



Inhalt

Das Werk ist vollbracht!	1
Unsere jüngsten Aktivitäten mit dem Zapwoon	4
Die Ausstellung im März	6
Schüler entdecken die Geheimnisse des Bieres	7
Die Geschichte hinter dem Objekt	8
Spenden & Impressum	9

Das Werk ist vollbracht! !

Das Buch „La Brasserie Nationale – D’artisans locaux vers l’acteur mondial“ ist endlich erhältlich! Es waren mehr als 1500 Arbeitsstunden, verteilt auf acht Jahre, erforderlich, um diese Kreation zum Erfolg zu führen.

Und das Ergebnis kann sich sehen lassen. Die überwiegende Mehrheit der Kritiken war äußerst positiv, sowohl von den Verantwortlichen der Brauerei als auch von den Bierliebhabern, die das Buch gelesen haben. Einige bestätigten sogar, dass sie die 340 Seiten in weniger als einem Wochenende verschlungen hatten!

Herr Georges Lentz, Verwaltungsmittglied der Brasserie Nationale, erzählte uns: *"Ich war anfangs ziemlich skeptisch, was die Realisierung eines solchen Buches betraf. Vor allem, nachdem ich das 111 Seiten umfassende Manuskript gelesen hatte, das ziemlich unverdaulich war. Ich fragte mich, wer einen solchen Ziegelstein lesen würde. Aber letztendlich bin ich sehr stolz auf das Ergebnis!"*. Ein CEO eines großen internationalen Industriekonzerns schrieb: *"Bravo für das großartige Buch über die epische Geschichte der Brauerei Bofferding und ihrer Bestandteile. Ich wünsche Ihnen, dass Sie in den kommenden Jahrzehnten auf diesem Weg weitergehen"*. Herr van Linthoudt, ein Spezialist für Brüsseler Brauereien, sagte: *"Ich suche seit Jahrzehnten alle möglichen Informationen über Brüsseler Brauereien und Bierverleger. Und in diesem Buch habe ich Details über mein Forschungsgebiet gefunden, die mir bislang unbekannt waren!"*. Frau Krier schrieb uns: *"So viele Fundstücke! Und dazu noch leicht zu*



lesen. Bravo für diese Hervorhebung des Kulturerbes".

Die Buchvorstellung fand am 3. April in der BrauStuff statt, zu der alle unsere Leser im letzten Newsletter eingeladen worden waren. Der Saal war bis auf den letzten Platz gefüllt, ein Drittel der Zuhörer musste sogar aufgrund von Platzmangel stehen. Alle Gäste wurden von Frau Isabelle Lentz, CEO der Brasserie Nationale, und Herrn Yves Claude, dem Autor des Buches, begrüßt. Nicht nur zahlreiche Personen aus der Brauereibranche waren nach Bascharage gekommen, sondern auch Politiker, Sammler oder einfach Geschichtsliebhaber.

Die einleitenden Worte wurden von Herrn Fabien Cesarini, dem Kommunikationsmanager von Munhowen, gesprochen. Bei dieser Gelegenheit informierte er das Publikum darüber, dass die Brasserie Nationale die Einnahmen aus dem Verkauf des Buches an den E.V. Musée brassicole des deux Luxembourg spenden wird.



Foto: Pascale HANSEN

Die Präsentation wurde von Anekdoten begleitet, die aus der mehr als 200-jährigen Geschichte der betreffenden Brauereien stammen.



Foto: Romain HECKEMANN

Die Vertreter der Brasserie Nationale sehen nach der Buchpräsentation sehr zufrieden aus. Von links nach rechts: Raymond Martin (Verwaltungsrat BN), Yves Claude (Autor), Georges Mathias Lentz (Verwaltungsrat BN), Isabelle Lentz, (CEO BN) und Mathias Lentz.

Danach war Herr Yves Claude an der Reihe und erklärte, dass die Idee zu diesem Buch in Diekirch entstanden sei. Während der Vorstellung wurden alle Kapitel summarisch beschrieben, begleitet von einigen interessanten Details. Die Buchvorstellung endete mit dem Dank an die verschiedenen Personen, die zur Entstehung dieses Buches beigetragen hatten. Der Applaus des Publikums entsprach der Zeit und Energie, die in dieses Projekt investiert worden waren.

