

1991—2021
SLAVÍME





30 LET JDEME VLASTNÍ CESTOU



Jak dlouhých je vlastně třicet let? Někdo řekne, že je to ohromně dlouhá doba. Ano, z pohledu jednoho lidského života určitě, ale zároveň i třicet let uteče neuvěřitelně rychle. Když se po nich ohlédnete nazpět, ani nemáte pocit, že to bylo až tak dlouhé.

Proto jsou v nás pořád ty pocity, se kterými jsme tady začínali. V říjnu to bude přesně třicet let od chvíle, kdy jsme se s Pepou Vávrou a jeho švagrem Rudou Šmejkaelem rozhodli, že se zúčastníme dražby humpoleckého pivovaru. O tom všem i o celém našem příběhu jsem vám ostatně psal před pěti lety, kdy jsme slavili čtvrtstoletí. Byla to dlouhá, náročná i krásná cesta. Ohlédnul jsem se tehdy za všemi důležitými milníky, za úspěchy i za všemi těžkými rozhodnutími. Vzpomínal jsem na to, jak jsme obrazně řečeno stáli na úpatí Mount Everestu: kousíček jsme povylezli, ale mnohem větší kus ještě pokaždé čněl před námi.

Proto jsem vám popisoval, jak jsme ze zchátralé ruiny s neprodejným pivem vybudovali velikost střední pivovaru, který vyvází přibližně do třiceti zemí světa a který v Česku je a bude vítaným kořením trhu. Jak jsme získali ekonomickou svobodu tím, že se nám podařilo najít partnera v belgickém pivovaru Duvel Moortgat, a zároveň jsme si zachovali svobodu jako takovou. Náš partner má u nás rovných padesát procent a nemluví nám do toho, jak řídit firmu nebo vařit pivo. Taková svoboda je velmi cenná.

Na tom všem se ani po dalších pěti letech nic nemění. Zároveň se toho změnilo mnoho. Máme za sebou náročné období kvůli tomu, co se ve světě stalo od jara roku 2020, kvůli pandemii a lockdownům. To je změna velká, byť osobně pevně doufám, že pokud by přišla další vlna, nebude už tak silná jako ty předchozí. Museli jsme si s tím poradit. Začali jsme dělat i věci nové, třeba naši velmi kvalitní pивní pálenku, kterou lidé hodně oceňují.

Tentokrát bych ale chtěl bilancovat trochu jinak. Chtěl bych psát o tom, co je pro mě dědictvím prvních třiceti let našeho pivovaru – a tím jsou pro mě jednoznačně vztahy mezi našimi lidmi. Ty jsou ze všeho nejvíc.

Popíšu to na příkladu: existuje řada firem, které dělají opravdu výborný výrobek. Ale mnohdy je za tím vším atmosféra, ve které bych třeba já nechtěl žít a pracovat. Atmosféra direktivní a tvrdá; taková, v níž na člověku příliš nezáleží. U nás v pivovaru to ale vnímáme úplně jinak.

V práci lidé tráví hodně času, vždyť je to řádově třetina našeho života. Proto obrovsky záleží na tom, jak se lidé v práci cítí. Pokud se cítí dobře a ještě z toho na konci vychází skvělé pivo, které v Bernardu skutečně děláme s láskou, pak to celé dává smysl. Dnes už jsem dokonce naprosto přesvědčen, že právě ta dobrá energie mezi lidmi je součástí našeho piva, a i proto je tak oblíbené.

Ano, věci se dají dělat jen pro peníze. Bohužel je většina naší společnosti právě takto ze značné míry nastavena, řešíme pořád růst, ziskovost, akvizice, objemy a tak dále. Na to já osobně odpovídám: OK, i toto musí ve firmě fungovat. Ale není to a nesmí to být ta hlavní věc.

Zároveň je třeba přiznat, že ani u nás a u mě toto nenastalo hned. Byl to vývoj, který dobře obsahuje celých třicet let pivovaru. Když jsme začínali podnikat, koupili jsme totální ruinu a museli jsme v prvé řadě vybojovat to, abychom vůbec přežili. Trvalo to přes deset let, tehdy to bylo čisté krizové řízení, na budování mezilidských vztahů ani nebylo tolik času.

Vždycky jsme se ale snažili, aby všechno fungovalo na bázi slušnosti. Přesto to bylo jiné, protože ze začátku jsem i já měl pocit, že pokud se někdy stane, že budeme úspěšní a ziskoví, tak tím pádem budeme automaticky i šťastní. A najednou člověk zjistí, že to není pravda.

Zjistíte, že můžete mít peníze a být úspěšní, což se v případě pivovaru postupem let ostatně všechno naplnilo, ale uvědomíte si, že to není záruka vašeho osobního štěstí. Tyto věci vám štěstí nezaručí. To všechno se najednou začalo jasněji objevovat.

Důležité pro mě proto bylo, když za mnou v době, kdy jsme měli asi 100 zaměstnanců, rostli jsme a pořád přibývali lidé, přišel můj syn s nápadem, že by bylo dobré mít vlastní firemní hodnoty. Aby mezi lidmi panovalo určité ne snad Desatero, ale jakýsi obecně platný princip. Souhlasil jsem, protože mi to dávalo smysl. S jedinou podmínkou: Aby si takové hodnoty naši lidé zvolili sami a my to jen moderovali.

Proto nejde o nic, co bychom si vytvořili za hodinu v kanceláři, ta diskuze ve firmě trvala rok a půl. Během toho času lidé vymysleli také naši vizi, která zní: „Vlastní cestou k poctivému českému pivu“. Platila po 25 letech pivovaru, platí teď při 30. výročí a bude platit i v budoucnu.

A k oněm hodnotám. Lidé je navrhovali, my jsme pokaždé jen seškrtali synonyma a podobně a zase jsme jim seznam vrátili, aby řekli, které z těch zbývajících jsou pro ně ze všeho nejdůležitější. Nakonec zbylo pět prostých slov. Otevřenost, důvěra, spolupráce, odpovědnost, pozitivita. Poté jsme naše lidi požádali, aby vyjádřili, co pro ně osobně tato slova znamenají. Důležité je, že fungují synergicky. Jakmile se jeden princip začne porušovat, začne se to celé sypat. Takový synergický systém je proto potřeba stále hlídat, aby nikde neujížděl.

Budu teď opakovat to, co jsem již napsal – tohle je pro mě nejvíc. Samozřejmě je skvělé to, že je

celá značka úspěšná a známá a že ji lidé mají rádi. Také nás velmi těší, že naše pivo skvěle chutná a vyhrává spoustu prvních cen a ocenění v České republice i ve světě. Že náš magazín Vlastní cestou také získal nemálo prvních míst v soutěžích. Že to platí pro celou firmu, i ona je takto oceňována.

Ale mezilidské vztahy jsou ještě nad tím. Jen se z těch pěti slov už stalo sedm, protože během loňského roku přibyly ještě další dvě hodnoty, podle nás velmi důležité. Přidala se pokora a také odvaha.

Tím vším – a z toho mám skutečně nejlepší pocit – se nám podařilo v pivovaru dosáhnout prostředí, ve kterém se lidé cítí dobře. Vychází si vstříci a spolupracují. Když přijde někdo nový, pomůžou mu, což je samozřejmě, protože nikdo učený z nebe nepadl. Není to jen černobílé, nesvítí vždycky jenom sluníčko, ale lidi u nás dělají rádi a jsem přesvědčen, že většina z nich je hrdá na to, že vaří špičkové české pivo. To je dědictví našich prvních třiceti let.

Máme nyní zhruba 210 zaměstnanců plus ženy na mateřské dovolené a všechny nové lidi vybíráme primárně podle hodnot, o kterých jsem psal. Tím pádem se zachovala kontinuita hodnot – i vztahů.

Třicet let je doba, která svým způsobem utekla velmi rychle. A při příležitosti takového výročí je správné nejen bilancovat, ale také se ptát, jak by měla vypadat budoucnost.

Nadále platí, že o tom, jak budeme velcí, vždycky budou rozhodovat jen a jen naši zákazníci. Zároveň jsme se v našem vedení shodli, že netoužíme po neustálém růstu za každou cenu, i když potenciál tady je – a je obrovský.

Zkusím to na závěr co nejlépe vysvětlit. Je pro nás samozřejmě důležité, abychom dělali co možná nejkvalitnější pivo, abychom byli jako firma finančně zdraví a ziskoví. Také chceme dobudovat pivovar v centru města, udělat ho krásný. Chybělo nám zde návštěvnické centrum, které jsme již postavili. Je to velmi hezká a velmi potřebná věc.

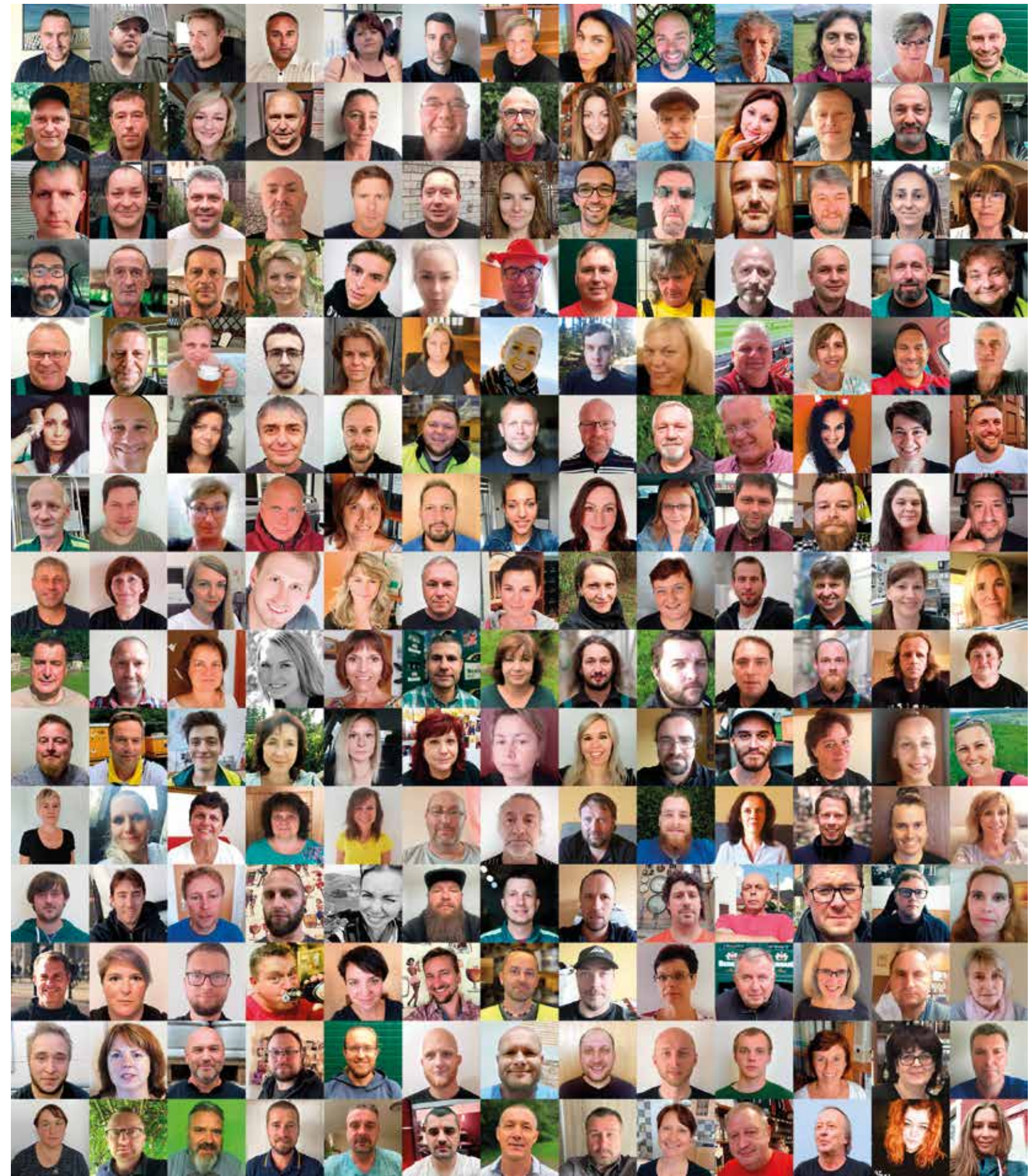
Ale tím se dostávám k hlavní myšlence: mojí představou je, že tím nebudujeme jen byznysový projekt. Že půjde také o centrum, kde se lidé budou potkávat, kde se budou konat velmi zajímavé besedy, kupříkladu na téma osobního rozvoje. V centru je menší kinosál zhruba pro 65 návštěvníků – a v něm se zase mohou promítat takové filmy, které třeba jinde v kině nevidíte... Může se tam odehrávat spousta zajímavých a inspirujících setkání a koncertů.

Chceme, aby to byl projekt, který určitým způsobem může přispět občanům Humpolce a celé společnosti. Shodli jsme se, že mnohem důležitější než nekonečný růst je pro nás to, aby se vztahy uvnitř firmy a vztahy, které máme s našimi zákazníky, nejen zachovaly, ale aby se ještě víc prohlubovaly. Abychom dělali skvělé pivo a aby to, co vyzařuje z celé naší značky a našich produktů, pozitivně ovlivňovalo okolí.

Držme se
Stanislav Bernard



ZA KAŽDÝM DOUŠKEM PIVA
BERNARD STOJÍ ČLOVĚK,
LIDSKÁ BYTOST, KTERÁ VĚNUJE
KUS SVÉHO ŽIVOTA A SVÉHO
SRDCE TOMU, ABY SE TOTO
PIVO DOSTALO K ZÁKAZNÍKOVÍ
V TĚ NEJVYŠŠÍ MOŽNÉ KVALITĚ.
PIVO BERNARD, TO JSOU DVĚ
STOVKY SRDCÍ.



FIREMNÍ HODNOTY
RODINNÉHO
PIVOVARU BERNARD
PATŘÍ K TOMU
NEJCENNĚJŠÍMU,
CO FIRMA MÁ.
ZVOLILI SI JE SAMI
ZAMĚSTNANCI.
VYBRALI SI:

OTEVŘENOST
DŮVĚRA
SPOLUPRÁCE
ODPOVĚDNOST
POZITIVITA
POKORA
ODVAHA

Pivovar byl součástí Humpolce stovky let, jsme hrdí, že je tomu tak i dnes.

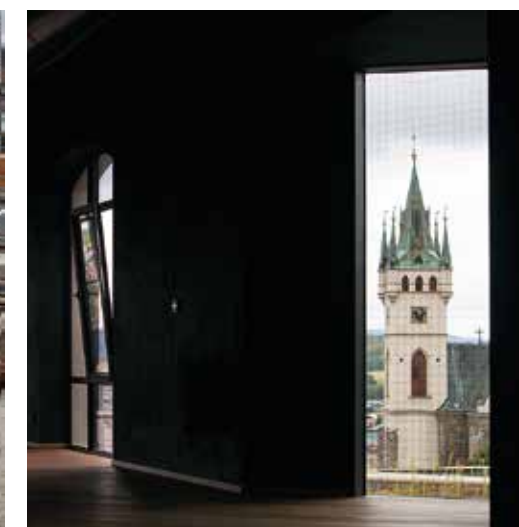


Diplom, plechová cedule Parostrojní pivovar a fotografie jsou z různé doby, někdy je těžké určit rok. Ten s jistotou víme u poslední fotografie, rok 2017. Tedy ještě před zahájením výstavby návštěvního centra.

Od privatizace je pivovar jedno velké staveniště, stále modernizujeme a vylepšujeme. Cílem je vařit co nejkvalitnější pivo.



Přízeň našich zákazníků a fanoušků oplátíme přivítáním v našem vznikajícím návštěvnickém centru s restaurací, pivnicí, kinosálem, expozicí o historii pivovaru a prohlídkami přímo v provozu našeho pivovaru. Těšíme se.



