
1991 — 2026
SLAVÍME
BERNARD®



JAK DLOUHÝCH JE PĚTATŘICET LET?

Pětatřicet let je dlouhá doba. Za takový čas se narodí děti, vyrostou, mají vlastní děti, člověk se leccos dozví o životě, něco pochopí, něco chápat přestává, v něčem se změní a v něčem zůstane stejný. Pětatřicet let je pořádný kus života, ať je vám právě těch pětatřicet nebo dvakrát tolik.

Ale když se ohlédnu za naším pivovarem, za naším příběhem, mám pocit, že to všechno uteklo neuvěřitelně rychle. Jako by to bylo nedávno, kdy jsme s Pepou Vávrou a Rudou Šmejkalem stáli v humpoleckém kině, a dražili pivovar. My jsme ve skutečnosti nekoupili pivovar, my jsme si koupili velkou starost. Ale taky úžasnou zábavu, nekonečnou inspiraci, koupili jsme si živobytí pro sebe a stovky a pak vlastně i tisíce dalších lidí. Koupili jsme si prostor, ve kterém měníme naše sny a představy na skutečnost.

Před pěti lety jsme vydali magazín k třicátému výročí pivovaru. Psal jsem tehdy o tom, že pro mě největším dědictvím prvních třiceti let nejsou budovy, technologie, ocenění ani čísla, ale vztahy mezi lidmi. Leccos se za těch pět let stalo, ale tohle platí stále. Možná ještě víc než tehdy.

Prošli jsme covidem, zákazy, omezeními, chaosem. V jednu chvíli jsme si mysleli, že už se svět začíná uklidňovat, a přišla válka. Do toho prudké zdražování energií, inflace, zvyšování daní, nejistota v gastronomii, zavřené hospody, chybějící lidé v oboru, nervozita ve společnosti. Člověk by si někdy řekl, že už toho bylo dost.

Právě takové chvíle ukazují, jestli firma stojí na pevných základech. Ne na papíře či v prezentaci, ale skutečně na vztazích, na ochotě si pomoci, na odvaze, na pokoře k tomu, co neumíme ovlivnit, a na odpovědnosti za to, co ovlivnit můžeme. A jistě také na rozhodování, při kterém vedle sebe dáváte čísla a fakta na jedné straně a intuici, pocity, touhy a třeba právě i ty zmíněné vztahy na straně druhé.

My jsme se v té době snažili nezastavit, nečekat, až se všechno samo zlepší. Pokračovali jsme v investicích, dokončili jsme návštěvnické centrum s krásnou pivnicí, společenskými prostory, expozicí, rozhlednou. Splnili jsme si tím další sen. A mám velkou radost, že to není

jen nádherná stavba. Je to živé místo. Chodí sem lidé na pivo, na jídlo, na prohlídky, na koncerty, na besedy, na firemní i rodinné akce. Pivovar se tím ještě víc otevřel městu, zákazníkům i našim příznivcům. A ty další nám získává.

Zároveň jsme v těchto letech cítili potřebu udělat nejen reklamu, ale také vyslat nějaké sdělení, pozitivní poselství. V době covidu proto vznikl spot *Svět se zbláznil, držme se*. Ne „držte se“, ale „držme se“. To jedno písmeno bylo důležité. Protože v těžké době není dobré stát stranou a radit druhým, co mají dělat. Je potřeba být součástí toho všeho. Být spolu. Později vznikl spot *Radosti byly a budou*, protože jsme chtěli připomenout, že radost ze života nezmizela, jen ji někdy přestaneme vidět. A v dalších letech jsme pokračovali ve stejné snaze – mluvit s lidmi normálně, lidsky, dodávat klid.

Důležité pro mě bylo založení Nadačního fondu pomoci Bernard. Když člověk může pomoct, měl by to udělat. Ne jako gesto kvůli obrazu firmy, ale proto, že je to správné. V tom je pro mě důležitý princip: nechceme nahrazovat vlastní vůli člověka, ale chceme podat ruku tam, kde vůle je, ale chybí prostředky, rada nebo podpora. Náš pivovar, můj společník Pepa Vávra a já jsme do něj vložili dohromady 10 milionů korun. Fond pomáhá lidem z Humpolce a okolí, kteří se dostali do těžké situace a chtějí ji změnit. Později jsme aktivitu rozšířili ještě o podporu mladých talentů, ať třeba o sportovce, umělce nebo studenty.