Schließlich schenkten die Verantwortlichen der Brauerei jeder Person, die an diesem Tag anwesend war, kostenlos ein Buch. Ein Walking-Dinner rundete die Veranstaltung ab. Nach Abschluss dieser Arbeit können wir uns nun dem nächsten Punkt auf unserer Liste der noch zu erledigenden Arbeiten zuwenden ...

YC ○ MD

Das Buch ist zum Preis von 45 Euro erhältlich bei :

- Musée d'Histoire de la Brasserie de Diekirch à Diekirch,
- Büro des Musée brassicole des deux Luxembourg in Etalle,
- Buchhandlung Ernster
- Herr Thill Paul, Dicks-Lentz-Straße 160 in Oberkorn



Foto: Pascale HANSEN



Foto: Romain HECKEMANN

Unsere jüngsten Aktivitäten mit dem Zapwoon 🇱🇺

Um unserer klammen Kasse abzuhelpen, wird das Jahr 2025 dem Geldverdienen auf Kosten unserer Renovierungsprojekte gewidmet. Denn „Geld ist der Treibstoff des Krieges“, wie schon unsere Vorfahren behaupteten. Und an Projekten mangelt es nicht!

Eine erste Ausfahrt mit unserem Schankwagen fand in Rambruch anlässlich der Ferkelmarktes am 6. April statt. Der Wind war teilweise eisig und das Bier hatte es schwer, seine Liebhaber zu finden. Letztendlich waren es die Rotweinsorten Apfelwein und Kirschwein, die den Tag retteten.



Unser Partner beim Bergrennen in Lorentzweiler war der Motor-Club MC Gunfighters.





bei dem der erste Tag den Karts und der zweite Tag den Rennwagen vorbehalten war.



Der zweite Ausflug fand am Ostermontag in Lorentzweiler während des berühmten Bergrennens statt. Wir wurden in der Mitte des Rennens zwischen zwei Kurven, die durch eine lange Gerade getrennt waren, aufgestellt. Es handelte sich um eine strategisch interessante Stelle und das Wetter war uns trotz der schlechten Vorhersagen glücklicherweise hold.

Unsere dritte Ausfahrt war während des Wochenendes vom 21. und 22. Juni auf der Good-Year-Teststrecke in Colmar-Berg programmiert. Der neu gegründete Rennstall Auspuff hatte zu diesem Wochenende eingeladen,

Die so generierten Einnahmen durch den Getränkeverkauf konnten die beträchtlichen Ausgaben des letzten Jahres teilweise ausgleichen. Drücken wir die Daumen, dass dieser Trend anhält!

YC ● MD



Die Ausstellung im März

Der Rotary-Club Attert, Sûre et Semois hatte am Wochenende des 8. und 9. März seinen traditionellen *Salon des Brasseurs et du Flipper* in der Mehrzweckhalle von Arlon organisiert. Unser Verein sowie unsere Kollegen von *Autour du Calice* waren wieder dabei.

Wie schon 2024 organisierten wir eine Ausstellung über die Brauer, Füller und Limonadenhersteller der Provinz Luxemburg. Die Orte, die dieses Jahr unter die Lupe genommen wurden, waren Athus, Aubange, Bande, Baranzy und Barvaux, deren vertretene Unternehmen hießen:

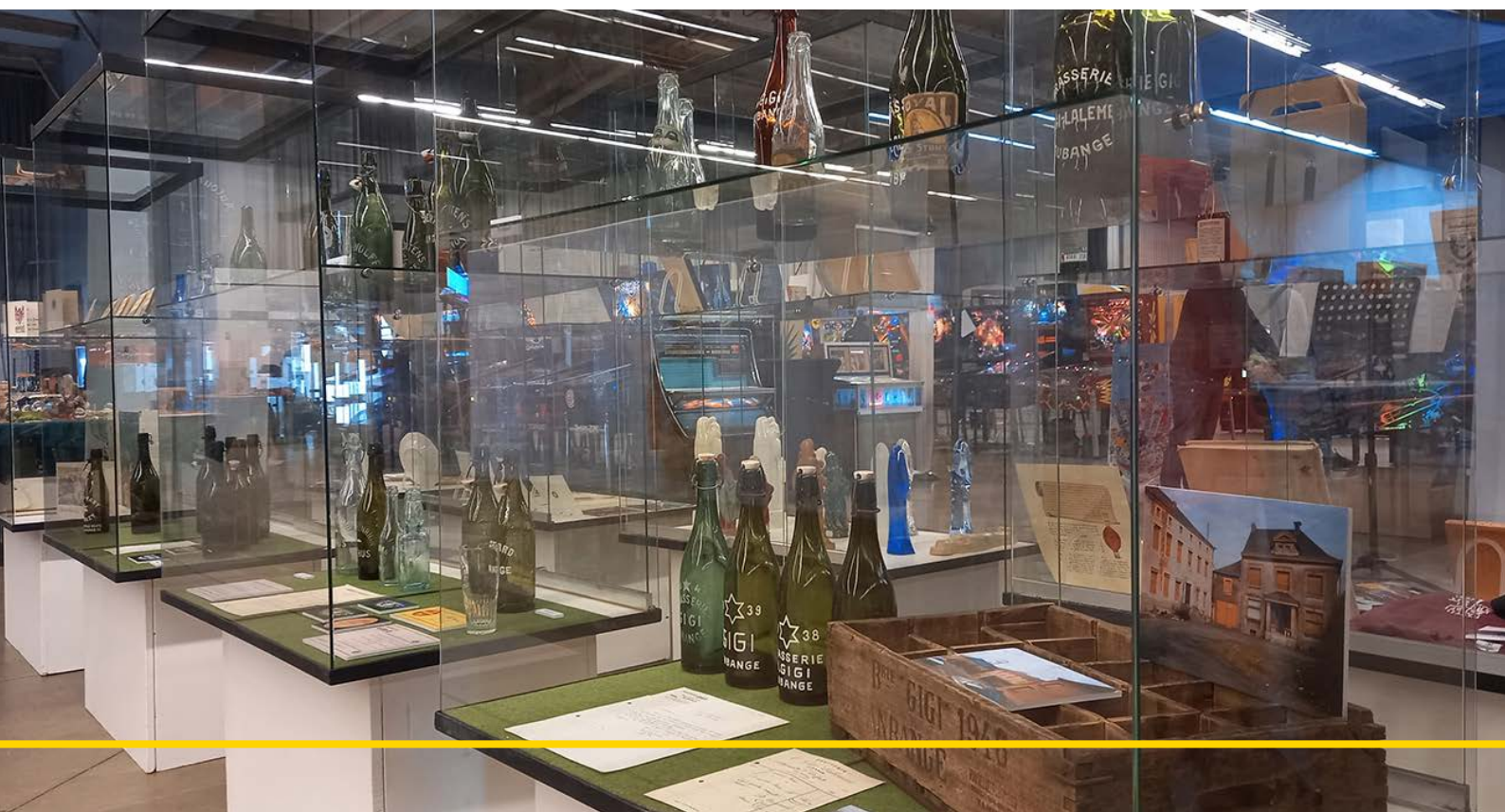
- Gueury-Fary (Baranzy, Abfüller);
- Joway-Glaude (Barvaux, Abfüller);
- Toussaint frères (Bande, Brauer);
- Pouhon de Bande (Bande, Limonadenhersteller);
- Emond L. (Athus, Abfüller);
- Wolf Albert (Athus, Abfüller);
- Mertens Jean (Aubange, Abfüller);
- Henrion René (Athus, Abfüller und Limonadenhersteller);
- Henrotin Arthur Eugène (Aubange, Bierverleger);
- Bayenet Auguste (Aubange, Brauer);
- Bernard Jean (Aubange, Brauer);
- Gigi-Lallement (Aubange, Brauer).



Die Ausstellung war wieder ein voller Erfolg und viele Menschen kamen, um die Ausstellungsstücke zu bewundern. Ein Besucher erzählte uns sogar mit Tränen in den Augen von seinen Erinnerungen, als er als Jugendlicher in der Gigi-Brauerei gearbeitet hatte.

Auch im nächsten Jahr werden wir wieder an der Brauerei- und Flippermesse teilnehmen. Die Ausstellung wird dann den Unternehmen aus Bastogne und Bertogne gewidmet sein.