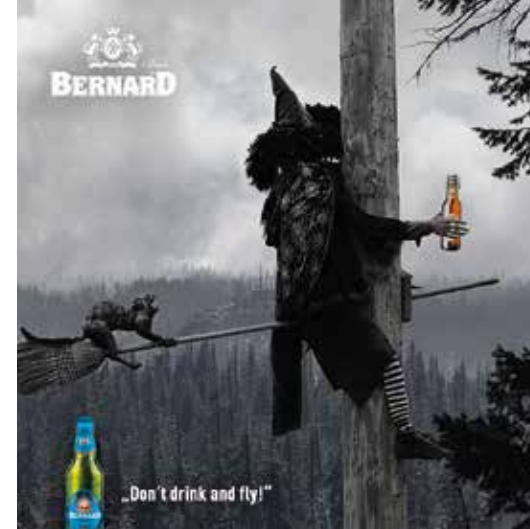
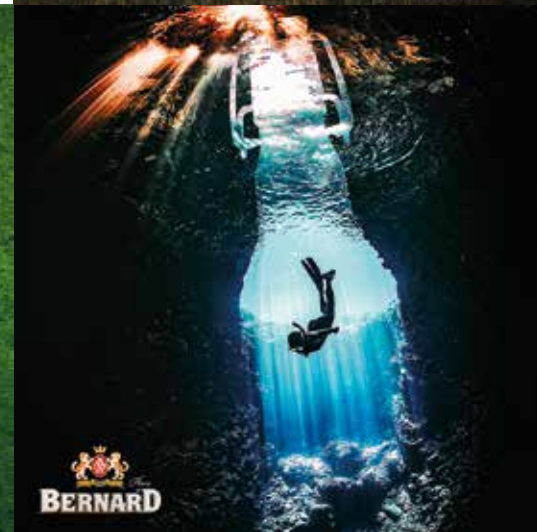
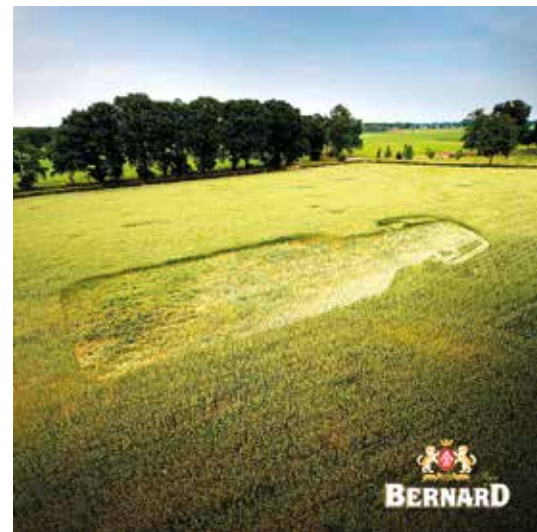
Pivovar, naše město Humpolec
a jeho okolí z výšky.
Konstrukce rozhledny je
obestavěná kolem funkčního
pivovarského komína.



výška 33 metrů



Prostřednictvím sociálních sítí jsme neustále v kontaktu s fanoušky a zákazníky doslova z celého světa. Navíc je to naše virtuální pódium, na kterém se můžeme vydovádět s našimi nápady a vtípky.



Vstupní surovinu pečlivě vybíráme a připravujeme v Rajhradě v jedné z posledních humnových sladoven u nás. Takto připravený slad je ten nejvhodnější pro tradiční český ležák. Už tady začíná příběh kvalitního piva.



Stanislav Bernard a Josef Vávra.
Za více než 30 let spolupráce
a přátelství dvou silných
osobností vznikla unikátní
značka výjimečného piva.

2001

2005



2010

2020

30 LET 22



24. 8. 2021

PIVOVAR BERNARD 23

2021



1991

 **26.10.**

Privatizace

 **9 500 000**

Účetní hodnota (Kč)

 **52 500 000**

Výsledná cena dražby (Kč)

 **26 000**

Výstav (hl) – za státního podniku

 **24**

Počet zaměstnanců po privatizaci

Dodnes jsou v pivovaru ještě tito:
Václav Brož, Petr Vávra, Roman Jonáš,
Jana Nebřenská, Pavel Bouda

Po privatizaci se nejdříve několik
týdnů pouze uklízelo

První pivo Bernard bylo už na Vánoce

Po třiceti šesti letech života, kdy jsme v komunistickém režimu nemohli nic, nemohli jsme svobodně mluvit, svobodně cestovat, nemohli jsme podnikat, jsem cítil vnitřní potřebu začít podnikat. Tím, že jsme se s Pepou Vávrou potkali při společných cestách do Polska, jsme se mohli ještě se třetím společníkem Rudou Šmejkalem přihlásit do dražby humpoleckého pivovaru a nakonec jsme ho po téměř tříhodinovém maratónu vydražili za 45 milionů korun a dalších sedm milionů nás stály prakticky nepoužitelné zásoby. To pivo nebylo dobré. Nikdo ho nechtěl ani za korunu. A pivovar bylo potřeba nejprve důkladně vyčistit a uklidit. Měsíc jsme čistili všechna výrobní zařízení. Pivovaru tehdy zbývalo posledních několik desítek zákazníků, a tak jsme přivezli pivo z Ostravy, abychom je neztratili. A teprve pak, koncem roku, jsme začali vařit vlastní pivo a napravovat totálně pokaženou pověst, kterou pivovar měl.

STANISLAV BERNARD

Objevila se příležitost koupit pivovar, moc pivovarů se takhle neprodávalo. Já jsem měl dvojí motivaci – v humpoleckém pivovaru dělala část mé rodiny, a kdyby skončil, přišli by o práci. A taky jsem chtěl dokázat, že se pivovar uživí, že budeme vařit vlastní dobré pivo ve svém pivovaru.

JOSEF VÁVRA





1992



106 951

Výstav (hl)



40

Počet zaměstnanců



1

Ocenění

Humpolecký pivovar dělal ve svých nejlepších letech asi 45 tisíc hektolitrů piva, v tom posledním jen 26 a my jsme hned v roce 1992 prakticky z nuly prodali přes sto tisíc hektolitrů. To byl obrovský skok. Všechna zařízení jela naplno, hlavně lahvovna nejela na sto, ale na tři sta procent. Navíc byla v takovém stavu, že udržet ji v provozu byl zázrak. Už na ni ani nebyly náhradní díly. Takže vždycky, když se něco pokazilo, jsme museli poslat lidi domů, nějakým zázrakem to s šikovnými penzisty spravit, pak zase lidi svézt a přes noc stáčet pivo na další den. Věděli jsme, že nás čeká zásadní věc – rekonstrukce lahvovny, jinak nastartovanou výrobu neustojíme technologicky. Je potřeba si uvědomit, že jsme neměli peníze, tížil nás obrovský privatizační úvěr přes padesát milionů a úroky tehdy byly kolem deseti procent, jenom ty nás za rok stály pět milionů. Za co jsme měli lahvovnu zrekonstruovat? Na novou jsme prostě neměli. Jediná možnost byla začít shánět použité mašiny a díky tomu se to povedlo udělat. Jinak bychom neměli šanci přežít. Koupili jsme secondhandovou myčku a lepičku etiket a stáčecí linku. Jediné, co jsme měli nové, byly dopravní cesty.

STANISLAV BERNARD

Při tak velkém výstavu jsme nutně potřebovali posílit kvasné a ležácké kapacity. Přemýšleli jsme, kde to udělat, a napadla nás varianta využít stodolu v areálu pivovaru. Z poloviny jsme udělali spilku, z poloviny ležácký sklep. Pět uni tanků jsme koupili v Banské Bystrici, kde ležely v kopřivách, z toho čtyři jsme nainstalovali jako kvasné kádě, pátý sloužil jako vířivá kád' k odstranění kalů a chmele před chlazením mladiny. Ležácké tanky dodaly Královopolské strojírny Brno a potrubní rozvody dnešní Pacovské strojírny.

JOSEF VÁVRA

Pivovar vaří nepasterizované pivo, desítku a dvanáctku

Rekonstrukce stáčírny lahví

Rozšířená kapacita kvasného a ležáckého sklepa

Zahájena spolupráce s PIVO Praha

Instalace reklamních bannerů na dálniční most zvedlo prodej na dvojnásobek



Přístavba lahvovny



1993



132 043

Výstav (hl)



71

Počet zaměstnanců

Už v devadesátém druhém, kdy jsme uvařili přes sto tisíc hektolitrů piva, byl hlavním problémem nedostatek páry. Třebaže tu byla po celou dobu hnědouhelná kotelná a kouřilo se z komína a za socialismu to nikomu až tak nevadilo, nebo spíš drželi pusy, začaly na městský úřad chodit neustálé stížnosti, že pivovar znečišťuje životní prostředí. Začala jednání s radnicí, která nás nutila, ať kotelnu zrekonstruujeme. My jsme s tím souhlasili, ale otázka zněla – za co? Změnit hnědouhelnou kotelnu z roku 1912 na plynovou představovalo další ohromnou investici. Tehdy šla část našich daní přímo městu a radnice slíbila, že nám z nich určitý podíl odpustí. To byla oboustranně prospěšná dohoda, díky níž se nám nakonec kotelnu podařilo zrekonstruovat už začátkem jara.

JOSEF VÁVRA

Situace byla taková, že se nám sice dařilo, prodávali jsme, ale obrovský úvěr, vysoké úroky, velmi nízká cena piva, neustálá potřeba investic, rekonstrukcí..., to všechno nás velmi tížilo. Jako pivovar jsme na tom byli skoro nejhůř v celé republice. V té době ještě giganty jako Plzeňský Prazdroj do určité míry spaly. A na trhu nebyl takový mazec, jaký nastal potom. Ale já jsem cítil, že velcí hráči se jednou proberou a začne masakr. Pochopil jsem, že máme šanci jedině, když se povede udělat nějaký daňový režim, který pomůže malým nezávislým pivovarům přežít. Šlo o to zmenšit obrovský rozdíl ve výrobních nákladech velkých a malých pivovarů. Malý pivovar má prostě větší náklady na měrnou jednotku než gigant.

Tehdy jsem se setkal s německým jednatelem tamního Svazu malých a středních pivovarů a ten mě upozornil, že v Německu a v několika dalších západoevropských zemích platí zvláštní daňová úprava právě pro menší pivovary. Šlo o sníženou spotřební daň. A tak jsem založil Svaz malých nezávislých pivovarů, ve kterém se sdružilo okolo dvaceti malých pivovarů, a začal rok a půl trvající boj za snížení spotřební daně pro pivovary s ročním výstavem do 200 tisíc hektolitrů. Byla to spousta ježdění a přesvědčování. Argumentoval

jsem, že snížení daní je logické, jinak malé pivovary zkrachují, vysvětloval jsem, že jsme a vždycky jsme byli tradiční zemí piva a najednou by tu mělo zůstat jen pár velkých pivovarů jako v řadě států západní Evropy se všemi negativními důsledky na kvalitu nápoje. A šlo i o zaměstnanost a další věci. Nejprve jsem jednal s ministrem pro hospodářskou soutěž Bělehrádkem, ten se k tomu nepostavil kladně. Pak jsem mluvil s ministrem zemědělství Luxem, který připustil, že by to bylo užitečné, ale neudělal nic. Jediný ministr financí Kočárník pochopil, že to je správná věc, což připustil i v novinách. Jenže na něj hned vyskočil tehdejší premiér Klaus, který byl proti výjimkám, a ministr vycouval. Přes kamaráda, poslance Juru Honajzera, jsem se dostal k dalším poslancům parlamentu a vysvětloval jim, proč je daňová úprava potřebná. Jednal jsem s poslanci koalice, což tehdy byla pravice, oni souhlasili s tím, že jde o dobrou věc, ale věděli, že nemůžou návrh zákona podat, protože kdyby ho podala pravice, celá opozice bude proti. A v pravici, která sice měla většinu, by se nenašel dostatek hlasů.

Návrh zákona nakonec podal poslanec Levého bloku, a tak celá opozice byla pro a v koalici se našlo dost hlasů,

aby zákon v prosinci 1994 prošel. Hezké na tom bylo, že to bylo absolutně bez úplatků a zvítězily čisté argumenty a vnitřní přesvědčení. A přitom to celou dobu vypadalo neprůstředně, že to nemůže projít. Ale ještě nebyl konec. Prezident Václav Havel dal zákon k Ústavnímu soudu s tím, že princip zákona odporuje Základní listině práv a svobod. Ústavní soud se tím zabýval na jaře roku 1995, ale naštěstí ten argument Hradu byl neopodstatněný a soud stížnost zamítl. Zákon platí dodnes. A to je dobře, i když našeho pivovaru se už netýká. A od té doby nezkrachoval prakticky žádný malý průmyslový pivovar. Přitom od revoluce v roce 1989 do roku 1995 přežilo ze sedmdesáti průmyslových pivovarů pětadvacet, a kdyby ten zákon nebyl schválený, dneska by tu zbylo jen pár nadnárodních kolosů. A ještě jedna věc – k dnešnímu dni působí na našem trhu už zhruba tři sta čtyřicet nových minipivovarů, což je v poměru k počtu obyvatel jednoznačně první místo na světě. Došlo k úžasné renesanci pivovarnictví v České republice. Ještě jeden důsledek měl můj boj o daňovou výjimku, díky němu se značka Bernard, která do té doby prakticky neexistovala, zviditelnila ve spoustě článků a diskuzí, a to nám obrovsky pomohlo.

STANISLAV BERNARD



Založení Svazu malých nezávislých pivovarů v Humpolci

Rekonstrukce stáčírny lahví, kotelny, odstavení hnědouhelného kotle z roku 1912 a rozvodny elektrické energie

Příprava stáčení z hliníkových sudů na nerezové KEG

1994

 **140 847**

Výstav (hl)

 **73**

Počet zaměstnanců

 **5**

Ocenění

Konal se Mezinárodní veletrh piva Pivex spojený se soutěží. A došlo k obrovskému překvapení – laická i odborná porota rozhodly, že naše pivo je nejlepší. Velké pivovary to neuměly překousnout. Divily se, jak je to možné. Vlastně to bylo, jako bychom vyhráli mezinárodní mistrovství pivovarů. A to jsme byli teprve třetím rokem na trhu.

JOSEF VÁVRA

Důležité bylo i založení tradice pivních slavností, dnešního Bernard Festu. Chtěli jsme, aby se lidi v Humpolci bavili. Taková akce ve městě chyběla. A z malého regionálního festivalu se postupně stal velký, který navštěvují nejen lidé z Humpolce a kam jezdí nejpoblárnější kapely.

STANISLAV BERNARD

A ještě jednu věc bych zmínil – jako první jsme zavedli mikrobiologickou filtraci piva, tedy bez použití pasterizace. A přešli jsme z anonymních červených beden na zelené přepravky s vlastním logem a hliníkové sudy jsme vyměnili za nerezové KEG sudy, což bylo finančně hodně náročné. Tehdy se opravdu Hliník odstěhoval z Humpolce...

JOSEF VÁVRA

V roce 1994 jsme měli i vlastní televizní reklamu. Na pivovar naší velikosti to bylo nebyvalé. V té době ještě byla mezi lidmi na reklamy velká citlivost. Dneska by reklama zapadla, ale tehdy měla smysl. Zapůsobila už tím, že šlo o tancující skleničku se škraboškou, kterou doprovázela velice podmanivá hudba.

STANISLAV BERNARD

Zisk Zlatého poháru PIVEX od odborné i laické poroty

Zavedení mikrobiologické filtrace piva jako první v ČR

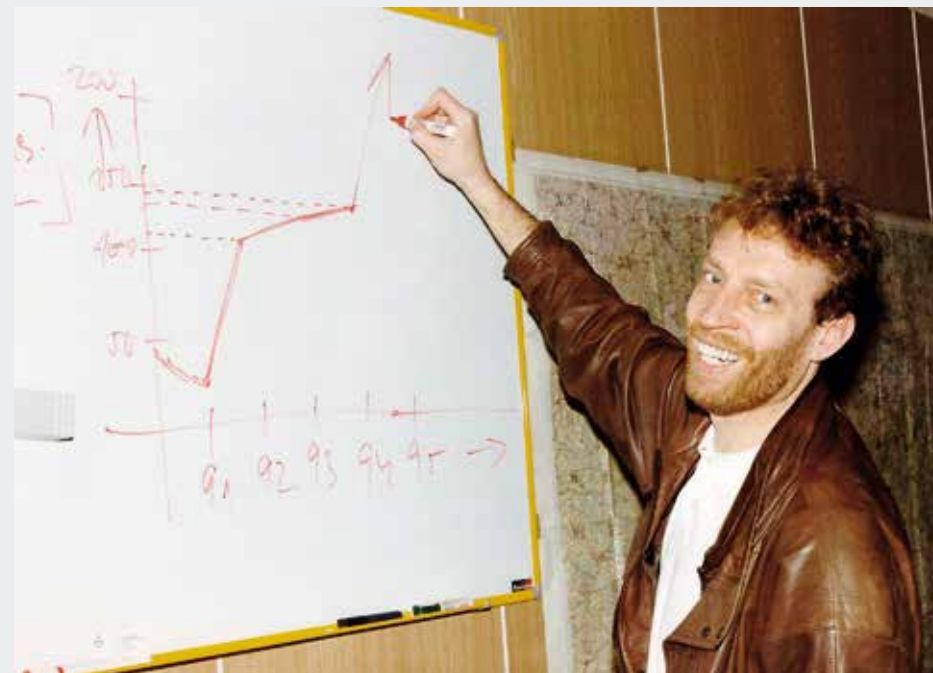
Na trh uveden Sváteční ležák s přísadou jemných kvasnic

Přechod na privátní zelené přepravky s vlastním logem a nerezové KEG sudy

Byla založena tradice pivních slavností, později hudebního festivalu, dnes Bernard Festu



Rudolf Šmejkal



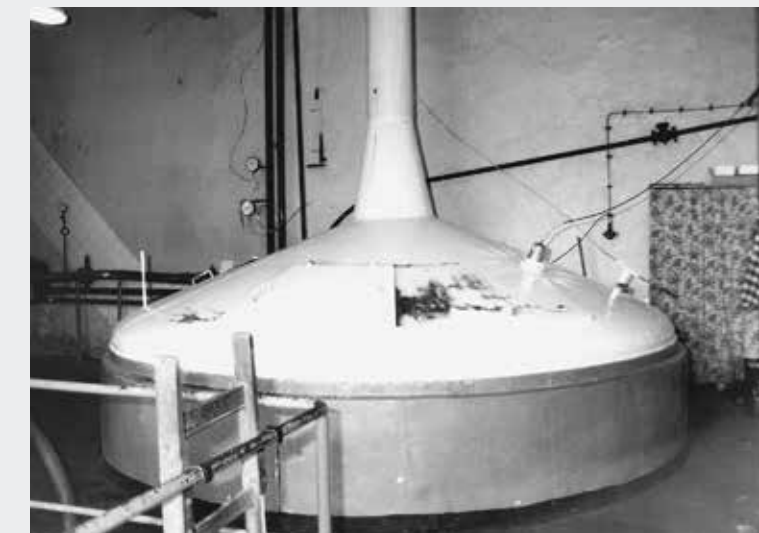
Stanislav Bernard



Josef Vávra



Televizní reklama Nebezpečná známost



1995



110 927

Výstav (hl)



72

Počet zaměstnanců



2

Ocenění

Začala platit diferencovaná spotřební daň a byl to především rok totální rekonstrukce varny, tu jsme koupili už o rok dřív ze zavřeného pivovaru v Innsbrucku, což nám ušetřilo nejméně čtyřicet milionů korun. Stará varna už nestíhala vařit, v létě jela v nepřetržitém provozu a zásoba piva ve sklepě pořád klesala. To byl jeden aspekt. Druhý byl, že nádoby byly železné a třeba u scezovací kádě už hrozilo, že dno přestane těsnit. Na jaře jsme ve staré kotelně demontovali hnědouhelný kotel z roku 1912 a udělali jsme stavební úpravy a nainstalovali novou scezovací kádě. Za provozu se vyndávala scezovačka a jako lego následovaly další nádoby. A rázem jsme z osklivého káčátka udělali jednu z nejhezčích varen v republice. Navíc jsme totálně zrekonstruovali strojovnu chlazení, která pracuje dodnes. Také jsme vyměnili plničku sudů Rotokeg o maximálním výkonu čtyřiceti sudů za hodinu za liniový stroj Maleg o výkonu šedesáti sudů za hodinu.