Od počátku usilujeme o co nejkvalitnější pivo. V posledních letech jsme se našeho směru nejen dál drželi, ale pořádně jsme v této oblasti zabrali jak investicemi v pivovaru a sladovně, tak v hospodách a restauracích. Můžeme uvařit sebelepší pivo, ale když se o něj někdo špatně stará, zákazník nedostane to, co dostat má. Proto jsme spustili projekt *Jak vám dnes chutná Bernard?* a proto školíme výčepní, různými způsoby oceňujeme a motivujeme nejlepší provozovny. Nejvyšším oceněním je náš certifikát kvality. Jeho předávání je slavnost a velmi příjemné setkání s lidmi, kteří jsou s námi na jedné vlně.

Přemýšlím o gastronomii jako takové. Covid z hospod a restaurací vyhnal nejen hosty, ale také mnoho lidí, kteří v oboru pracovali. Kuchaři, číšníci, výčepní – dobří lidé v gastronomii jsou dnes obrovsky cenní. I z toho důvodu jsme založili soutěž BernardChef. Chtěli jsme podpořit mladé lidi, kteří mají chuť vařit, přemýšlet, zlepšovat se a dělat řemeslo poctivě. Věřím, že dobrý kuchař má dnes opět prestiž, ale pořád je jich málo. Bojujeme s tím stejně jako všichni ostatní.

Naše pivo samozřejmě nevzniká samo. Netvoří se z loga, z lahve ani z reklamy. Vzniká z práce konkrétních lidí a jejich lásky k tomuto řemeslu. Z jejich zodpovědnosti, trpělivosti, zkušenosti a chuti dělat věci dobře. A platí to nejen pro pivo, ale pro všechno, co děláme.

Pro vztahy se zákazníky, s hostinskými, s dodavateli, mezi námi navzájem.

Někdy se mě lidé ptají, jak velký chceme být pivovar a proč vlastně už dávno nejsme větší, vždyť se nám přece daří. Samozřejmě chceme být ekonomicky zdraví, chceme mít prostředky na investice, chceme vařit špičkové pivo a být úspěšní. Ale nechceme růst za každou cenu. Smysl má kvalita, vztahy, radost z práce. Ale i to, když firma svým způsobem zlepšuje prostředí kolem sebe.

A proto se díváme i dopředu. Potřebujeme rozšířit kapacity na kvašení a ležení piva. To je praktická věc. Ale i ta může vést k myšlence, která přesahuje běžné uvažování. Když jsme přemýšleli, jak nové tanky zasadit do pivovaru, obrátili jsme se na architekta Josefa Pleskota. Vznikla myšlenka visutých zahrad nad částí areálu. Zelené střechy a stěny, místo pro život, pro odpočinek, pro klima, pro krásu a také pro parkování několika desítek aut. Něco, co se nedá změřit v hektolitrech. A přesto to může mít velkou hodnotu.

Možná to někomu nedává smysl. Ale já si myslím, že bez snů by z našeho pivovaru nikdy nebylo to, čím dnes je. Kdybychom to dělali stejně jako všichni ostatní, tak tu možná už vůbec nejsme. Kdybychom v roce 1991 nesnili, nešli bychom do dražby. Kdybychom nesnili, neopravovali bychom ruinu, když nám do všeho teklo. Kdybychom nesnili, nebudovali bychom značku, návštěvnické centrum, nadační fond, školicí centrum ani další věci, které z čistě účetního, byznysového nebo vůbec rozumového pohledu nemusí vypadat smysluplně. Jsem přesvědčen, že právě díky tomu máme také opravdu dlouhou řadu věcí, které ze zmíněných úhlů pohledu smysl dávají.

Pětatřicet let je pro mě příležitost k poděkování. Všem, kdo v pivovaru, sladovně a návštěvnickém centru pracovali a pracují. Těm, kdo tu byli od začátku, těm, kdo přišli později, i těm, kdo teprve přicházejí. Našim zákazníkům, hostinským, partnerům, příznivcům. A vlastně i těm, kteří s námi nejsou na jedné vlně, protože i to vede k novým nápadům, které by jindy nepřišly. Děkuji všem, kdo jdou vlastní cestou.