YC ● MD



Schüler entdecken die Geheimnisse des Bieres

Unser Museum in Diekirch empfing am 5. Mai eine Klasse von Jugendlichen des Lycée technique agricole de Gilsdorf. Unter der Leitung ihrer Lehrerin Frau Mersch machten sich die Jugendlichen auf die Suche nach der Entwicklung des Bieres und den in diesem Sektor tätigen Unternehmen.

Die jungen angehenden Landwirte kannten bereits das Pilsbier, lernten aber auch die verschiedenen Arten der Gärung (untergärig, obergärig, spontan und gemischt) sowie die verschiedenen Getreidesorten kennen, die zur Malzherstellung verwendet werden (Gerste, Dinkel usw.).

Historisch gesehen waren die Malzaktivitäten manchmal in der Brauerei integriert. Häufig reichte ihre eigene Produktion jedoch nicht aus und das restliche Malz wurde in großen Mengen von ausländischen Lieferanten gekauft. Die Stadt Diekirch spielte in diesem Wirtschaftszweig eine wichtige Rolle, da sie neben der Mälzerei der Brasserie de Diekirch auch zwei der drei unabhängigen Mälzereien des Großherzogtums beherbergte.

Ein weiteres Thema war das Sammeln von Eis auf den Teichen während der Winterzeit. Vor

dem massiven Einsatz der industriellen Kälte-



Foto: Romain HECKEMANN

technik in den Fabriken war dies eine beliebte Tätigkeit, die den örtlichen Landwirten ein finanzielles Einkommen sicherte. Das Eis wurde dann in großen Eiskellern gelagert und im Sommer zum Kühlen von Bier bei den Schankbetrieben verteilt.

Der Besuch war sowohl für die Schülerinnen und Schüler als auch für die Lehrerin sehr lehrreich und sie sehen das Produkt Bier heute ganz anders.

YC ● MD



Foto: Romain HECKEMANN

Die Geschichte hinter dem Objekt

Jeder luxemburgische Brauerei-Sammler ist ihnen schon einmal begegnet: Produkte, auf denen die Marke „Luxembourg“ ohne weitere offensichtliche und sichtbare Erwähnung prangte. Abgebildet auf Etiketten, Gläsern und anderen Werbepadgets sollte die Marke „Luxembourg“ für das luxemburgische Bier werben, aber von wem?

Collection : Tom METTENHOVEN



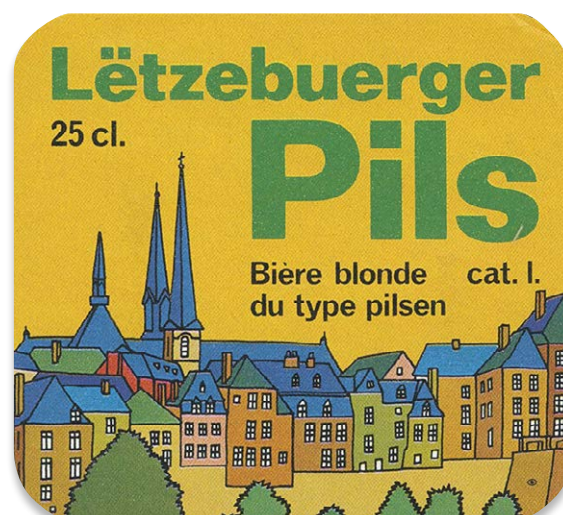
Die Idee zu dieser Marketingstrategie entstand an der Technischen Hochschule München, Lehrstuhl und Institut für Technologie der Brauerei I, Fakultät für Brauwesen, in Weihenstephan in Bayern. Diese Einrichtung wurde 1970 von den Brauereien Diekirch, Clausen und Bofferding ausgewählt, um eine Fusion dieser drei Einheiten zu bewirken. Aufgrund der unterschiedlichen Rechtsstrukturen dieser drei Akteure war die Beratung durch Experten unerlässlich.

Die Herren Narziss, Kieninger, Dippert und Frommes gaben nicht nur Empfehlungen zur Unternehmensführung und zur Optimierung des Herstellungsprozesses ab, sondern auch zu Verbesserungen im Bereich Marketing. Zu dieser Zeit sah der französische Markt sehr vielversprechend aus, nachdem viele lokale Brauereien geschlossen worden waren. Keine luxemburgische Brauerei war dort massiv vertreten und die



Namen Bofferding, Clausen und Diekirch waren weitgehend unbekannt. Daher konnte man eine neue gemeinsame Marke der drei oben genannten Brauereien einführen, die „Luxembourg“.