JOSEF VÁVRA

Jednu věc chci ještě dodat. Je potřeba se podívat na výstav piva. V roce 1994 jsme prodali skoro 141 tisíc hektolitrů a o rok později o 30 tisíc hektolitrů míň. Ten obrovský pokles byl způsoben jednou zásadní věcí. V roce 1994 jsme se dostali na samou hranici výrobních kapacit. V březnu roku 1995 jsme prodávali letní výstavy. Věděl jsem, že pokud bychom s tím nic neudělali, tak ve stejném roce zkolabujeme technologicky. A tak jsme se rozhodli zdrazit pivo o tehdy nevídaných 200 korun za hektolitr. Kvůli tomu se výrazně snížil prodej, ale technologicky jsme dokázali přežít. Bylo to dramatické, ale nás tenhle krok posunul do kategorie špičkových pivovarů, do nejvyšší cenové hladiny. A to vyjadřuje celou naši filozofii těch dvaceti pěti roků, co jsme uskutečňovali náš sen – vařit nejlepší pivo a prodávat ho za nejlepší možnou cenu. V roce 1995 jsme spoluzaložili Rádio Vysočina, do kterého o čtyři roky později odešel z pivovaru náš třetí společník Ruda Šmejkal.

V roce 1995 také začala cenová válka. Tehdy stálo pivo přes šest korun, ale najednou cena těch nejlevnějších piv spadla až na tři koruny devadesát. Dál se stalo, že velké pivovary začaly uplácet hospodské, aby čepovali jejich piva, protože měly peníze od nadnárodních firem. A když to začal dělat jeden, museli se všichni ostatní přizpůsobit, aby neztráceli trh. Když přišel obchodník nabídnout pivo, hospodský se nezajímal, jaké je pivo, ale první otázka zněla – kolik mi dáš peněz? A třetí aspekt byla nezákonná fúze Prazdroje s Radegastem, ke které se později přidal i Kozel. Vznikla společnost, která měla víc než dominantní postavení na trhu. My jsme neupláceli hospodské, ale zlepšovali jsme systém a trénovali obchodníky, jak to dělat dobře, a naše pivo mělo celou dobu výbornou pověst a díky různým aktivitám už byla značka Bernard známá. Získali jsme třeba pět malých hospod, do kterých jsme museli dát chlazení a další věci, ale nějaký velký pivovar uplatil velkou hospodu, která do té doby čepovala naše pivo. Každá hospoda znamená v chlazení a výčepu investice v řádu desítek tisíc korun. Měli jsme velké náklady s malými hospodami a přicházeli jsme v konečném důsledku o prodej. Byla to opravdu více než těžká doba.

STANISLAV BERNARD



Prosazení diferencované spotřební daně na pivo pro malé nezávislé pivovary

Instalace plnicí linky na KEG sudy, 60 sudů/hod.

Zahájení rekonstrukce varny zakoupené z druhé ruky v Innsbrucku

Instalace MMS – filtru

Reklamní kampaň Nebezpečná známost (1995–1996)

Založení Rádía Vysočina (9. 10. 1995, odchod v r. 1999)



1996



108 756

Výstav (hl)



74

Počet zaměstnanců



1

Ocenění

Provedli jsme vrt, abychom měli vlastní vodu. Získali jsme zdroj vysoce kvalitní měkké varní vody, což je pro výrobu piva nesmírně důležité. Vybudovali jsme přivaděč vody, neboť vrt je kilometr daleko, vybudovali jsme akumulaci, vodojem. Zbudovat přivaděč nebylo vůbec jednoduché, protože jsme se museli domluvit s majiteli pozemků. Nakonec se to povedlo a byl to malý zázrak, že jsme tak zásadně přebudovali vodní hospodářství pro varní účely. Dál jsme rekonstruovali rozvody chlazení po celém pivovaru. Ve sklepích postupně mizela zrezavělá potrubí a provoz se zase trochu víc začal podobat pivovaru. A zmínil bych ještě přechod z Euro lahví na NRW lahve.

STANISLAV BERNARD



Vodojem nad Humpolcem



Dokončena přestavba varny

Rekonstrukce rozvodů chlazení

Realizace 80m vrtu pro čerpání vody, vodojem a přivaděč vlastní vody

Přechod z Euro lahví na NRW

1997

Instalovali jsme nový monoblok Veral 60 s dvojitou evakuací na stáčení lahvového piva. Starý monoblok již neodpovídal našim potřebám, prodali jsme ho pelhřimovskému pivovaru.

JOSEF VÁVRA



První značková prodejna v Humpolci

 101 388

Výstav (hl)

 69

Počet zaměstnanců

 7

Ocenění



MUSICA MOSTER AMOR FOUNDATION
PRAGUE - CZECH REPUBLIC

V Praze 23. 6. 1997

Svoječinní lešák s pilsaolou
jemnýd kvasnic "BERNARD"
je nejlepší pivo na světě!

To mi upřimě napsal!

Ladislav Krušec &

RESTORATION OF GUSTAV WAHLER'S BIRTHPLACE
P.O. BOX 13, PRAHA 414, 148 00, TEL/FAX: 00422/793 63 28 792 17 43
IČO: 631 128 41 - GM ACCOUNT : KB - 195804740277/0100
FOREIGN CURRENCY ACCOUNT : 195805850267/0100



KALIŠTĚ

1998

Opět se nám podařilo zvítězit na Mezinárodním veletrhu piva Pivex v Brně. Už byly samostatné degustační soutěže pro desítku a dvanáctku. Vyhráli jsme v obou kategoriích. Tehdy jsem prohlásil, že nejlepší pilsenské je pivo Bernard. Bylo to pro mě velké zadostiučinění, vždyť jsem se vyučil v pilsenském pivovaru.

JOSEF VÁVRA



109 774

Výstav (hl)



72

Počet zaměstnanců



7

Ocenění



Dvě hlavní ceny na tzv. neoficiálním mistrovství České republiky – PIVEX 1998: světlé pivo 10° a světlé pivo 12°

1999



116 057

Výstav (hl)



72

Počet zaměstnanců



7

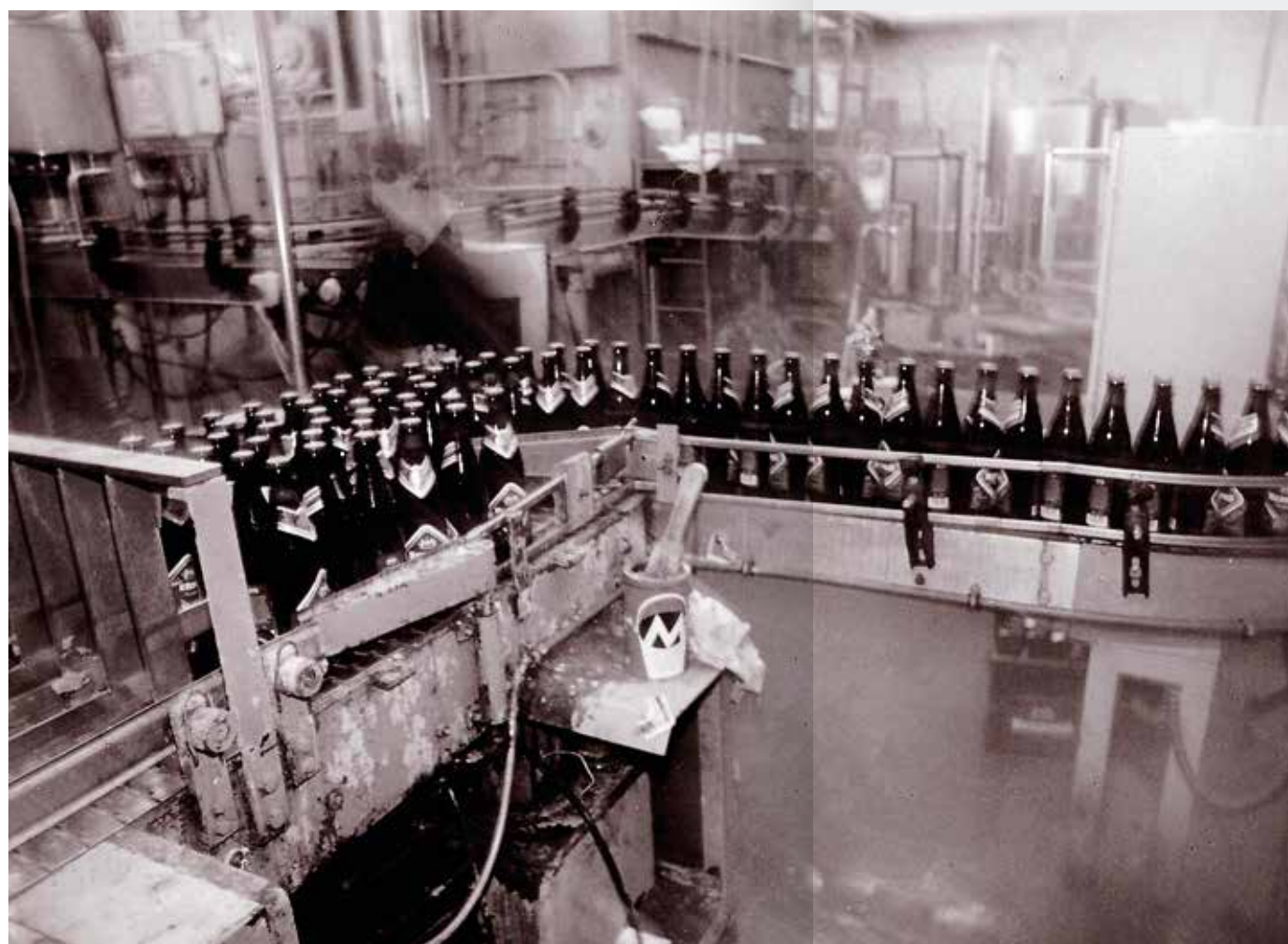
Ocenění

V tomhle roce odešel náš třetí společník Rudolf Šmejkal do Rádia Vysočina, kde jsme na něj převedli naše dva dvacetiprocentní podíly, a on nám přenechal svůj třetinový podíl v pivovaru.

STANISLAV BERNARD

Před zahájením letní sezony jsme vyměnili filtrační svíčky ve starém křemelinovém filtru. Nové svíčky zlepšily filtraci a snížily spotřebu filtrační křemeliny. Výsledkem byla vyšší kvalita a nižší náklady.

JOSEF VÁVRA



Výměna filtrových svíček ZVU

Odchod jednoho ze tří majitelů Rudolfa Šmejkala

2000



106 682

Výstav (hl)



73

Počet zaměstnanců



6

Ocenění



1 945

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



25

Počet zaměstnanců sladovny

Zakoupení humnové sladovny
v Rajhradě u Brna

27. 12. 2000 vznik akciové společnosti

Za vítězství na MS v Petrohradě obdrželi
hokejisté průměrnou roční spotřebu
piva v ČR – 160 litrů piva Bernard

Vybudována vyrovnávací
jímka na odpadní vody

Založena soutěž Mláď
o nejvšestrannějšího žáka a studenta
města Humpolce – garantem
Rodinný pivovar Bernard

Chtěli jsme mít všechny základní suroviny potřebné pro výrobu piva pod vlastní kontrolou, a protože jsme měli volný kapitál, rozhodli jsme se koupit sladovnu. Do té doby jsme slad nakupovali z různých sladoven a samozřejmě byl pokaždé trochu jiný. On je vždycky jiný, záleží na sklizni, ale každá sladovna používá jinou technologii. Objížďeli jsme různé humnové sladovny a nakonec jsme objevili jednu v Rajhradě, která v té době patřila pod Obchodní sladovny Prostějov, které ji chtěly zavřít. Protože jsme s vedením sladoven měli dlouholeté korektní vztahy, domluvili jsme se na rozumné ceně. A ještě k Obchodním sladovnám. My jsme roky předtím řešili problém platební neschopnosti. Mnohdy jsme byli v situaci, kdy jsme neměli dostatek vlastních prostředků na zaplacení řady dodavatelů. Tehdy jsme se dohodli s Obchodními sladovnami, což byl náš největší dodavatel, že budeme dlužit jim a s ostatními dodavateli se vyrovnáme. Měli jsme od sladoven dodavatelství úvěr, což nám umožnilo zaplatit ostatním dodavatelům. Domluvený splátkový kalendář jsme dodržovali. Byla to od sladoven velká pomoc.

STANISLAV BERNARD

Humnový slad je malinko jinak vyráběn, klíčí v nízké vrstvě na velké ploše – humnech. Slad je méně rozluštěný a tužší, a tím pádem vhodnější pro výrobu českého piva. České pivo nemá být tak hluboko prokvašené a pivo z humnového sladu je plnější a pitelnější a je lépe hodnoceno zákazníky než pivo ze sladu vyrobeného v moderních pneumatických sladovnách.

JOSEF VÁVRA

V roce 2000 padlo rozhodnutí, že budeme hledat strategického partnera, abychom ustáli situaci na velmi složitém trhu. Pořád jsme potřebovali pivovar rekonstruovat, modernizovat. Sice jsme už spoustu věcí udělali, ale bylo potřeba udělat další. Připravili jsme investiční memorandum, v němž byl náš pivovar charakterizován, a s pomocí kamaráda Libora Witasska a jeho holandského společníka jsme začali hledat strategického partnera. Oni obeslali hospodářské

komory v různých zemích a objevili se tři zájemci. Jeden ze Švédska, druhý ze Spojených států a třetí z Belgie. Witasskův holandský partner zajel do Belgie a přišel s tím, že se mu jeví jako zajímavý a seriózní partner, že jsou to féroví lidé. Mezitím jsme připravili akciovou společnost. Následovala dlouhá jednání, spousta auditů ekonomických, právních, ekologických a tak dál. A v roce 2001 jsme si koncem jara pláclí a v červenci jsme s belgickým pivovarem Duvel Moortgat podepsali strategické partnerství.

STANISLAV BERNARD

Budova sladovny Bernard
v Rajhradě u Brna



Mláď, soutěž o nejvšestrannějšího žáka
a studenta města Humpolce



2001

 94 781

Výstav (hl)

 76

Počet zaměstnanců

 6

Ocenění

 6 298

Výroba sladu v kalendářním roce (t)

 25

Počet zaměstnanců sladovny

Strategickému partnerovi, kterým se stal belgický pivovar Duvel Moortgat, jsme prodali přesně 50 % pivovaru, takže nikdo nemá majoritu, což rozhodně není běžné. Jsme spolu už dvacet let a naše spolupráce funguje velice korektně a dobře. Pro nás je důležité, že Belgičané nám v podstatě nemluví do toho, jak firmu řídíme. A v tomhle roce vzniklo i motto Vlastní cestou, kterého se neustále držíme. Jako první jsme na pivním trhu přicházeli s mnoha věcmi a slogan Vlastní cestou nás charakterizuje dodnes.

STANISLAV BERNARD

Pro další zkvalitnění piva jsme instalovali zařízení na výrobu odplyněné vody, to znamená, že voda je zbavena kyslíku. Tato odplyněná voda se používá na vytlačení piva z filtru a z potrubí.