Před pětatřiceti lety jsme vydražili pivovar, budovy a stroje. Dnes tu stojí moderní, svobodná a zdravě sebevědomá firma a respektovaná značka s lidmi, kteří svoji práci milují. To nejdůležitější se ale nedá vyfotit ani zachytit v tabulkách. Je to atmosféra mezi lidmi. Důvěra. Otevřenost. Spolupráce. Odpovědnost. Pozitivita. Pokora. Odvaha.

To je naše skutečné bohatství.
Držme se.

Stanislav Bernard



Tento text vznikal jako ohlédnutí a poděkování za uplynulých pětatřicet let našeho pivovaru. Magazín jsme už posílali do tiskárny, když jsme přípravy museli pozastavit. To abych poděkování mohl rozšířit, dořící, bohužel za velmi smutných okolností.

Pepa Vávra, můj společník, náš vrchní sládek, kamarád a dobrý chlap, 16. srpna 2026 zemřel.

Jsou věci, na které se nedá připravit. Tohle je jedna z nich. Je nám to všem moc líto. Odešel profesionál, který svoji práci miloval, dobře jí rozuměl a dělal ji naplno. Odešel parťák, se kterým jsme si přes třicet let společně plnili to, o čem jsme na začátku jen snili. Josef byl srdcem každého našeho piva – bez jeho nadšení, lásky a řemesla by naše pivo nebylo takové, jaké je.

Pepo, děkujeme. Budeš nám všem opravdu moc chybět.

S.B.

Stanislav Bernard a Josef Vávra. Za 35 let spolupráce a přátelství dvou silných osobností vznikla unikátní značka výjimečného piva.

2001



2005



2010



2020



2021



2025





1991

2026

CO BYSTE POPŘÁLI PIVOVARU K 35. NAROZENINÁM?

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 návštěvnického centra.

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

















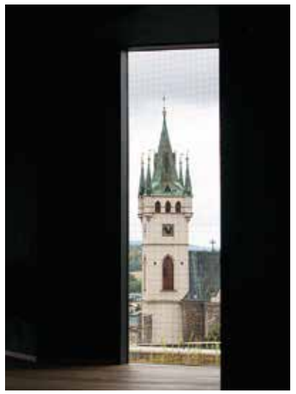
Přízeň našich zákazníků a fanoušků oplácíme přivítáním v našem návštěvnickém centru s restaurací, pivnicí, kinosálem, expozicí o historii pivovaru a prohlídkami přímo v provozu našeho pivovaru.











2019–2022





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.

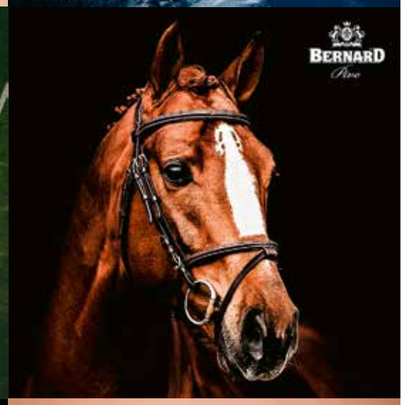
















BERNARD
Pivo


BERNARD
Pivo

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.







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

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 maratonu 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 Ostravaru, 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

Dodnes jsou v pivovaru ještě tito: Petr Vávra, Roman Jonáš, Pavel Bouda

Po privatizaci se nejdříve několik týdnů pouze uklízelo

První pivo Bernard bylo už na Vánoce

















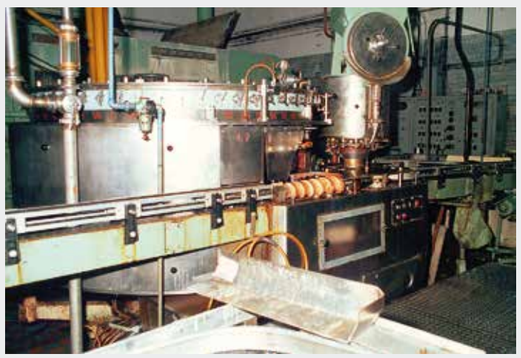


















1992

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 káď 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

