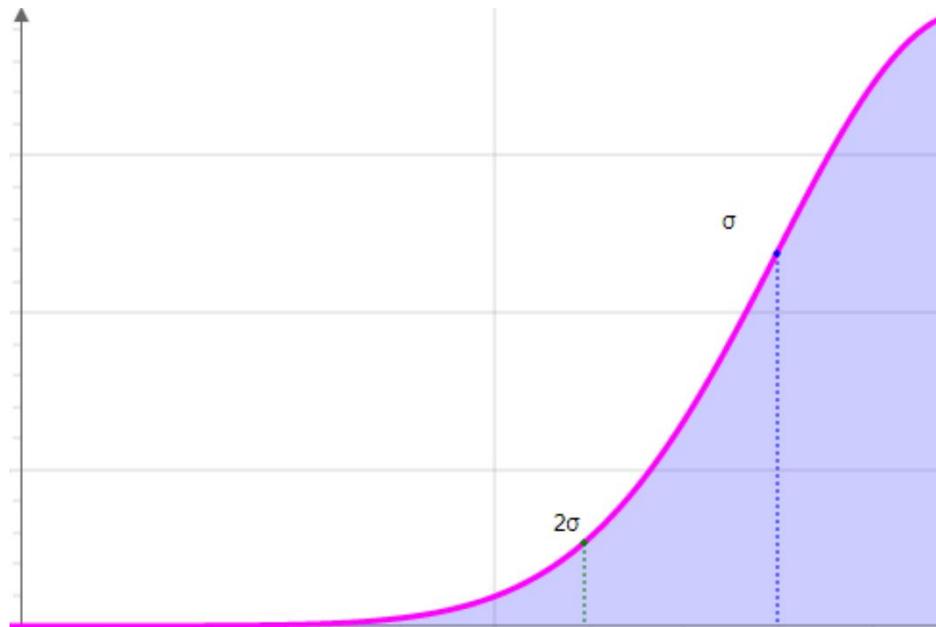
Remember the Gauss distribution that we all learned at school. It looks more or less like this:



Gauss distribution

We see a large middle field, and the deviations from there to the left and right become increasingly rare. The higher the rating, the less often a beer will achieve it. The worse the rating – the effect is alike.

A three-star beer can honestly claim that half of all other beers are at least not better, and that many of them are even worse. And that's already an achievement. Looking at it this way, the expression "average" sounds much more positive: "Better than half of all the others!"



a Gauss distribution, too, but one with "inclination"

It would look different, roughly like in the second graphic, if I rated every flawless beer with five stars. Immediately, the average would rise to about four stars – with the psychologically false effect that a brewer who gets four stars for a beer now, would peddle it beaming with delight: "I got four stars. On a scale from one to five! I brewed a great beer." Even if it merely reached average, maybe even stayed slightly below. What a massive cognitive bias that would be.

Okay: I don't presume being able to be even halfway objective with my own rating. I lost my faith in it after countless beer competitions in which I was a member of the jury. Even in the case of certified beer judges, the evaluations and ratings are far too dependent on their daily fitness and the ambient conditions. But at least, I try not to give inflationary ratings. As a result, excellent beers differ from the very good ones, and these in turn from the good.

But one thing I must admit: Over the twenty-five years that I'm documenting my ratings in my beer database I haven't been able to avoid a very small inflation. Based on around 20,000 beers, the daily average is 3.4 stars and not three. Imagine that!

But I think I can justify it: Imagine being in a bar, in a brewery, at a festival or in a bottle shop. If I have more beers to choose from than I can drink or take away, then of course I choose those, which I hope taste better, and prefer to leave the boring ones or those from breweries with which I've already had bad experiences, on the shelf. In other words, the entirety that provides the basis for my ratings is already a subjective preselection.

That's the way it is with statistics ...

I hope that I described it in an understandable way, what a three-star rating actually means for me – but I would also like to hear your thoughts on it and invite you cordially to a discussion!

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 on my blog's homepage.