JOSEF VÁVRA



Vznik motta „Vlastní cestou“

Vstup strategického partnera Duvel Moortgat

Zavedena úprava odplynění vody

Cenová válka na českém pivním trhu

Statické zabezpečení budov sladovny – hvozďů a sil 7 a 8



Tým Bernard na turnaji BERNARD CUP ve Speřicích



2002



108 799

Výstav (hl)



85

Počet zaměstnanců



11

Ocenění



6 860

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



25

Počet zaměstnanců sladovny

Přišli jsme s novinkou, kterou jsme se odlišili od konkurence – s retro patentními lahvemi, které distribuujeme v dřevěných bedýnkách. To byl velmi zajímavý moment. Věděli jsme, že je potřeba se odlišovat, jít vlastní cestou, a tohle byl její příklad. Lahev s patentním uzávěrem, která nás dodnes odlišuje, přežila v Německu nebo v Rakousku, ale v Česku po druhé světové válce úplně vymizela. To rozhodnutí nebylo vůbec jednoduché, protože záloha na normální lahev byla a je tři koruny a lahev s patentním uzávěrem měla jen pořizovací cenu deset korun. Takže vůbec nebylo jasné, jestli uspěje, nebo ne. Nakonec jsme se rozhodli to zkusit, začali jsme jednat s Němci o nákupu lahví, a abychom podtrhli přírodní charakter piva, vznikl nápad vytvořit dřevěné bedýnky. Hezké a zároveň trvanlivé, a aby se daly skládat na sebe. Přechod na patentní lahev neznamenal jen zajištění lahví a bedýnek, musely se koupit některé mašiny do lahvozny, nemohli jsme to dělat ručně jako v minipivovaru. Musela tam být uzavíračka patentních lahví, úprava na monobloku, zásadní úprava lepičky etiket a tak dále. Investice dohromady představovala osm milionů korun. A šlo se do obrovské nejistoty. V řetězcích jsme cenově stoupli na 15,90, za což se prodával Plzeňský Prazdroj. Vyrukovali jsme s novým balením na vánoční trh a mělo to tak obrovský úspěch, že Němci nám nestíhali dodávat lahve, stolaři nestíhali vyrábět bedýnky, byl to skutečně trhák. Spousta lidí si lahve nechávala doma k jinému použití, což bylo pro nás ekonomicky zajímavé, protože záloha byla patnáct korun a pořizovací cena, jak už jsem řekl, deset. Takže na každé nevrácené lahvi jsme měli větší zisk než na samotném pivu. Samozřejmě to trvalo jen nějakou dobu.

STANISLAV BERNARD



Slavnostní odhalení pomníku Hliníka v Humpolci



Zprovoznil jsem vlastní propagační stanici kvasnic, což byl další krok k tomu mít všechny vstupní suroviny pod kontrolou. Do té doby jsme museli kvasnice nakupovat v jiných pivovarech. A někdy jejich kvalita nebyla ideální. Oproti koupi sladovny šlo ale o podstatně menší investici. Takže máme vlastní kvasnice, které prodáváme i jiným pivovarům a dnes především minipivovarům. Aby se mohly bezpečně stáčet lahve s patentním uzávěrem, instalovali jsme inspektor umytých lahví PAST tuzemské výroby.

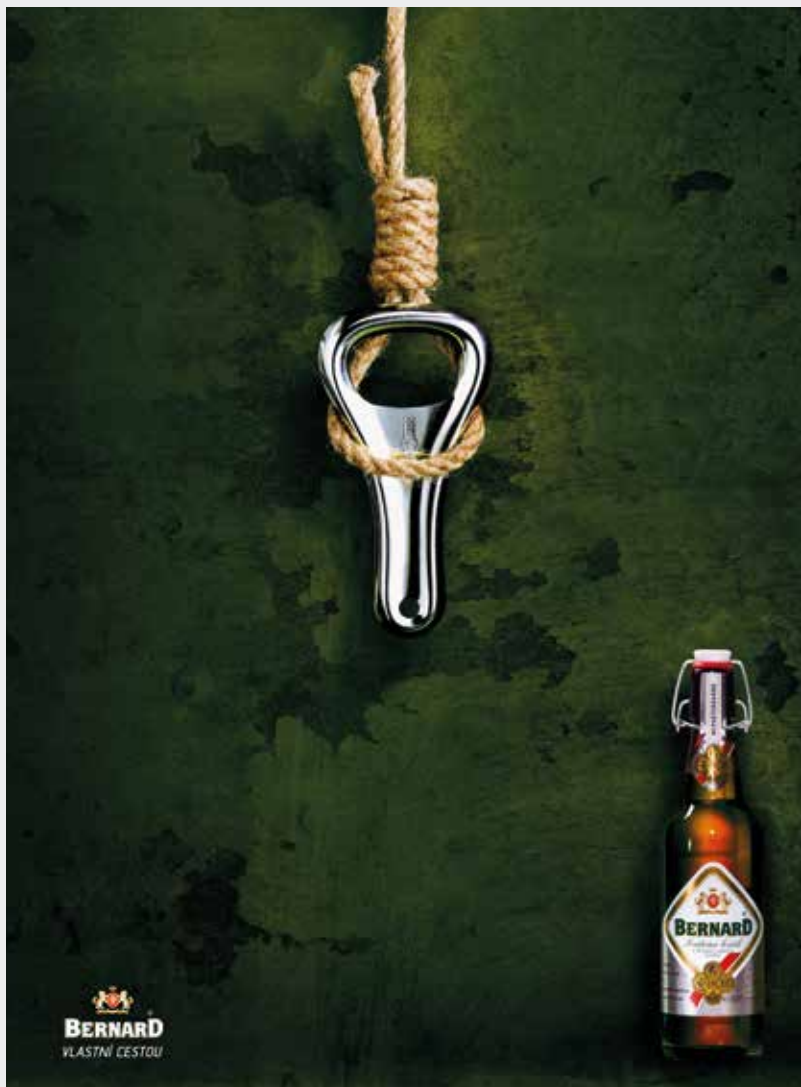
JOSEF VÁVRA

Zprovoznění vlastní výroby kvasnic

Nová retro lahev s patentním uzávěrem a dřevěné bedýnky

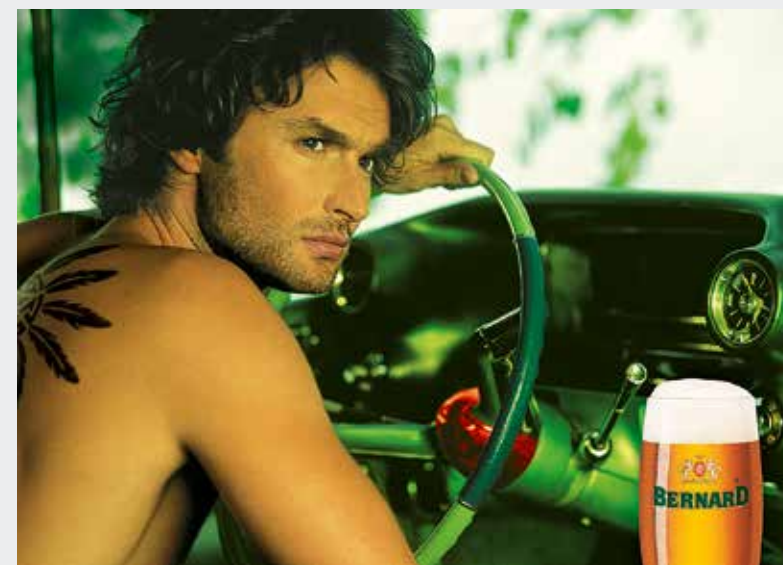
Instalace inspektoru na stáček lince

Zahájení stavby budovy KEG linky, jídelny a sociálního zázemí



Billboardová kampaň k lahvi s patentním uzávěrem

Televizní reklama Bernard Vlastní cestou



2003



123 031

Výstav (hl)



86

Počet zaměstnanců



719

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



11

Ocenění



6 671

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



25

Počet zaměstnanců sladovny

Byla dokončena stavba pro novou stáček KEG linku. Dodavatelské firmě jsme reklamovali strop, který se nám zdál zvládnutý. Firma tvrdila, že strop je v pořádku, a on snad do dvou dnů spadl. Naštěstí se nikomu nic nestalo. Instalovali jsme dvě stáček linky o celkovém výkonu 120 sudů za hodinu. Novou stáček jsme potřebovali, protože ta stará byla jen pro šedesát sudů, a jak rostl výstav, už nám nestačila. Součástí byla i nová jídelna s výhledem na půl města. Našimi zaměstnanci to bylo velmi dobře vnímáno. Jídelna je asi pro sedmdesát lidí a využíváme ji i pro různé akce. Vše doplnily nové šatny. Velkým zážitkem pro nás všechny byl i poznávací zájezd do belgického Breendonku, kde sídlí náš partner Duvel Moortgat. Součástí cesty byla i návštěva Bruselu.

JOSEF VÁVRA

Po letech jsme zase chtěli podpořit značku televizní reklamou. Ve spolupráci s reklamní agenturou EURO RSCG jsme připravili koncept, který se jmenoval Bernard – Vlastní cestou. Šlo o tři televizní spoty. Mně se líbily, měly koule, náboj, nicméně tam byla jedna chyba v mediální části. Kdybychom dneska takovou reklamu dělali, musela by mít buď mnohem větší mediální nasazení, pokud by to měly být tři motivy, anebo by bylo lepší vybrat jen jeden. Mně se opravdu líbily všechny tři, ale tím, že jsme měli omezený reklamní rozpočet, tak se to rozměnilo, a navíc v porovnání s lety 1994 až 1996, kdy jsme měli v televizi tančící skleničku, byla citlivost diváků na televizní reklamu nesrovnatelně menší. Tím neříkám, že reklama byla neúspěšná, určitě šla vlastní cestou, pomohla značce, ale kdybych to měl hodnotit z pohledu nárůstu prodeje, ten se nekonal.

STANISLAV BERNARD



Návštěva zaměstnanců v pivovaru Duvel v Belgii



Dokončení nové stáček KEG sudů, jídelny pro zaměstnance a oddělení údržby

Instalace nového kotle BK 6,5

Zahájena stavba budovy pro hlavní kvašení

Návštěva zaměstnanců v pivovaru Duvel Moortgat v Belgii

Zisk národní značky kvality KLASA

Televizní reklama Bernard – Vlastní cestou

2004



127 827

Výstav (hl)



89

Počet zaměstnanců



8 (6 935)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



715

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



11

Ocenění



6 779

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



25

Počet zaměstnanců sladovny

V tomto roce jsme vstupovali do Evropské unie a my jsme se rozhodli začít se aktivně zabývat exportem; do té doby to kromě Slovenska byly jen ojedinělé vlašťovky. Od toho roku náš export postupně roste. Se vstupem do Unie se pojila spousta změn v zákonech a podobně. My jsme současně změnili informační systém na systém KARAT. To spojení dvou obrovských vnějších vlivů přineslo velké problémy. Naši lidé se s novým systémem učili pracovat, někteří se s ním neuměli sžít. Každá implementace nového informačního systému je složitá, ale ve spojení s mnoha legislativními změnami vstupu do EU to bylo ještě náročnější. Ale nakonec jsme to zvládli. Navíc v parlamentu odhlasovali naprostý nesmysl, že se vratné obaly budou zdaňovat daní z přidané hodnoty. Když se posílá vratný obal z pivovaru zákazníkovi, samozřejmě žádná přidaná hodnota nevzniká. Tenhle absolutní nesmysl způsobil krizi. Naši velkoobchodní partneři měli na skladech sudy, bedny i lahve za miliony korun a řekli si, že jakmile se z obalů začne odvádět DPH, tak jejich hodnota se sníží o tu daň. Ono to vypadá jako nic, ale najednou se na nás strhla lavina zpráv od velkoobchodních partnerů, abychom si přijeli pro své obaly. To byla opravdová krize, to by zastavilo prodej. Jedna tupost naprosto nezodpovědných zákonodárců, kteří neměli o problému ponětí, způsobila docela vážnou krizi. Nakonec to dopadlo tak,

[Instalace počítačového softwaru KARAT](#)

[Reklamní kampaň Svět se zbláznil. Držte se...](#)

[Od roku 2004 se vstupem ČR do EU začal aktivní přístup k exportu piva Bernard](#)

[Oprava komunikace, zastřešení expedice sladu, terénní úprava areálu sladovny](#)

že jsem komunikoval s naším daňovým poradcem a s právníky a dal jsem jim zadání, že nechceme, abychom to museli akceptovat. Oni vymysleli způsob, jak DPH z obalů neodvádět. Nakonec tenhle nesmysl parlament zrušil.

V dubnu 2004 jsme začali s billboardovou reklamou *Svět se zbláznil. Držte se...* a tenhle reklamní koncept v podstatě používáme dodnes. I když v posledních letech už spíš jako šafránu, když dojde k situaci, která hraničí se zdravým rozumem. Když je to skutečně výjimečná situace, která hýbe celou společností, píše se o ní v novinách. S reklamou jsme začali zrovna v době, kdy probíhala první soutěž Superstar a hvězdou se stala Anička Dajdou, naprosto bezprostřední děvče, které ale neumělo zpívat, nemělo hudební sluch, a přitom bylo naprosto přesvědčené, že právě ona by se měla stát superstar. Byl to náš první billboard v tomhle konceptu, který se objevil i v mnoha médiích, a měl obrovský úspěch. Svět se zbláznil... jsme pak používali léta, ale postupně tahle reklamní kampaň šla stále víc do negativních, politických, korupčních motivů. Protože jsme nechtěli, aby naše značka byla spojována s těmito negativními jevy, tak jsme ji přerušili, a jak už jsem řekl, pak jsme ji používali jen výjimečně. Např. v případě zločinné prezidentské amnestie Václava Klause, která zametla pod koberec různé velkokorupční kauzy.

STANISLAV BERNARD



Roční spotřeba piva na jednoho Čecha byla připravena za vítězství fotbalistů na ME v Portugalsku.



V pivovaru Bernard proběhl První český seminář o vlivu alkoholu na lidské zdraví.



Anička Dajdou zahájila reklamní kampaň Svět se zbláznil. Držte se...





SARS



Policejní odposlechy



Dětsí vojáci



Česká realita

2005



138 285

Výstav (hl)



94

Počet zaměstnanců



13 (14 060)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



8

Ocenění



6 800

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



24

Počet zaměstnanců sladovny

V říjnu vyšlo první číslo našeho magazínu *Vlastní cestou*. Tehdy mi přišlo moc fajn mít svůj magazín, který by šel vlastní cestou, měl netradiční formát a netradiční obsah. Ten spočívá v tom, že nebudeme psát o negativních věcech, ale naopak o pozitivních, o lidech, kteří jdou vlastní cestou, kteří si dokázali poradit, vymysleli něco nového. Nechtěli jsme mít magazín, který by byl jen o pivovaru Bernard, ale abychom měli krásný magazín, kde o sobě můžeme něco napsat, ale zároveň neotravovat lidi tím, že časopis bude jenom o nás. Proto máme v každém čísle dva rozhovory, zahraniční reportáž, fotoreportáž, výtvarnou lahůdku, povídku a fejeton. Naposled přibyl komiks od špičkových českých autorů a rubrika *Jak to vidí...* Magazín tiskneme na kvalitním papíru a dbáme na působivou, neotřelou grafiku. Že je magazín opravdu dobrý, o tom svědčí řada cen v různých soutěžích, které každoročně získává. Dnes vychází v nákladu 34 tisíc výtisků.

STANISLAV BERNARD

Říjen 2005 – vychází první číslo magazínu *Vlastní cestou*

Dokončení vrtu č. 2 pro měkkou vodu a rekonstrukce vodojemu

Instalace myčky, která umyje i lahve s patentním uzávěrem

Zavedení dusíku a směšného plynu

Nový povrch v náduvnících, výměna oken na humnech a správní budově sladovny

Dosud jsme měli starou myčku lahví z roku 1992. Požadavky na mytí rostly, a hlavně jak jsme zavedli patentní lahve, stará myčka strhávala patentní uzávěry. Aby se to zlepšilo, koupili jsme novou nerezovou myčku Fontána. Když se nainstalovala a začali jsme stáčet lahve, tak inspektor lahví, který máme za myčkou, začal všechno vyřazovat. Vypustili jsme vany a napustili nové mycí roztoky, ale nepomáhalo to. Odborníci z dodavatelské firmy tvrdili, že máme asi hodně špinavé lahve a že tam máme přidat nějaké zesilovače, abychom lahve umyli. Byli jsme přesvědčeni, že to není možné, nová myčka musí mýt. V duchu jsem si říkal: „Kde soudruzi z NDR udělali chybu?“ Věděl jsem, že je hloupost, že bychom měli nějak extrémně špinavé lahve. Pořádně jsem si myčku prohlédl a zjistil jsem, že přeřadové kaskády na vodních vanách jsou nainstalovány obráceně a špinavá voda neustále přetéká do té čisté a lahve se stále dokola oplachují špinavou vodou. Tak to firma musela opravit a myčka začala fungovat, jak měla.

JOSEF VÁVRA



Tomáš Baťa a Stanislav Bernard při křtu knihy prof. Milana Zeleného *Cesty úspěchu*

2006



138 657

Výstav (hl)



98

Počet zaměstnanců



16 (16 392)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



1 222

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



8

Ocenění



6 248

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



24

Počet zaměstnanců sladovny

Přerušili jsme reklamní kampaň Svět se zbláznil..., abychom naši značku příliš nespojovali s negativními tématy, a zahájili jsme dlouhodobou jemnou reklamní kampaň, kterou jsme nazvali Pivo jako šperk. A tuto reklamu třeba na reklamních taškách využíváme dodnes.