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

Už v devadesátém druhém, kdy jsme uvařili přes sto tisíc hektolitrů piva, byl hlavním problémem nedostatek páry. Třebaže tu byla po celou dobu hnědouhelná kotelna a kouřilo se z komína a za socialismu to nikomu až tak nevadilo, nebo spíš drželi pusu, 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

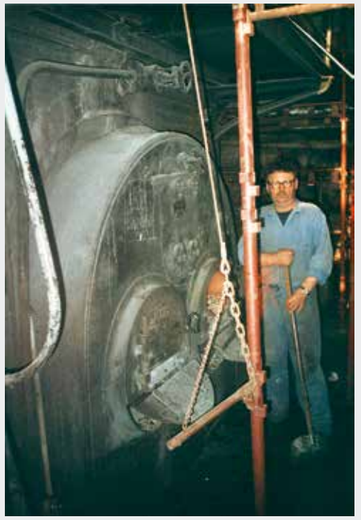
Situace byla taková, že se nám sice dařilo, prodávali jsme, ale obrovský úvěr, vysoké úroky, velmi nízká cena piva, neustálá potřeba investic, rekonstrukcí…, to všechno nás velmi tížilo. Jako pivovar jsme na tom byli skoro nejhůř v celé republice. V té době ještě giganty jako Plzeňský Prazdroj do určité 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 neprůstřelně, 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 nekrachoval prakticky žádný malý průmyslový pivovar. Přitom od revoluce v roce 1989 do roku 1995 přežilo ze sedmdesáti průmyslových pivovarů pětačtyřicet, 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











1994

140 847
Výstav (hl)

73
Počet zaměstnanců

5
Ocenění

- 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

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 nejpopulárnější 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

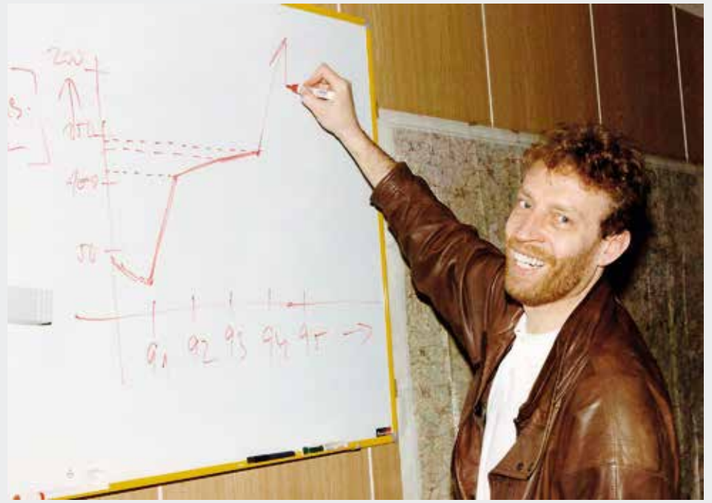
V roce 1994 jsme měli i vlastní televizní reklamu. Na pivovar naší velikosti to bylo nebývalé. V té době ještě byla mezi lidmi na reklamy velká citlivost. Dneska by reklama zapadla, ale tehdy měla smysl. Zapůsobila už tím, že šlo o tancující skleničku se škraboškou, kterou doprovázela velice podmanivá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


Rudolf Šmejkal



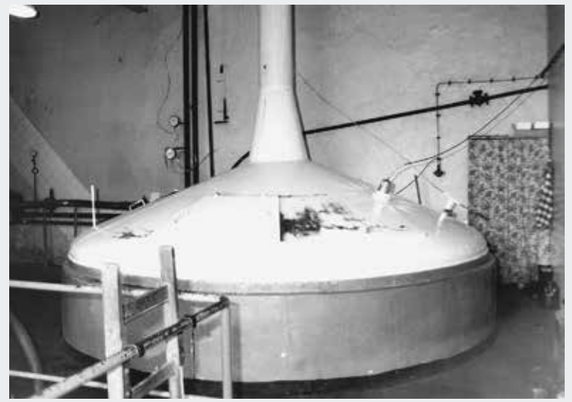


Televizní reklama *Nebezpečná známost*


Stanislav Bernard




Josef Vávra





1995

110 927

Výstav (hl)