Da die Entscheidungen über eine Fusion auf der Stelle traten, schlug die Brauerei Bofferding schließlich die Tür zu und das Fusionsprojekt zerbrach. Die *Brasserie de Clausen S.A.* wandte sich an ihre Nachbarin, die *Brasserie de Luxembourg S.A.* Nachdem alle erforderlichen Gutachten, Analysen und Empfehlungen vorlagen, fusionierten Clausen und Mousel im Jahr 1971. Das neue Unternehmen firmierte fortan unter dem Namen *Brasseries Réunies de Luxembourg S.A.*, das fünf Monate später in *Brasseries Réunies de Luxembourg Mousel-Clausen* umbenannt wurde.



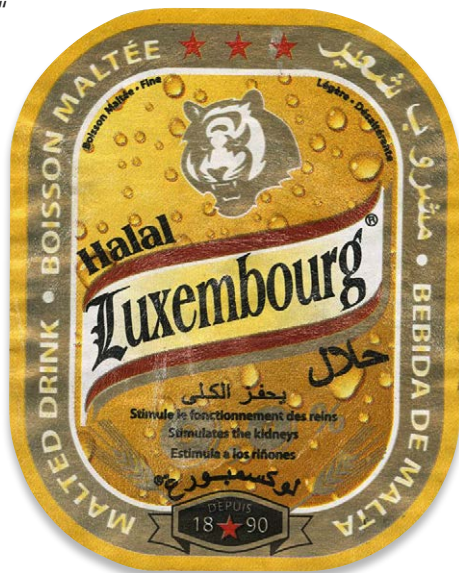
Sie setzte die Marketingempfehlungen der deutschen Experten in die Praxis um und die Marke „Luxemburg“ wurde ins Leben gerufen. „Luxemburg-Bier“ wurde hauptsächlich in Frankreich eingesetzt, aber auch im Off-Trade-Bereich, d. h. an Tankstellen, in Supermärkten, usw. Schließlich verschwand sie um das Jahr 2000 vom Markt.

Doch die Marke ist noch lange nicht tot! Sie ist vor einigen Jahren im Norden des afrikanischen Kontinents wieder auferstanden, wo sie

von einer algerischen Brauerei vertrieben wird.

Man müsste sich erkundigen, ob ein luxemburgischer Großhändler bereit wäre, ein nordafrikanisches Bier mit dem Namen „Luxemburg“ in das Großherzogtum Luxemburg zu importieren?

(Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie im Buch „La Brasserie Nationale – D’artisans locaux à l’acteur mondial“, Seiten 201 bis 209).

**YC ● MD**

Spenden

In den letzten Monaten haben wir mehrere Spenden erhalten:

- Gewerkschaftsdokumente der Brauerei von Diekirch von Herrn Beckerich Nico ;
- Eine Reihe von Bierdeckeln von Herrn Pinto Laurent ;
- Eine Partie Bierdeckel von Herrn Gaspar Romain ;
- Ein Benelux-Jahrbuch der Brauereien 1974 von Herrn Proietti Fernando ;
- Eine Reihe von Ersatzteilen für Karren von den Damen Muller ;
- Eine Gedenkkiste von der Gemeindeverwaltung Grosbous-Wahl ;
- Ein Chevron-Thermometer von Herrn Gigi Guillaume ;
- Ein Sinalco-LKW als Modell von Herrn Thill Paul ;
- Ein Canada-Dry-Umschlag von Herrn Reding Guy ;
- Ein Satz Gläser von der Familie Lamand ;
- Ein Satz Gläser von Herrn Prim Marco ;
- Ein Satz Bierdeckel von Herrn Hansen Franck ;
- Ein Satz Bierdeckel von Herrn Heckemanns Romain ;
- Ein Satz Werbungen von Herrn Renauld Frédéric ;
- Eine Partie Diekirch-Kartenspiele von Herrn Schaul Patrick ;
- Eine Partie Gläser von Herrn Schweisthal Henri ;
- Ein Satz Gläser von Herrn Cornet Olivier ;
- Ein Satz Gläser von Herrn Michaelis Philippe.