STANISLAV BERNARD

Připravoval se bodový systém pro řidiče a zdůrazňovala se nulová tolerance alkoholu. Tato situace byla pro nás zajímavá. Zkusili jsme vyrobit světlé nealkoholické pivo. My jsme do té doby nealkoholické pivo prodávali, ale z jiných pivovarů. Vlastně jsme čekali na tu správnou dobu, abychom na trh přišli s vlastním produktem. Od počátku bylo hodně úspěšné a je úspěšné dodnes. O rok později jsme začali vyrábět další nealkoholické polotmavé pivo Bernard free jantar, což byla obrovská rarita, nikdo jiný polotmavé nealko nevyráběl. A ještě později jsme přidali dvě piva s ovocnými příchutěmi – Švestku a Višeň. I tato nealka jsou úspěšná. A jsou pro nás zajímavá i z ekonomického hlediska – z nealkoholických piv se neplatí spotřební daň.

JOSEF VÁVRA



Originální sklenice Bernard

Uvedení světlého nealkoholického piva Bernard s čistou hlavou

Výbudování vířivé kádě a jednostupňového chladiče mladiny

Reklamní kampaň Pivo jako šperk

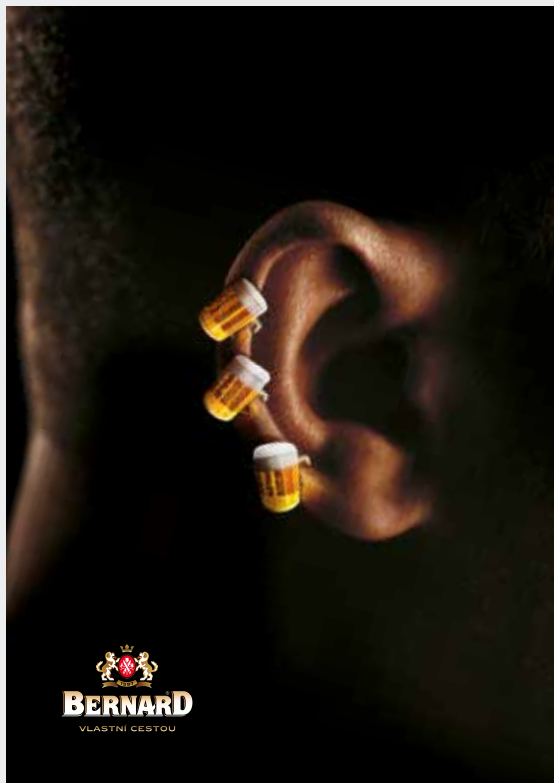
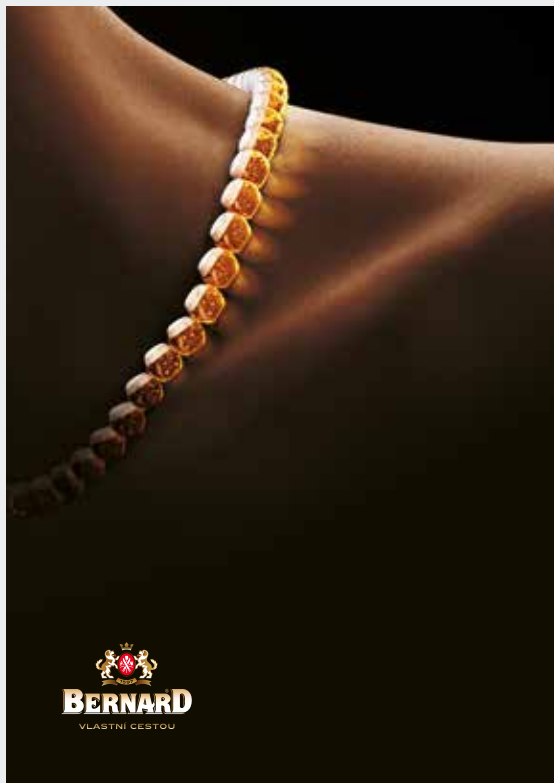
Zahájení výstavby budovy pro instalaci ležáckých tanků



Rodinný pivovar Bernard dosáhl vynikajících úspěchů. V mezinárodní soutěži *International Beer Challenge / World's 50 Best Beers* získalo Speciální černé pivo Bernard s přísadou jemných kvasnic první místo v nejprestižnější kategorii „Strong Lager“. Bylo to poprvé v historii soutěže, kdy tuto prestižní kategorii vyhrálo černé pivo.







Motivy kampaně *Pivo jako šperk* používáme dodnes.

2007



156 520

Výstav (hl)



112

Počet zaměstnanců



17 (18 133)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



1 343

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



20

Ocenění



5 973

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



24

Počet zaměstnanců sladovny

V Humpolci postupně rostla značková prodejna Bernard, sjížděli se do ní lidé nejen z blízkého okolí, ale i z dálnice, tak nás napadlo, že by bylo dobré vybudovat síť značkových prodejen, a to například tam, kde býval pivovar a zanikl. Jako první jsme otevřeli prodejnu v Prostějově. Dneska jich máme devět. Koncept značkových prodejen je velmi úspěšný, lidé nemusejí kupovat naše pivo jenom v supermarketech. A kromě jiného se tam prodává i pivo pod názvem toho kterého města, což vůbec nebyl špatný nápad. Například v Prostějově je to Prostějovská jedenáctka. Je to naše pivo, které prodáváme pod těmito etiketami a znakem města, abychom jej přiblížili lidem, kteří v tom daném městě žijí. Tyhle jedenáctky prodáváme jen ve značkových prodejnách.

STANISLAV BERNARD

V létě jsme přešli na nové privátní zelené lahve. Chtěli jsme mít vlastní design, některé pivovary už začaly stáčet pivo do vlastních lahví, a tak jsme nechtěli zaostát. Bylo to dost složité, protože přejítí na nové lahve vyšlo na léto, tedy na dobu největších prodejů. Museli jsme nejdříve nastáčet dostatečnou zásobu do starých lahví, a abychom je nemuseli nakupovat, domluvili jsme se s jihlavským pivovarem, který nám půjčil bedny i lahve. Mezitím jsme předělávali stroje na nové lahve a současně jsme pořídili novou etikovačku lahví. Staré lahve jsme pak jihlavskému pivovaru vrátili, a ušetřili tak hodně peněz.

JOSEF VÁVRA



Uvařena první várka nealkoholického piva Bernard free jantar

Navýšení kapacity ležáckého sklepa o 10 x 400hl

Instalace 2 nádob hlavního kvašení

CIP stanice

Etiketovačka, otvíračka patentních lahví

Nové lahve s embossingem

Úspěch na degustační soutěži České pivo

Otevřena značková prodejna v Prostějově

410 let od založení pivovaru v Humpolci roku 1597

Zvýšení skladovací kapacity hrádí (boxů) na ječmen



Iditarod Trail Invitational 2007, Honza Kopka s Bernardem přes Aljašku v nejmrazivějším extrému planety na kole



Rekonstrukce značkové prodejny Bernard v Humpolci



Značková prodejna Bernard v Prostějově



2008



188 097

Výstav (hl)



123

Počet zaměstnanců



21 (23 381)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



1 392

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



19

Ocenění



6 551

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



24

Počet zaměstnanců sladovny

Výstav piva dále vzrostl. Bylo nutné zajistit lepší pracovní podmínky na stáčírně lahví, a tak jsme i nadále modernizovali. Zprovoznili jsme nový vykladač a vkladač lahví, otvírač patentních lahví a paletizátor plných beden s výkonem až 14 tisíc lahví za hodinu. Instalovali jsme pátou nádrž na varně – sběrač sladiny, což umožnilo uvařit denně o jednu várku piva navíc. Razantně jsme zvýšili kapacitu ležáckého sklepa, což vedlo k dalšímu zlepšení kvality piva.

JOSEF VÁVRA

S tím, jak rostl počet zaměstnanců, jsme uvažovali, jak zlepšit firemní prostředí, firemní atmosféru, vztahy mezi lidmi. Abychom tomu dali nějaký společný rámeček, vyzvali jsme naše zaměstnance, aby zkusili sami navrhnout firemní poslání a firemní hodnoty. Ten proces trval asi rok a půl a závěr vyústil ve firemní poslání, které zní – Vlastní cestou k poctivému českému pivu. A nakonec byly našimi lidmi a za naší podpory vybrány firemní hodnoty – otevřenost, důvěra, spolupráce, zodpovědnost a pozitivita. Orientace na zákazníka, na zaměstnance a růst hodnoty firmy. Tuhle „investici“ považuju za nejvýznamnější akci, kterou jsme v pivovaru udělali. Utvořila základ k tomu, že dneska je ve firmě otevřená a přátelská atmosféra, že lidi nechodí do práce se sevřeným žaludkem, ale že sem chodí vařit co možná nejlepší pivo, a ještě se u toho baví.

Naproti pivovaru jsme koupili starý dům a zrekonstruovali jsme ho od základů až po střechu. Jednak jsme tam vybudovali nové kanceláře pro obchod a marketing a novou zasedací místnost, a zároveň jsme v přízemí otevřeli krásnou značkovou prodejnu.

STANISLAV BERNARD

Otevření nové značkové prodejny v Humpolci a v Opavě

2. etapa dostavby kapacity ležáckého sklepa 16 x 400 hl

Instalace sběrače sladiny a zavedení paletizace lahvovny, vkladač a vykladač

Instalace dalších 2 nádob hlavního kvašení, celková kapacita 6 000 hl

Instalace stroje pro otevírání patentních lahví

Exportní nárůst o 83 %, nové země: Norsko, Bulharsko, Itálie, Litva

Zaměstnanci sami vytvořili naše firemní poslání a hodnoty

Výměna hvozdových ventilátorů ve sladovně



Značková prodejna Bernard v Humpolci



NAŠE POSLÁNÍ
VLASTNÍ CESTOU K POCTIVÉMU
ČESKÉMU PIVU.

NAŠE HODNOTY
OTEVŘENOST
DŮVĚRA
SPOLUPRÁCE
ODPOVĚDNOST
POZITIVITA

ORIENTACE NA ZÁKAZNÍKA
ORIENTACE NA ZAMĚSTNANCE
RŮST HODNOTY FIRMY



NA STRÁŽI PROTI EUROPIVU

BERNARD
vlastní cestou



Na stráží proti europivu

BERNARD

2009



204 377

Výstav (hl)



132

Počet zaměstnanců



24 (28 891)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



1 487

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



20

Ocenění



5 040

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



24

Počet zaměstnanců sladovny

V tomto roce jsme otevřeli úplně novou kapitolu v naší výrobě – uvedli jsme na trh nealkoholický nápoj nazvaný Švestka, protože do něj přidáváme přírodní švestkovou šťávu. Je to skutečně dobrý nealkoholický nápoj, výjimečný ve své chuti a vůni s mírnou hořkostí podněcující k dalšímu napití. Švestka se na trhu uchytila velmi dobře a pomohla nám přežít krizové roky 2009 a 2010, aniž bychom se propadali ve výstavu tak, jako se dramaticky propadal český trh s pivem, konkrétně asi o 18%. My jsme vůbec neklesli. A velmi nám pomohly právě inovace, ať už to byla Švestka, nebo o rok poté Višeň. Oběma nápoji jsme otevřeli kapitolu piv s ovocnými příchutěmi, teprve pak se k tomu přidaly další pivovary.

STANISLAV BERNARD

Rozšířili jsme kvasné kapacity o polovinu, což nám umožnilo případný bezproblémový nárůst výstavu až na 300 tisíc hektolitrů piva.

JOSEF VÁVRA



Otevřena značková prodejna v Břeclavi a Třebíči

Brýdový kondenzátor a automatizace varny

Výměna centrálního kompresoru

Instalace 4 nádrží hlavního kvašení, automatizace varny a zvýšení počtu várek

Nová filtrace pro ovocné nápoje Švestku a Višeň

Nové nealkoholické pivo Bernard s čistou hlavou Švestka

Bernard s čistou hlavou dosáhl 11% výstavu

Montáž nového nastíracího zařízení na hvozď a oprava jídelny ve sladovně



Potřebné bylo i předláždění pivovarského dvora.



Důležitou součástí lahvovny se stal i nově zbudovaný přístřešek.



2010

 **204 474**

Výstav (hl)

 **136**

Počet zaměstnanců

 **32 (30 804)**

Počet exportních zemí / výstav (hl)

 **1 555**

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

 **27**

Ocenění

 **6 586**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)

 **24**

Počet zaměstnanců sladovny

Došlo ke standardizaci výroby. Stanovily se parametry jednotlivých postupů, které se začaly vyhodnocovat, aby se výroba vešla do určitých mezí, ale zároveň aby pivo bylo dobré. Týkalo se to varny, spilk, sklepa, filtrace, stáčírny, ale i všech surovin. I tohle jsme dělali proto, aby naše pivo bylo stále lepší a lepší.

JOSEF VÁVRA

Bylo tu několik hezkých momentů. Například, že jsme obdrželi ocenění od Prvního dámského pivního klubu jako nejlepší značka piva. Jmenovalo se to Dámská pivní volba. V roce 2010 jsme vyzvali na pivní souboj společnost Plzeňský Prazdroj, který na svých billboardech plošně tvrdil, že nealkoholický Birell převyšuje ostatní, což bylo naduté tvrzení a hlavně neodpovídající realitě. Tak jsme je vyzvali na pivní degustační souboj, který by posuzovali nezávislí odborníci. Ale Plzeňský Prazdroj souboj odmítl, což o leccems vypovídá.

STANISLAV BERNARD

Standardizace výroby

Na trh uveden Bernard s čistou hlavou Višeň

Pivovar vaří sedm druhů alkoholického piva a čtyři druhy nealkoholického piva

Otevřena značková prodejna ve Valašském Meziříčí

Oprava fasády na administrativní budově

Celková rekonstrukce vodního hospodářství

Posílení chlazení pivovaru

Příprava realizace přetlačných tanků

Rekonstrukce čistíčky odpadních vod ve sladovně, šaten a sociálního zařízení, instalace expedičních sil



Spokojený pracovník firmě prospěje více než ten netečný

Humpolecký pivovar Bernard získal třetí místo v soutěži Progresivní zaměstnavatel roku

MICHAL VÍTO

Humpolec – Po výsledcích používat lidí. Zaměstnavatel roku prahne každý správný personál. V humpoleckém humpoleckém pivovaru Bernard se k této metě významně přiblížil.

O třetím místě v soutěži Progresivní zaměstnavatel jsme bojovali a takticky personálkou Hana Bernardová (současné šéfkuchařka expeditorka Romanová, šéfkuchařka Věra Černá, šéfkuchařka Věra Černá).



UPřVA. Další zaměstnavatel je spokojený zaměstnavatel. Třetí to personálkou humpoleckého pivovaru Hana Bernardová (současné šéfkuchařka expeditorka Romanová, šéfkuchařka Věra Černá, šéfkuchařka Věra Černá).



V rámci Svatováclavských oslav jsme od Prvního dámského pivního klubu obdrželi ocenění Dámská pivní volba.



Vzkaz pro Plzeňský Prazdroj



2011



205 988

Výstav (hl)



137

Počet zaměstnanců



33 (33 505)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



1 682

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



50

Ocenění



5 763

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



23

Počet zaměstnanců sladovny

Provedli jsme po dvaceti letech existence firmy drobný, ale ve svém důsledku důležitý redesign našeho loga. Oslavili jsme 20 let trvání pivovaru na humpoleckém náměstí se zaměstnanci i obyvateli města. Celkem jsme v tomto roce získali 50 ocenění, to je téměř jedno týdně. Nejvíc jich na svém kontě mělo nepasterizované pivo Bernard – 29, jedenáct úspěchů vybojovala značka Bernard nebo zaměstnanci pivovaru, čtyři ocenění získal magazín Vlastní cestou a tři nové webové stránky.

Na světové soutěži World Beer Awards ve Velké Británii zvítězil mezi černými pivy náš černý ležák a stejné umístění zopakoval i v dalším roce.

Svatováclavské slavnosti českého piva, na kterých byla vyhlášena oficiální ocenění pro rok 2011, přinesly Rodinnému pivovaru Bernard k jeho dvacetinám nádherný dárek v podobě pěti ocenění. O jednom z nich lze dokonce napsat, že bylo přelomové. Je jím vítězství v novinářské anketě Naše pivo, ve které hlasovalo několik desítek redakcí z celé České republiky, a tím vyjádřily svoji oblíbenost značek a zároveň i to, jak lidé vnímají chuť piva. Bernard se stal první značkou, která v této anketě dokázala ukončit dosavadní nadvládu Plzeňského Prazdroje. Dokazuje to, že naše rozhodnutí zachovat tradiční výrobní postupy a nemyslet jen na zisk bylo správné.

STANISLAV BERNARD

Protože byly uzavřeny velké humnové sladovny, stala se Sladovna Bernard největší humnovou sladovnou v České republice. Ročně zpracovává přes 8 tisíc tun sladovnického ječmene a vyrobí přes 6,6 tisíc tun humnového sladu, který se nejvíc hodí pro výrobu tradičního českého piva. Největším odběratelem je pochopitelně Rodinný pivovar Bernard.

JOSEF VÁVRA



[Sedm ocenění na Slavnostech piva v Táboře](#)

[Černý ležák získal World Beer Awards](#)

[Redesign loga](#)

[Reklamní kampaň „Bernard vás ve štychu nenechá“](#)

[Oslavili jsme 20 let značky Bernard v Humpolci na Horním náměstí](#)

[Rekonstrukce oplocení v naší Sladovně Bernard](#)



Tisková konference k reklamní akci „Děkujeme, odejděte!“



Z pěti ocenění ze Svatováclavských slavností českého piva se raduje Josef Vávra.