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

## List of recently added entries:

[Erste Amönauer Hausbrauerei – Latzko Bier](#) [transferred from my outdated website], 2<sup>nd</sup> June 2007

[Darmstädter Ratskeller Hausbrauerei](#) [transferred from my outdated website], 23<sup>rd</sup> September 2007

[Kronberger Brauhaus](#) [transferred from my outdated website], 12<sup>th</sup> January 2008

[Schaubrauen auf dem Kornmarkt Limburg](#) [transferred from my outdated website], 19<sup>th</sup> October 2008

[Latzko's Zoigl-Ausschank am Furrersch-Hof](#) [transferred from my outdated website], 12<sup>th</sup> July 2009

[W. Dinkelaker Schönbuch-Bräu](#) [transferred from my outdated website], 11<sup>th</sup> April 2010

[Buxtehuder Brauhaus](#) [transferred from my outdated website], 25<sup>th</sup> April 2010

[Braugasthaus „Zum alten Fritz“ \[Greifswald\]](#) [transferred from my outdated website], 21<sup>st</sup> March 2011

[Browar Tumski \(DEU\)](#) [transferred from my outdated website], 20<sup>th</sup> April 2011

[Browar Tumski \(ENG\)](#) [transferred from my outdated website], 20<sup>th</sup> April 2011

[Saku Ölltehas](#) [transferred from my outdated website], 27<sup>th</sup> July 2011

[Georg Lechner Biermuseum](#) [restored from my crashed website and updated], 9<sup>th</sup> August 2014

[Duke Irish Pub Nordstadt](#), 26<sup>th</sup> July 2021

[Craft Beer Kontor](#) [update], 27<sup>th</sup> July 2021

[Meiers Lebenslust](#) [restored from my crashed website and updated], 27<sup>th</sup> July 2021

[Kommunbrauhaus Wernberg](#), 28<sup>th</sup> July 2021

[Familienbrauerei Jacob](#), 29<sup>th</sup> July 2021

[Zoiglstube „Lingl“](#), 30<sup>th</sup> July 2021

[Zoiglstube „Beim Gloser“](#) [update], 30<sup>th</sup> July 2021

[Hotel Oberpfälzer Hof](#) [update], 30<sup>th</sup> July 2021

[Zoiglstube „Lugert“](#), 30<sup>th</sup> July 2021

[Brauereigaststätte Zum Stift](#) [update], 31<sup>st</sup> July 2021

['s Handwerk](#) [update], 2<sup>nd</sup> August 2021

[Phono Craftbeer Bar](#), 3<sup>rd</sup> August 2021

[KommproBier](#) [update], 7<sup>th</sup> August 2021

[Der Hirschbräu – Privatbrauerei Höß](#) [update], 8<sup>th</sup> August 2021

[Beer Nuggets: Der Tauschhandel blüht \(5\)](#), 15<sup>th</sup> August 2021

[Beer Nuggets: Wir sind BrewDog und das ist Dein Bier. BrewDog gibt einen aus: 100.000 Freibier zum Tag des Bieres](#), 17<sup>th</sup> August 2021

['s Handwerk](#) [update], 20<sup>th</sup> August 2021

[KommproBier](#) [update], 21<sup>st</sup> August 2021

[Beer Nuggets: Lillebräu Verkostungspaket – ein Überraschungspaket mit zwölf verschiedenen Bieren aus dem hohen Norden](#), 22<sup>nd</sup> August 2021

[circle8brewery](#), 26<sup>th</sup> August 2021

[Bierbühne Hamburg \(by Craft Beer Rockstars\)](#), 26<sup>th</sup> August 2021

[Braustättchen am Fischmarkt](#), 27<sup>th</sup> August 2021

[Beer Nuggets: Der Tauschhandel blüht \(6\)](#), 30<sup>th</sup> August 2021

[Altes Bier \(Leseprobe\)](#), 13<sup>th</sup> September 2021



**Brunnenbräu® Bier-Blog und ehem. Hausbrauerei**  
**Imnhof 2**  
**87 547 Burgberg im Allgäu**  
**Bundesrepublik Deutschland**  
**+49 176 4570 9422**  
[cbo@brunnenbraeu.de](mailto:cbo@brunnenbraeu.de)  
[blog.brunnenbraeu.eu](http://blog.brunnenbraeu.eu)