2012

 **212 874**

Výstav (hl)

 **141**

Počet zaměstnanců

 **31 (33 013)**

Počet exportních zemí / výstav (hl)

 **1 845**

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

 **31**

Ocenění

 **5 839**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)

 **23**

Počet zaměstnanců sladovny

Dlouhou dobu, několik let, jsme monitorovali obsah lepku v pivu a tyto hodnoty byly velmi nízké. Tak jsme se rozhodli, že začneme vyrábět bezlepkové pivo. Ale nebylo lehké vyřadit lepek z piva úplně. Po první stáčce bezlepkového piva jsme zjistili, že další tanky připravené ke stáčení překračují povolenou normu lepku. Museli jsme prodej pozastavit a najít řešení této výzvy. To se nám po sedmiměsíční usilovné práci podařilo. Od té doby je naše bezlepkové pivo trvale v prodeji. Ve Švestce a Višni jsme nahradili umělá sladidla přírodní stévií. Ve sladovně v Rajhradě jsme instalovali nová sila na uložení ječmene a sladu, což nám vyřešilo problémy s kvalitním uskladněním.

JOSEF VÁVRA

V roce 2012 bylo po krizi. Jak už jsem zmínil, v době krize měl pivovarnický průmysl velké problémy, došlo k dramatickým poklesům v prodeji piva, tak se mnohé pivovary snažily prodávat doslova za každou cenu, a některé dokonce začaly balit piva do plastových obalů. To je zvěrstvo. Zorganizovali jsme dvě billboardové kampaně Svět se zbláznil... právě proto, abychom poukázali na absurditu používání plastových lahví na tak kvalitní nápoj, jakým bezesporu české pivo je. První byla – Dnes z petky, zítra z tašky a druhá – Doba plastová.

STANISLAV BERNARD



Další rozšíření ležáckého sklepa



Otevřela se první restaurace Bernard Pub v Jeseniově ulici v Praze

Nová CIP stanice pro stáčírnu lahví a sudů

Nový transformátor

Redesign etiket

Export vzrostl o 27 %

Do Švestky a Višně se přidává stévie

Na trh jsme přišli s lahvovou nefiltrovanou 10° a bezlepkovým pivem

V Rajhradě zahájena stavba nových sil

Billboardová kampaň Svět se zbláznil... Doba plastová

Nulová fluktuace zaměstnanců pivovaru

Export dosáhl téměř 17,5% celkové produkce, tj. přes 42 tisíc hektolitřů



2013

 **231 627**

Výstav (hl)

 **150**

Počet zaměstnanců

 **32 (36 487)**

Počet exportních zemí / výstav (hl)

 **2 037**

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

 **27**

Ocenění

 **4 595**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)

 **23**

Počet zaměstnanců sladovny

Založili jsme tradici Dne Bernarda. Oslava spočívala v tom, že se téměř ve všech „našich“ restauracích prodávalo pivo za deset korun. Smyslem bylo, aby všichni naši fanoušci spolu s námi oslavili svátek poctivého českého piva. Tuhle tradici držíme dodnes a budeme ji rozvíjet dál.

STANISLAV BERNARD

Rozhodli jsme se, že veškerá naše piva, to znamená desítka, jedenáctka i dvanáctka, budou jak filtrovaná, tak nefiltrovaná. A zároveň jsme se dohodli, že všechna naše piva budou mít stupňovitost nad hodnotou, kterou deklarujeme na etiketě. Přišli jsme na trh i s novinkou – Bernardovou černou lavinou, což je výjimečné pivo s jedinečnou chutí pro opravdové znalce a pro ženy, které mají svůj styl. Lavina v sobě snoubí neodolatelný vzhled a vytříbenou chuť tmavého jemně nahořklého piva, ve kterém lze najít čokoládové tóny pocházející z karamelových sladů.

JOSEF VÁVRA

[Den Bernarda 20. 8. 2013 v 15:09:07](#)

[Přístavba sklepů pro rozšíření oddělení přetlačných tanků a filtrace piva](#)

[Nové pivo Bernardova černá lavina](#)

[Poprvé udělena Bernardova cena \(Tomáši Slovákovi a Lukáši Pechovi\)](#)



Nemůžeme stavět do šířky, musíme do hloubky.

Nová sila ve Sladovně Rajhrad



2014



264 117

Výstav (hl)



173

Počet zaměstnanců



30 (53 735)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



7

Počet značkových prodejen



2 218

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



3

Počet Bernard Pubů



38

Ocenění



6 425

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



23

Počet zaměstnanců sladovny

Pokračovali jsme v rozvíjení úspěšného konceptu Bernard Pubů, byly otevřeny další v Praze. Tento koncept je zajímavý tím, že naši zákazníci, štangasti, mají možnost pít naše pivo ve stylovém prostředí a v dostatečném sortimentu. Je to franšizový koncept. A když už se zmiňuju o sortimentu, učinili jsme pro český pivní trh zásadní rozšíření, kdy jsme jako první průmyslový pivovar začali vyrábět svrchně kvašené pivo Bernard Bohemian Ale belgického typu, které jsme plošně uvedli na trh. Bylo to náročné, ale povedlo se to. Počítáme s tím, že sortiment budeme rozšiřovat i v dalších letech. Výrazně jsme zvýšili také výstav pivovaru na více než 260 tisíc hektolitrů.

STANISLAV BERNARD

Aby se mohlo vyrábět svrchně kvašené pivo – Bernard Bohemian Ale, tak jsme vlastně museli postavit pivovar v pivovaru. Samostatné potrubí, filtraci, přetlačné tanky, kvasné tanky a propagační stanici. Důvodem je, že se nesmí potkat svrchní kvasinky používané pro Ale se spodními kvasinkami, které se používají pro kvašení ležáku. Byl to hodně těžký úkol, ale podařilo se a výsledek stojí za to. Ale z první stáčky jsme poslali belgickým partnerům do Breendonku a jejich vrchní sládek po degustaci odpověděl, že je to velice povedený Ale. To pro mne bylo veliké zadostiučinění.

JOSEF VÁVRA

20. 8. uveden na trh Bernard Bohemian Ale

Otevřena značková prodejna v Táboře

Otevřeny Bernard Puby: U Bílého Lva, Anděl a Jeseniova, všechny v Praze

Rozšíření KEG linky – 4 plnicí stroje

Na trh uvedena kvasnicová jedenáctka

Manažerem roku 2014 a sládkem roku se stal Josef Vávra

Vydána kniha Tvrdohlavý muž

Nové červené bedýnky pro 11 lahví s patentním uzávěrem Bohemian Ale

Billboardová kampaň na Bohemian Ale

Sektové lahve a nové třetinkové lahve

Nárůst maloodběratelů sladu

Zavedení konceptu rotující pípy (PinUp)

Petr Tón, Adam Polášek a opět Lukáš Pech získali Bernardovu cenu





NEJSEM LEŽÁK,
- ALE -
 PĚKNÝ DIVOCH

PRVNÍ BOHEMIAN ALE NA ČESKÉM TRHU



PIŠTE ALE,
- ALE -
 ČTĚTE EJL

PRVNÍ BOHEMIAN ALE NA ČESKÉM TRHU



PÁR UŽ JSEM
 JICH MĚLA,
- ALE -
 PRVNÍ BYL
 JEN JEDEN



2015

 **301 201**

Výstav (hl)

 **183**

Počet zaměstnanců

 **37 (64 866)**

Počet exportních zemí / výstav (hl)

 **8**

Počet značkových prodejen

 **2 432**

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

 **5**

Počet Bernard Pubů

 **44**

Ocenění

 **6 166**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)

 **23**

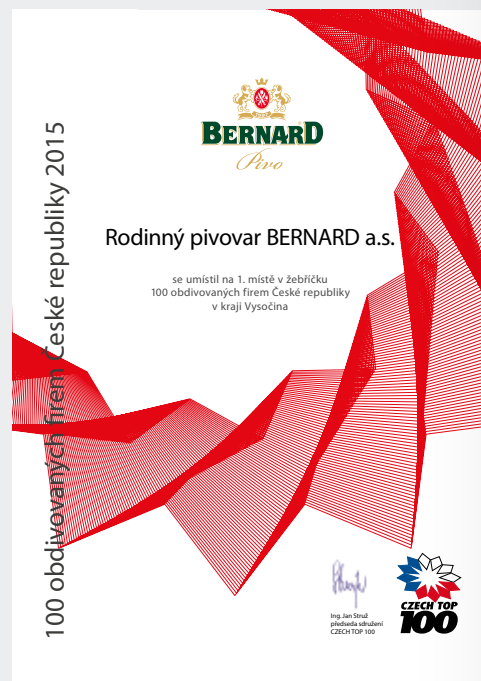
Počet zaměstnanců sladovny

Pro mě bylo úžasným potěšením a úspěchem, že hned rok poté, co jsme Bernard Bohemian Ale začali vyrábět, jsme na prestižní soutěži v Londýně World Beer Awards zvítězili v kategorii Ale belgického typu. První místo na světě, to byl obrovský úspěch.

STANISLAV BERNARD

Na varně jsme provedli další technické úpravy a dosáhli jsme výkonu 7,5 várky za den, což vzhledem k rostoucímu výstavu bylo velice potřebné. Zároveň jsme navýšili kapacitu hlavního kvašení o čtyři tisíce hektolitrů.

JOSEF VÁVRA



Bohemian Ale obsadil 1. místo na World Beer Awards v kategorii Belgian style Ale

Otevření Bernard Pubů: Cesta časem na nám. Na Santince a v Bruselské ulici, oba v Praze

Rekonstrukce hlavní administrativní budovy

Celkem získáno 44 ocenění: 25 z degustačních soutěží, 13 ocenění značky Bernard či zaměstnanců, 6 za magazín Vlastní cestou

Výroba vlastních kvasnic pro Bernard Bohemian Ale

Instalace druhého kompresoru

Čepovaný Bohemian Ale

Byla otevřena značková prodejna v Kolíně

Bernardova cena pro Vavřince Hradílka a Josefa Hrabala



Dopravce piva Bernard v novém



2016



315 411

Výstav (hl)



191

Počet zaměstnanců



36 (69 441)

Počet export. zemí / výstav (hl)



9

Počet značkových prodejen



3 714

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



5

Počet Bernard Pubů



36

Ocenění



6 839

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



27

Počet zaměstnanců sladovny

Pivovar dál investuje do modernizací výrobních technologií. Vedle robotizace té nejtěžší práce na KEG lince a realizace nového oddělení šrotování sladu nad současnou varnou je to především další navýšení kapacity ležáckého sklepa na více než 30 tisíc hektolitrů. Hlavním důvodem je snaha zachovat nejvyšší kvalitu piva i při růstu objemu výroby. Připravujeme rozšíření varny o další dvě varní nádoby, aby varna byla schopna uvařit až 55 tisíc hektolitrů piva za měsíc a zároveň připravujeme výměnu monobloku za nový. Také jsme zvýšili hlavní kancelářskou budovu pivovaru o další patro.

JOSEF VÁVRA

Rozšíření ležáckých tanků

Realizace nadstavby varny a nového šrotového hospodářství

Nadstavba administrativní budovy

Robotizace KEG linky

Výměna osvětlení (LED), dokončení rekonstrukce rozvaděčů

Zahájen provoz značkové prodejny v Říčanech

Otevřen Bernard Pub U Jezera v Praze

První lahev Bohemian Ale Limited Art Edition

Podle časopisu Pivo, Bier & Ale patří Rodinný pivovar Bernard k Sedmeru divů českého pivovarnického světa

Odstředivka na kvasnice

Výkoupny pozemky na okraji Humpolce

Držitelé Bernardovy ceny: Lukáš Malík, Jiří Beran, Zlatko Bakoš, Martin Schippik, Josef Kováčik, Tomáš Bulík, Antonín Rosa, Lukáš Endál, FK Slavoj Stará Boleslav a TJ Sokol Ovčáry

Uzavíráme první čtvrtstoletí existence našeho Rodinného pivovaru Bernard. Čtvrtstoletí víc než zajímavé, kdy prvních deset let bylo bojem o přežití, doslova o život. Pak následovaly další ne jednoduché roky. Roky rozvoje a řekl bych, že v posledních pěti letech se zúročuje sen, se kterým jsme do toho šli. To znamená vařit co možná nejpoctivější, nejlepší české pivo, budovat kulturní značku, pěstovat dobré vztahy ve firmě i s našimi zákazníky a dodavateli. Do příštích let budeme charakter výroby, který jsme dvacet pět roků budovali, dál jednoznačně držet. Tam není co měnit. Rozhodně nebudeme ustupovat od dosažené kvality, naopak. Jednoznačně zachováme tradiční výrobní postupy, abychom dodávali na trh nejpoctivější české pivo. A chceme vybudovat krásné návštěvnické centrum, protože jsme přesvědčeni, že pivovar našeho jména si právě takové centrum zaslouží. Podařilo se nám otevřít novou prodejnu v Říčanech a na podzim proběhla reklamní kampaň na limitovanou edici Bernard Bohemian Ale s Karlem Gottem. Vykoupili jsme pozemky na okraji Humpolce, které jsou případně připraveny na vybudování nového pivovaru. O tom však rozhodne především trh, v případě rostoucího zájmu o naši značku, ale také dostupnost kapitálu.

STANISLAV BERNARD

Od tohoto roku vaříme Bernard India Pale Ale.



Tak, jako rostl výstav pivovaru, přibývalo zaměstnanců a bylo třeba zajistit kancelářské prostory. Proto jsme stávající administrativní budovu zrekonstruovali a zvedli ještě o jedno patro. Součástí se stala i vedle přístavěná prosklená budova, která dala celé přestavbě moderní ráz.





Karel Gott Bernard Bohemian Ale Limited Art Edition

V roce 2016 jsme přišli s limitovanou edicí luxusních sektových lahví Bohemian Ale ozdobených originálním obrazem od Karla Gotta. Jedinečný design této lahve se snoubí s výjimečnou chutí Bernard Bohemian Ale, který v kategorii belgický ale získal prvenství na jedné z nevýznamnějších světových degustačních soutěží World Beer Awards, jež se každoročně koná v Londýně. Spojením největšího z Českých slavíků a značky Bernard byla započata spolupráce, díky níž si mohli fanoušci Karla Gotta ozdobit svou vánoční tabuli sektovou lahví Bohemian Ale. Spolupráce trvala čtyři roky.

2017



332 735

Výstav (hl)



194

Počet zaměstnanců



37 (72 087)

Počet export. zemí / výstav (hl)



9

Počet značkových prodejen



3 327

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



6

1

Počet Bernard Pubů Bernard Barů



45

Ocenění



5 297

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



27

Počet zaměstnanců sladovny

Nové kontrolní zařízení od firmy HEUFT slouží ke kontrole čistoty lahví, cizích předmětů v nich a případného poškození. Zařízení vyřadí tuto lahev ještě před samotným plněním piva. Současně kontrolujeme plnost lahví. Pokud je obsah v lahvi menší, je lahev vyřazena.

JOSEF VÁVRA

Dlouhodobě používáme v našem marketingu pin-upky. Jedná se o hezké obrázky dívek, které byly v reklamě použity v padesátých letech minulého století. My jsme si je upravili a využívali pro naši Rotující pípu. Tedy koncept, kdy se v restauracích mění druhy piva, aby měli návštěvníci možnost ochutnat i ten druh piva, který není standardně v nabídce. Na některých vizuálech jsme si udělali legraci sami ze sebe a celou věc komunikovali s nadhledem a humorem, za což jsme sklidili velkou podporu a poděkování.

STANISLAV BERNARD



Modernizace varny, lahvozny a nový plnič lahví, nový kontrolní systém pro plnění lahví

Posílení vodních zdrojů

Otevřen Bernard Bar v Olomouci

Poprvé na Bernard Festu vystoupil Karel Gott

Koncept Rotující pípy s motivem Pin-up

Druhá lahev Bohemian Ale Limited Art Edition

Bernard získal rekordní počet ocenění – 45, nejvíce jich bylo v degustačních soutěžích – 28

Bernard světlý ležák 11° obsadil 1. místo v degustaci MF Dnes u odborné i laické degustaci

Bernardova cena: Lukáš Kvapil, Patrik Pouliček, Zdeněk Ryšavý, Francis Kone, Miroslava Plchová, Miloš Netrda, Lukáš Bouda, Jan Háva, Robin Student, Martin Horáček, Lenka Janovská, Jiří Gula, Martin Hucl

V roce 2017 jsme pokračovali ve spolupráci s Karlem Gottem. Tato etiketa vznikla pro speciální edici piva pro výstavu jeho děl na Náplavce v Praze.



Při vystoupení Karla Gotta na Bernard Festu v roce 2017 bylo humpolecké náměstí do posledního místa zaplněno lidmi.



Na každém Bernard Festu vždy pomáhá mnoho zaměstnanců.

Velký test piva

MLADÉ FRONTY DNES

ŘÍJEN 2017



Bernard světlý ležák 11 vyhrál jak u odborné tak i u laické poroty

Hodnocení odborníků		Hodnocení laiků	
	známka		známka
1. Bernard světlý ležák 11 nepasterovaný	2,39	1. Bernard světlý ležák 11 nepasterovaný	2,12
1. Lobkowicz Premium světlý ležák	2,39	2. Svijanský Máz 11 nepasterovaný	2,35
3. Budvar B: Original světlý ležák	2,58	3. Březňák 11 ležák světlý	2,50
4. Černá Hora Páter světlý ležák	2,64	4. Lobkowicz Premium světlý ležák	2,52
5. Radegast Ryze hořká 12 světlý ležák	2,74	5. Krušovice 12 světlý ležák	2,59
6. Krušovice 12 světlý ležák	2,83	6. Chotěboř Prémium světlý ležák nepasterovaný	2,67
7. Svijanský Máz 11 nepasterovaný	2,85	7. Primátor Hron světlý ležák	2,71
8. Březňák 11 ležák světlý	2,90	8. Radegast Ryze hořká 12 světlý ležák	2,73
9. Pilsner Urquell světlý ležák	2,97	9. Pilsner Urquell světlý ležák	2,74
10. Primátor Hron světlý ležák	3,25	10. Budvar B: Original světlý ležák	2,76
11. Staropramen 11 světlý ležák	3,42	11. Černá Hora Páter světlý ležák	2,82
12. Chotěboř Prémium světlý ležák nepasterovaný	3,50	12. Staropramen 11 světlý ležák	2,85

Dvanáct světlých čepovaných ležáků z velkých a středních průmyslových pivovarů hodnotilo 20 odborníků a 50 laiků. Známkování: 1 (nejlepší) – 5 (nejhorší)

V testu, zaměřeném na sudové světlé ležáky, byla vybrána piva z velkých, středních i regionálních pivovarů. Piva sensoricky posuzovala nejprve 20členná porota, do které byli kromě nezávislých odborníků přizváni i zástupci pivovarů, jejichž ležáky byly testovány. Hodnotila se barva, pěna, vůně, chuť, říz, pitelnost a celkový dojem, a to školními známkami od 1 do 5. Nejvyšší a nejnižší udělená známka u každého vzorku nebyla započítána. Stejně hodnotilo piva 50 laiků. Výsledky testu publikovala MLADÁ FRONTA DNES v úterý 31. 10. 2017.



Zkušební provoz na lahvovně



V Kynšperku jsme od Sdružení přátel piva získali 5 ocenění.



Zástupci pivovaru při vyhlášení degustační soutěže České pivo

2018



382 014

Výstav (hl)



199

Počet zaměstnanců



39 (83 820)

Počet export. zemí / výstav (hl)



9

Počet značkových prodejen



3 498

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



7

1

Počet Bernard Pubů Bernard Barů



38

Ocenění



6 263

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



27

Počet zaměstnanců sladovny

Dlouho jsme vymýšleli, kam umístit centrální nádrž na teplou vodu. Nakonec se nabídko zcela nečekané řešení nad zadním průchodem za varnou, kterou důvěrně nazýváme „Národní třída“. A vířivou kád' jsme doplnili odstředivkou na chmelové kaly, čímž jsme významně snížili zatížení odpadních vod a zároveň jsme získali mladinu obsaženou v těchto chmelových kalech, což pro nás znamená snížení ztráty na varně. Chmelové kaly odvážíme do bioplynové stanice.

JOSEF VÁVRA

V tomto roce již zaměstnáváme téměř dvě stě lidí, kteří každodenně zastupují značku Bernard na veřejnosti, reprezentují nás a propagují. I počet restaurací, hospod a barů, kde se čepujeme, dosáhl téměř na tři a půl tisíce. Jsme prostě dobře zastoupeni po celé České a Slovenské republice. Exportujeme téměř do 30 zemí celého světa. Vedle toho příjemného je to však i zavazující. Naše značka je vidět, a tak ji musíme všichni i umět reprezentovat. Je mnoho těch, kteří se s naší filozofií ztotožňují a rádi si koupí i nějaký reklamní materiál, tedy něco, co je s naší značkou spojuje. Proto jsme třeba začali prodávat cyklistické oblečení.

STANISLAV BERNARD

Nová centrální nádrž na horkou vodu o objemu 120 m³

Odstředivka na chmelové kaly pro snížení zátěže odpadních vod

Rekonstrukce mladinové pánve

Parní kotel s kapacitou 8 tun

Otevřen Bernard Pub ve Zlíně

Bernard Fest: Emir Kusturica a druhé vystoupení Karla Gotta

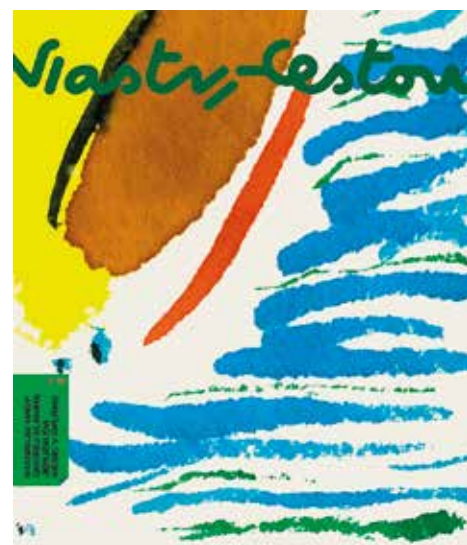
15. 1. vyšlo 50. číslo magazínu Vlastní cestou

Třetí lahev Bohemian Ale Limited Art Edition

Sdružení přátel piva vyhlásilo Rodinný pivovar Bernard Pivovarem roku

Nové polepy kamionů

Bernardova cena: Peter Frühauf, Zdeněk Selner, Michal Bubílek, Patricia Gallasová, Jan Končál, Jan Palas, Nguyen Truong Son, Josef Skořepa, Admir Ljevakovic, Jan Skalák



Instalace centrální nádrže na teplou vodu



Sdružení přátel piva nám v Ostravě udělilo titul Pivovar roku 2018.

Bernard Bohemian Ale získává často ocenění v zahraničí, tato je z Německa.





Každoročně se setkáváme s našimi hospodskými. Sportovní den je zakončen společnou zábavou.



Bernard Pub ve Zlíně otevřen jako sedmý v pořadí.



Tým Bernard na turnaji ve Speřicích



2019

 **400 604**

Výstav (hl)

 **207**

Počet zaměstnanců

 **35 (84 153)**

Počet export. zemí / výstav (hl)

 **9**

Počet značkových prodejen

 **3 682**

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

 **6** **1**

Počet Bernard Pubů Bernard Barů

 **34**

Ocenění

 **5 948**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)

 **29**

Počet zaměstnanců sladovny

V tomto roce se nám podařilo další snížení spotřeby vody ve výrobním procesu. Na výrobu 1 litru piva spotřebujeme 5,2 litru vody, což je pro středně velký pivovar našeho charakteru velmi dobré. Také jsme instalovali nový vařák mladinové pánve, který zajišťuje kvalitnější chmelovar a s tím i větší odpar při menší spotřebě páry.

JOSEF VÁVRA

Pivovar leží v centru města. Podobně to má naprostá většina pivovarů v České republice i v zahraničí. Jakékoli rozšíření je složité a musí se dokonale připravit. Bývá i drahé, ale je třeba skloubit ekonomické požadavky současnosti při zachování tradice a historického umístění. Při stavbě návštěvnického centra bylo třeba např. přemístit trafostanici a současně ji náležitě posílit. To vše se podařilo i díky pochopení těch nejbližších sousedů, kteří porozuměli naší myšlence vybudovat v centru něco hezkého, co přiláká do Humpolce nové návštěvníky. Mnohá města s tím bojují, centra měst se vylidňují. My věříme, že návštěvnické centrum přiláká do Humpolce mnoho turistů a prospěch z toho budou mít všichni obyvatelé našeho krásného města. Že centrum Humpolce bude žít.

STANISLAV BERNARD

[Ležák s chmelem z Vysočiny](#)

[Rekonstrukce sladových púd](#)

[Nová trafostanice](#)

[Modernizace vařáku pro chmelovar](#)

[Zvýšili jsme dostupnost a bezpečnost poskytovaných IT služeb, kapacita uložení se zvýšila třikrát](#)

[Zavedení vratných kelímků](#)

[Použili jsme slogan: Hliník věděl proč...](#)

[Vánoční dárková edice Lyžařka](#)

[Přestěhování prodejny v Opavě](#)

[Proběhlo poklepání na základní kámen návštěvnického centra](#)

[Bernard Bohemian Ale vyhrál v Londýně World Beer Awards i v Barceloně Barcelona Beer Challenge](#)

[Čtvrtá lahev Bohemian Ale Limited Art Edition](#)

[Bernardova cena: Tomáš Plekanec, Šimon Vaic, Stanislav Vrzal, Miloslav Vašák, David Mangl, Mariusz Mazurek, Ivo Raisr, Patrik Klein, Česká basketbalová reprezentace](#)



Základní kámen nového návštěvnického centra posvětil i želivský opat Jaroslav Jáchym Šimek.

Expedice Jana Kopky 2700 km přes mexický poloostrov Baja California



Bernard s chmelem z Vysočiny



Muž drží lahev piva s obrazem od Karla Gotta na etiketě, kterou přinesl do paláce Zofin v Praze na veřejné poslední rozloučení se zpěvákem.
Foto: Čtveřák Hájek - ČTK



Značková prodejna Bernard v Opavě

2020

 **344 993**

Výstav (hl)

 **210**

Počet zaměstnanců

 **33** (68 274)

Počet export. zemí / výstav (hl)

 **9**

Počet značkových prodejen

 **3 866**

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

 **7** **2**

Počet Bernard Pubů Bernard Barů

 **20**

Ocenění

 **5 948**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)

 **27**

Počet zaměstnanců sladovny

Na vánoční trh jsme přišli s Pivní pálenkou Bernard vypálenou z ležáku

Uveden do provozu nový vzduchový kompresor III, vířivá kád' na varné a nové chlazení mladiny a zpracování hořkých kalů

Nová sanitační CIP stanice pro varnu a pro nové chlazení mladiny

Plnič 5l soudků a 2l lahví

Otevřen Bernard Pub Maladinovo v Liptovském Mikuláši a nový Bernard Bar v Brně

Nová sklenice Karol Maier

Dárkový box Bohemian Ale Limited Art Edition

Přestěhování značkových prodejen v Prostějově a Humpolci

Vznik interního časopisu Společnou cestou

Zvýšení úrovně bezpečnosti IT sítě a dostupnosti vzdálených připojení

Doplněné firemní hodnoty o Pokoru a Odvahu

Nové webové stránky

Podpořili jsme Kláru Kolouchovou při výstupu na K2

Zisk ocenění od Czech top 100 obdivované firmy České republiky Hrdina boje s koronavirem za poskytnutí kvasnic a sladu minipivovarům zdarma

Bernardova cena: Nguen Van Phu, Tomáš Vondráček za hackathon, Antonín Červeňan, Marek Hunkař, Ondřej Soběslav, Karel Komárek, Jiří Netušil

Ani v tak složité době, která byla v roce 2020, jsme neustoupili od modernizace pivovaru. Některé investice jsme museli rozložit, přesto jsme opět udělali několik kroků ke zkvalitnění výroby piva. Vedle nové vířivé kádě a chladiče mladiny jsme přestěhovali i odstředivku chmelových kalů a zmodernizovali filtraci piva přesnějším měřením stupňovitosti piva. Současně jsme uvedli do provozu CIP stanici pro varnu a nové chlazení. A pro lepší logistiku bylo rozhodnuto rozšířit průjezd v pivovaru na šířku pro dva kamiony.

JOSEF VÁVRA

Po mnoha letech se zastavil růst výstavu pivovaru. Mohlo za to virové onemocnění, které zaskočilo celý svět. Naštěstí jsme byli ekonomicky zdraví. Po počáteční analýze situace jsme učinili potřebné kroky. Pozastavili jsme či rozložili v čase některé investice. Naši obchodní reprezentanti v terénu začali podnikat kroky k tomu, aby se dál prodávalo naše pivo například tím, že jsme podporovali naše hospodské, aby mohli prodávat z okénka. Pro web a Facebook jsme připravili mapu hospod s výdejním okénkem. Pomohli jsme také minipivovarům, kterým jsme nabídli zdarma násadní kvasnice a slad na první várku po lockdownu. Současně jsme instalovali nový plnič 5litrových soudků a 2litrových lahví, rozjel se prodej malých chlazení pro domácí čepování. Propad prodeje sudového piva se sice zdaleka nepodařilo nahradit, ale prodej se postupně stabilizoval a hezké léto nám pomohlo překonat jarní lockdown. Ten podzimní se však protáhl až do jara následujícího roku a přinesl velký propad našich příjmů. Díky našemu předchozímu finančnímu zdraví jsme však udrželi plnou zaměstnanost a nepropustili jediného našeho zaměstnance.

STANISLAV BERNARD



Lockdown nám pomohl s rozhodnutím vydávat interní časopis pro zaměstnance.

Klára Kolouchová vlastní cestou



Na začátku bylo setkání, kdy Stanislav Bernard přivezl kamarádovi Zoltánu Demjánovi ochutnat pivo. Uviděl u něj krásný ručně dělaný skleněný džbánec po dědovi, prvorepublikovém bankovním úředníkovi Karolu Maierovi. Byl to člověk ze staré školy, rovný, poctivý chlap, vzpomínal slovenský horolezec na svého dědu, a protože chtěl oplatit radost, džbánec Standovi daroval. Designér Rony Plesl pak připravil redesign a džbánec je po sto letech zase s námi, pojmenovaný po majiteli předlohy. Tradiční i originální, kvalitní a umělecky čistý, pořádný kus fortelně zpracovaného skla. K našim pivům dokonalý.

1920

2020





Humpolec

Prostějov
Liptovský Mikuláš – Maladinovo
Brno

Celá sbírka

Ma život!
Karel Gott
LIMITED EDITION

Na život!
Karel Gott

Karel Gott
Bernard Bohemian Ale

V PRODEJI OD PROSINCE

Unikátní spolupráce s Karlem Gottem. Namaloval etikety pro náš Bernard Bohemian Ale. V plánu bylo pět etiket, bohužel na tu poslední už nedošlo.

2021

predikce



350 000

Výstav (hl)



209

Počet zaměstnanců (k 31. 8.)



31 (67 000)

Počet export. zemí / výstav (hl)



9

Počet značkových prodejen



3 943

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



8

2

Počet Bernard Pubů Bernard Barů



29

Ocenění



3 241

Výroba sladu (t) k 30. 6.



27

Počet zaměstnanců sladovny (k 30. 6.)

V tomto roce jsme již nepozastavovali investice, a naopak jsme je finalizovali. I přes velmi složitou covidovou dobu, kdy jsme se museli potýkat z rozporuplnými nařízeními vlády a spoléhat se především sami na sebe, se nám podařilo dokončit modernizaci varny. Během října se zprovozní nová mladinová pánev, brýdový kondenzátor a nový předeřhřev a sběrač sladiny. Součástí je i akumulační nádoba na vodu, kde využíváme odpadní teplo z chmelovaru. Dále předpokládáme dokončení trasy přetlakové kanalizace pro čištění odpadních vod z pivovaru v délce cca 2 km. Zde před městskou ČOV postavíme vyrovnávací nádrž a anaerobní reaktor pro předčištění odpadních vod pivovaru.

JOSEF VÁVRA

Dokončování nového návštěvnického centra a rozhledny

Realizace tlakové kanalizace odpadních vod pivovaru

Modernizace varny – mladinová pánev, brýdový kondenzátor, předeřhřev sladiny a sběrač sladiny

Rekonstrukce kotelny – nová napájecí nádrž a hořák

Otevřen Bernard Pub Hřebíkárna v Chomutově

Televizní reklamní kampaň Svět se zbláznil, držme se.

Keramický džbánek

Pivní pálenka ze světlého ležáku

Zisk ocenění Nejlepší nový český Ale desetiletí ve Volbě desetiletí časopisu Pivo, Bier & Ale

Bernardova cena: Michal Papadopulos, Peter Čogley, Barbora Krejčíková

Máme za sebou třicet let našeho Rodinného pivovaru Bernard. Úmyslně píší našeho, protože na jeho rekonstrukci, modernizaci a zařazení se mezi nejmodernější pivovary v České republice se podíleli všichni naši zaměstnanci. Když jsme si mysleli, že to nejhorší máme za sebou, že se můžeme soustředit na tu úplně nejlepší kvalitu a vtipnou komunikaci s našimi zákazníky a fandý, přišel koronavirus a plno zákazů. Přesto jsme toto nelehké období zvládli, pokračovali v modernizaci i investicích, nepropouštěli jsme, alespoň částečně obnovili prodej piva a dál získávali různá ocenění ze soutěží v České republice a celého světa. Postupně jsme se naučili žít s různými omezeními a nyní např. finalizujeme vybudování návštěvnického centra, které bychom rádi otevřeli v roce 2022. Pár fotografií naleznete i v tomto magazínu, ale zatím bohužel bez lidí, pro které jsme to vlastně celé realizovali. Snad už brzy se v našem novém centru sejdeme...

STANISLAV BERNARD

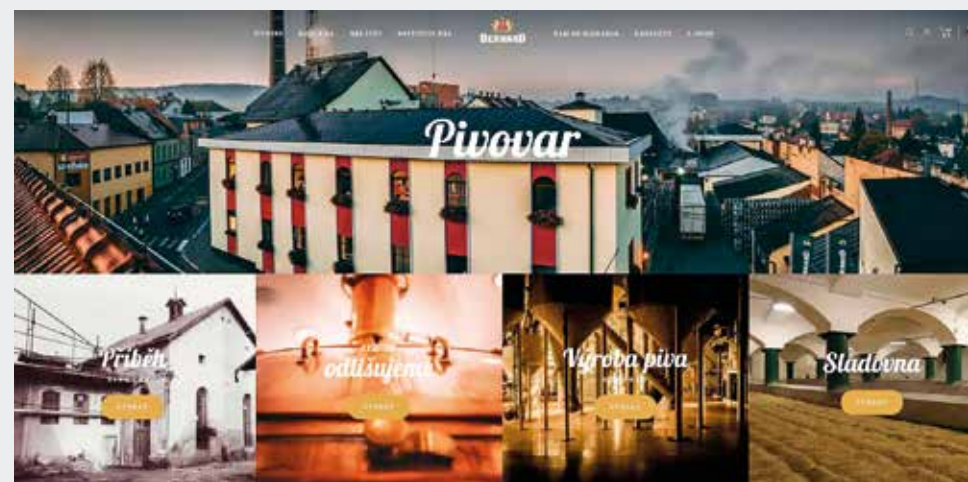


Konstrukce rozhledny je samonosná, staticky nezávislá na komínu.



Z každé prodané lahve Černého ležáku Bernard posíláme nadačnímu fondu Mathilda příspěvek.

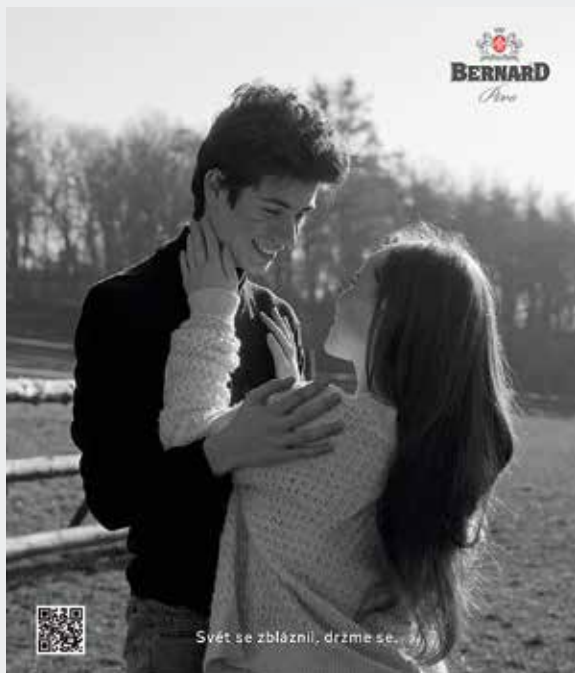
Od roku 2021 máme nové webové stránky.



Barbora Krejčíková převzala Bernardovu cenu s pořadovým číslem 58.

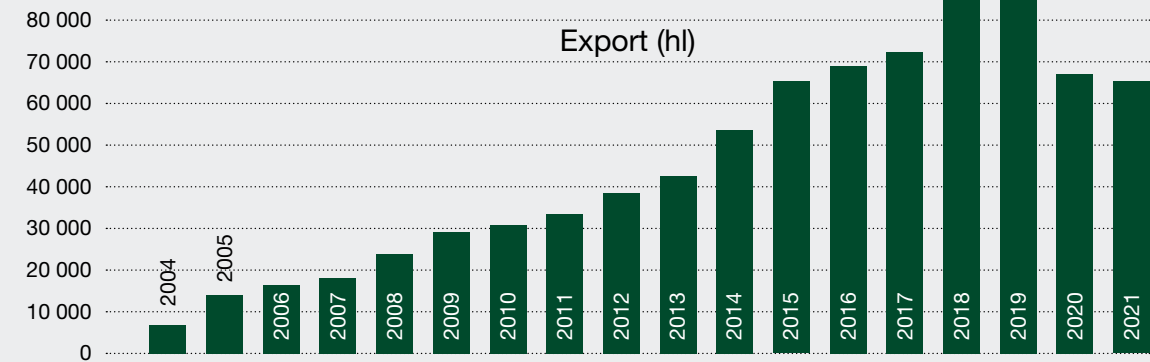
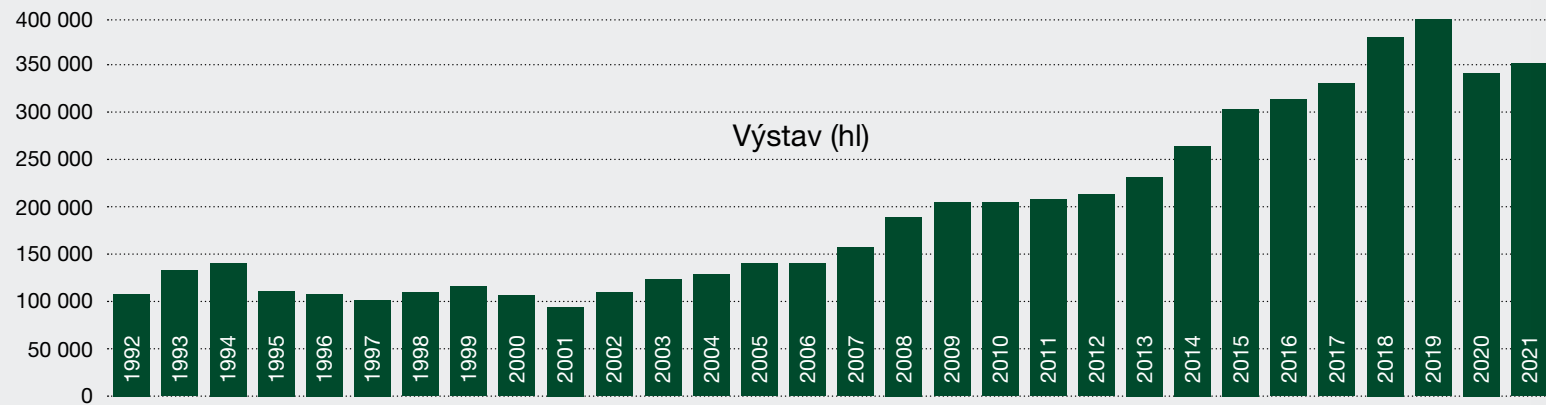
Recepturu na naši pálenku zná pouze jeden člověk.





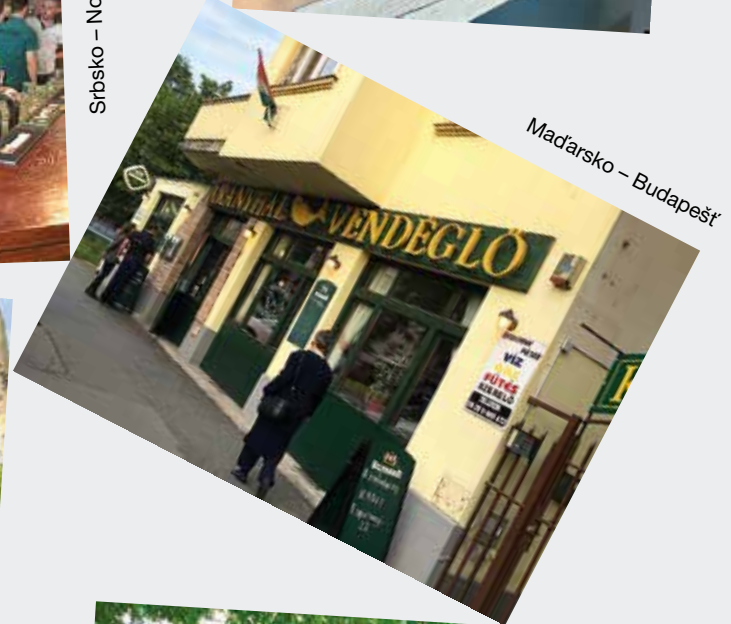
„Když budeme držet spolu, zvládneme všechno. Chceme dodat lidem sílu a pozitivní myšlení,“ řekl ke spotu, který pivovar poslal do světa v době těžkého lockdownu, Stanislav Bernard. „Zarezonovalo to tak obrovsky, jako bys žiznivému na poušti nabídl pramenitou vodu. Beze slov to vyjádřilo podstatu lidství.“

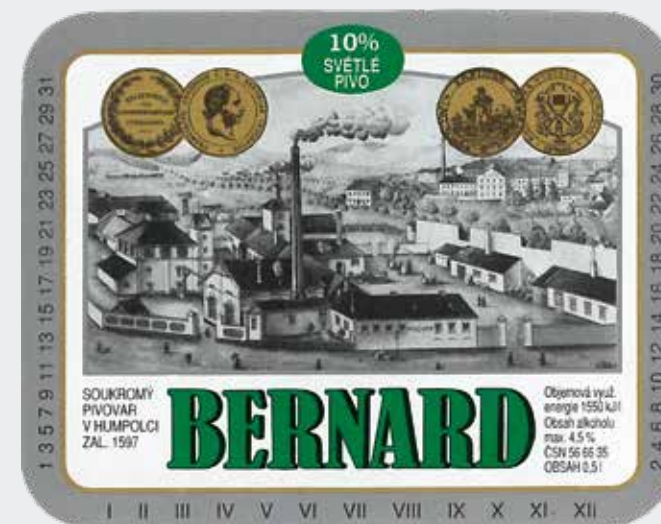




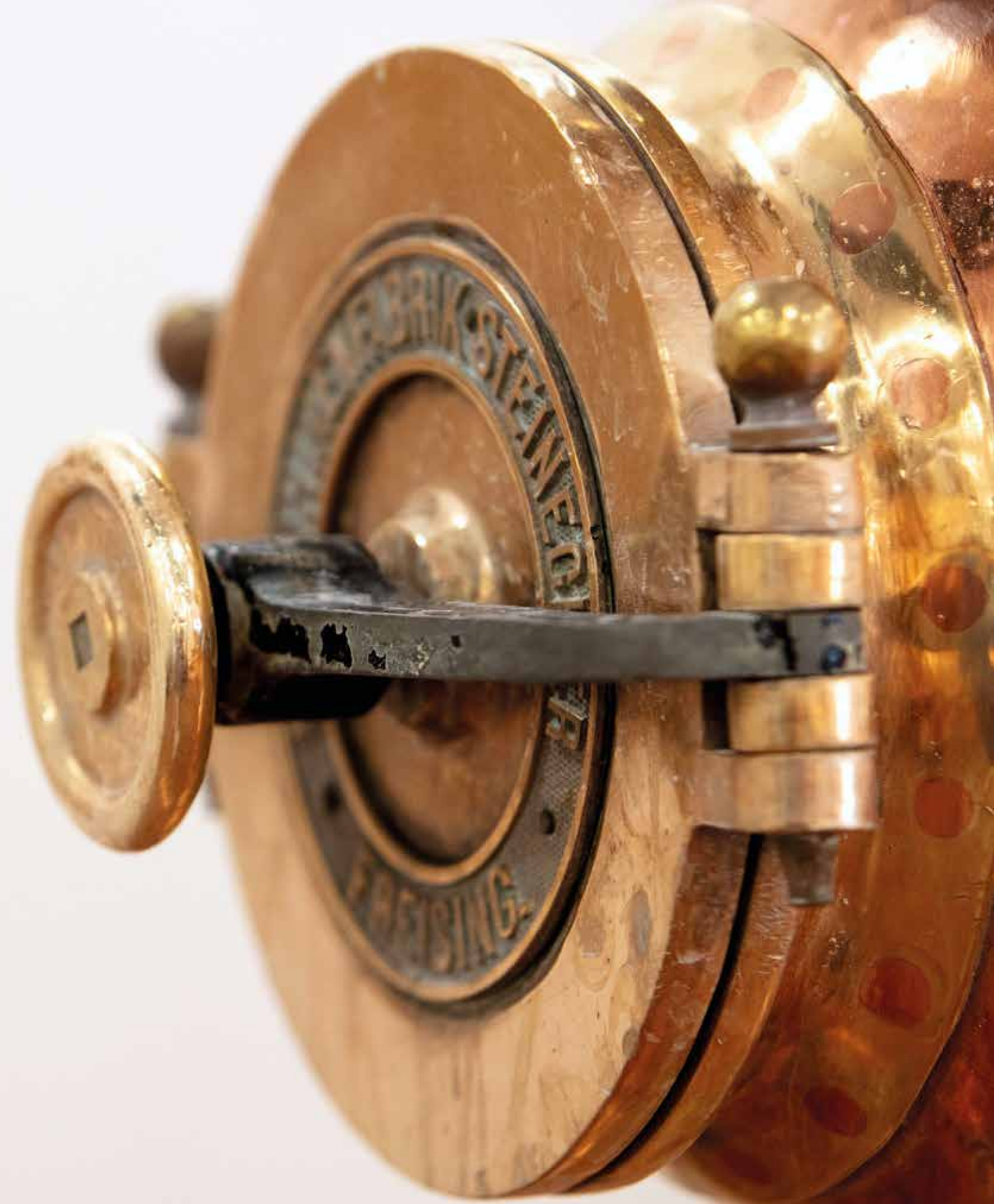
Exportní země v roce 2021:

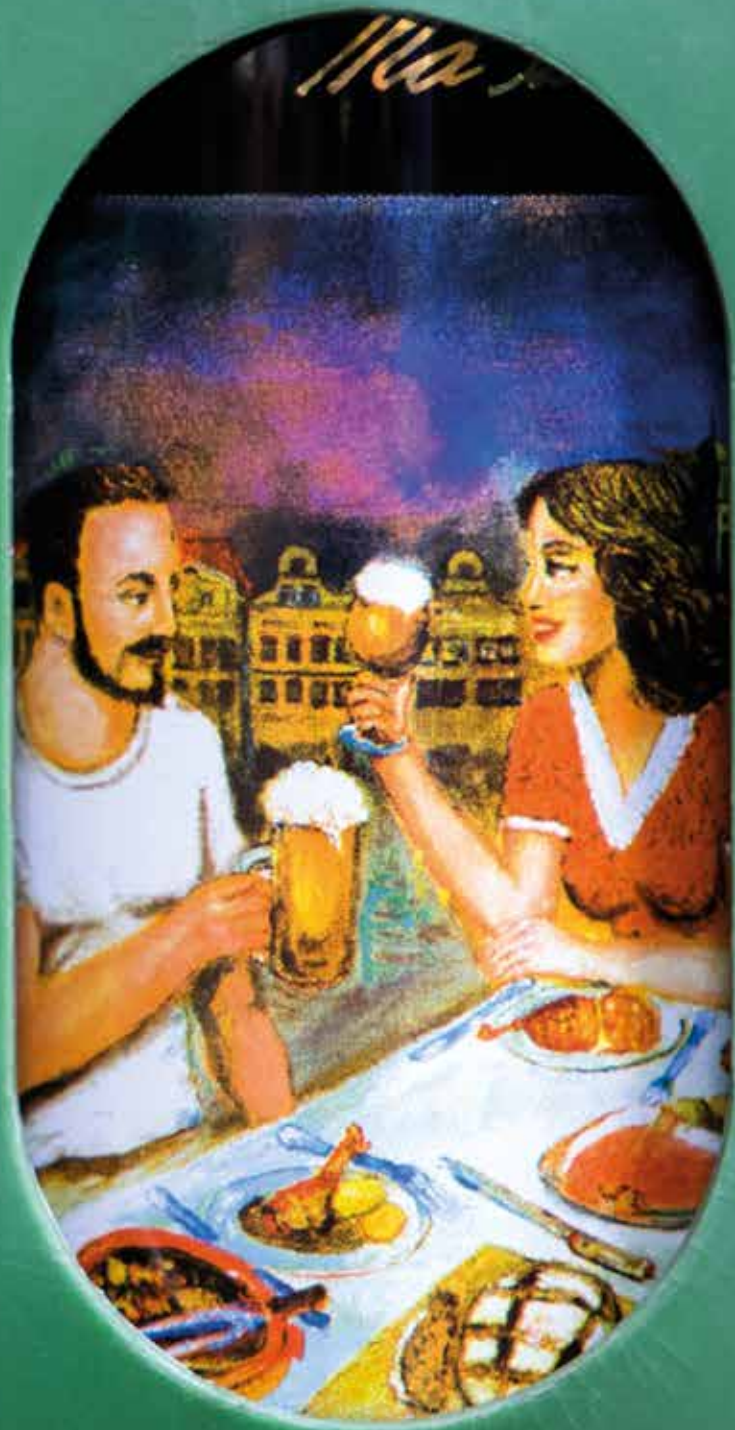
- Slovensko
- Švédsko
- Bulharsko
- Rusko
- Slovinsko
- Polsko
- Maďarsko
- Ukrajina
- Norsko
- Gruzie
- Rumunsko
- Španělsko
- Litva
- Itálie
- Chorvatsko
- Srbsko
- USA
- Moldávie
- Francie
- Rakousko
- Brazílie
- Estonsko
- Řecko
- Švýcarsko
- Dánsko
- Irsko
- Lotyšsko











**30 let
Rodinného pivovaru
Bernard**

Zpracoval:
Zdeněk Mikulášek

Spolupráce:
Stanislav Bernard
Josef Vávra
Klára Šafusová
Jana Voborníková
Kateřina Paňhová
Monika Bolechová
Radek Tulis

Fotografie:
Markéta Navrátilová
Vlastimil Šimek
archiv

Jazyková poradkyně:
Aneta Slavíková

Design:
Štěpán Malovec

Úprava fotografií:
Radek Typovský

Tisk:
Indigoprint s.r.o.

Vydavatel:
Rodinný pivovar Bernard a.s.

Náklad: 100 000 ks

www.bernard.cz
www.facebook.com/bernard.cz





Vlastní cestou k poctivému českému pivu

Stanislav Bernard & Josef Vávra