72

Počet zaměstnanců

2

Ocenění

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 Rádia Vysočina (9. 10. 1995, odchod R. Šmejkala v r. 1999)

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 káď. Za provozu se vyndávala scezovačka a jako lego následovaly další nádoby. A rázem jsme z ošklivého 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 zdražit 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 třiceti 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





















1996

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

108 756
Výstav (hl)

74
Počet zaměstnanců

1
Ocenění

Dokončena přestavba varny

Rekonstrukce rozvodů chlazení

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

Přechod z Euro lahví na NRW



Vodojem nad Humpolcem







1997

101 388
Výstav (hl)

69
Počet zaměstnanců

7
Ocenění

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





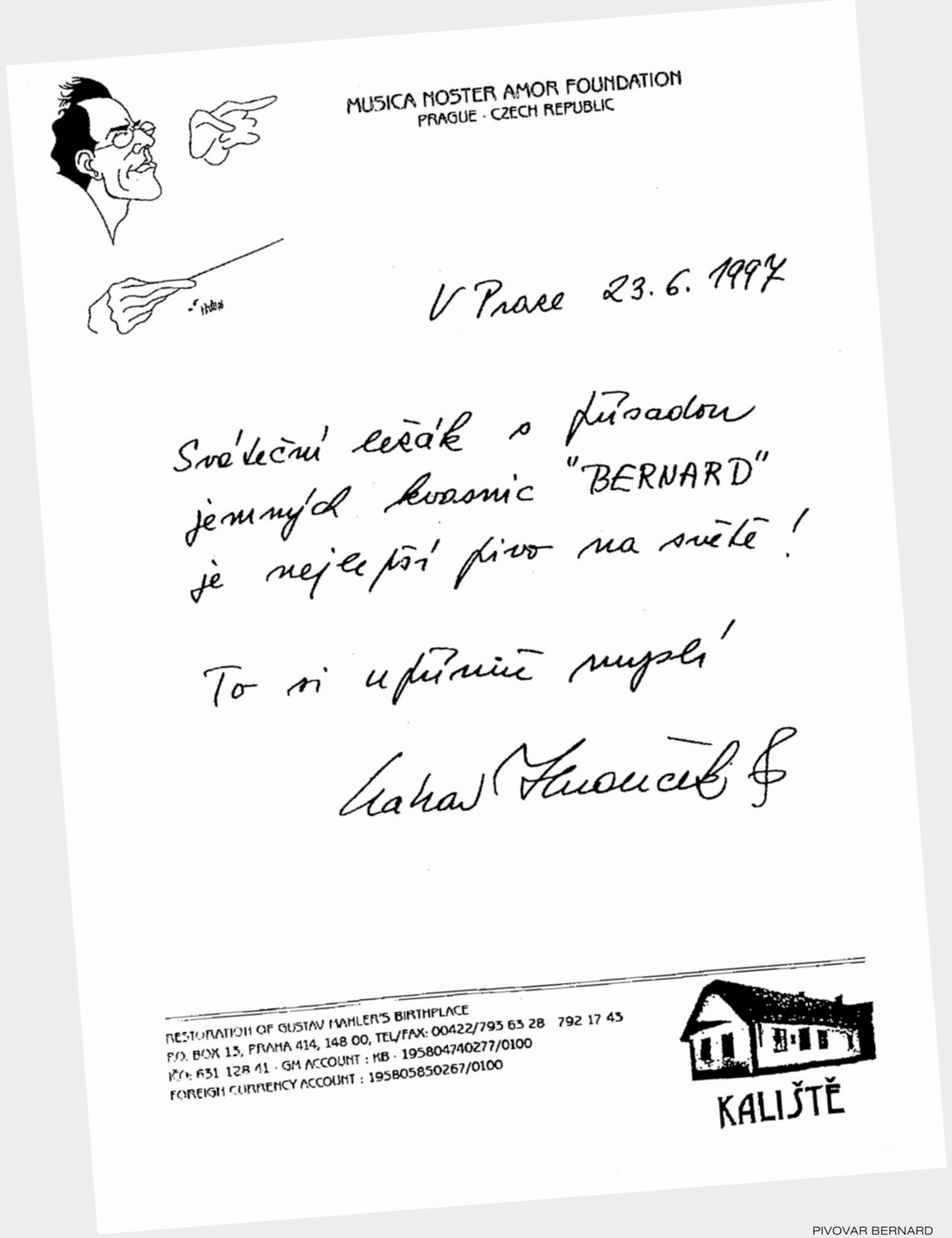


První značková prodejna v Humpolci





Nový monoblok s evakuací



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 plzeňské je pivo Bernard. Bylo to pro mě velké zadostiučinění, vždyť jsem se vyučil v plzeňském pivovaru.

JOSEF VÁVRA

109 774
Výstav (hl)

72
Počet zaměstnanců

7
Ocenění


PIVEX
MEZINÁRODNÍ
VELETRH PIVOVARNICTVÍ A SLADOVNICVÍ
ZLATÝ POHÁR PIVEX'98
OSVĚDČENÍ O UMÍSTĚNÍ V SOUTĚŽI PIV
1. místo
BERNARD 10% světlé
Bernard pivo v.o.s.


PIVEX
MEZINÁRODNÍ
VELETRH PIVOVARNICTVÍ A SLADOVNICVÍ
ZLATÝ POHÁR PIVEX'98
OSVĚDČENÍ O UMÍSTĚNÍ V SOUTĚŽI PIV
1. místo
BERNARD 12% světlé
Bernard pivo v.o.s.

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







1999

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

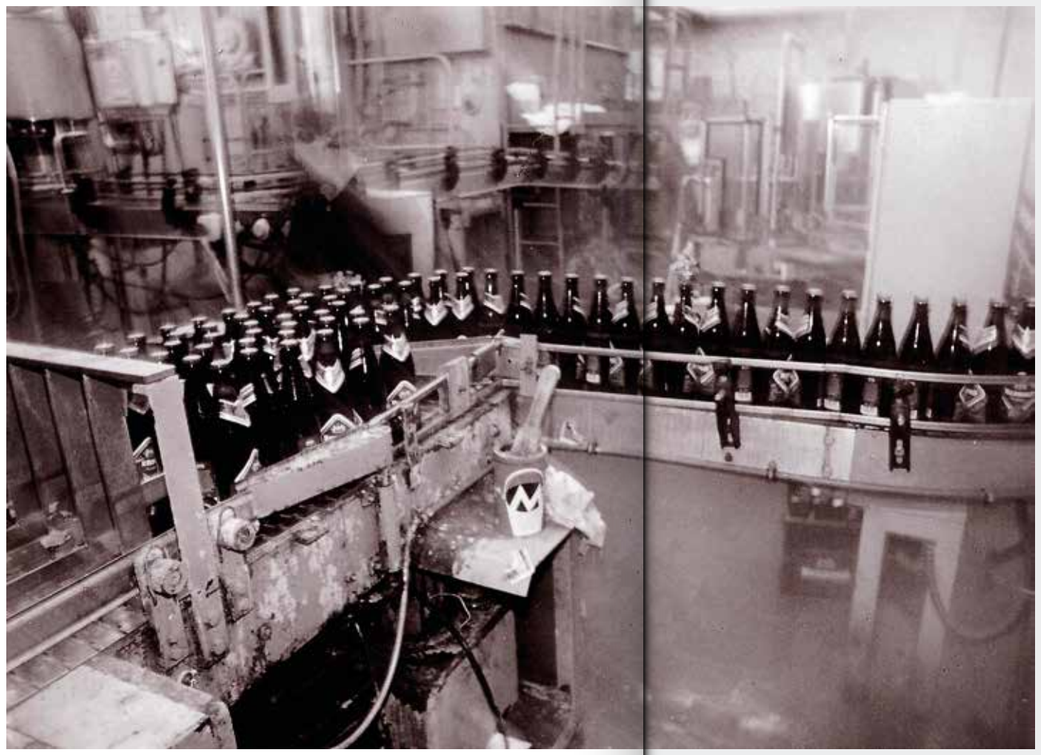
116 057
Výstav (hl)

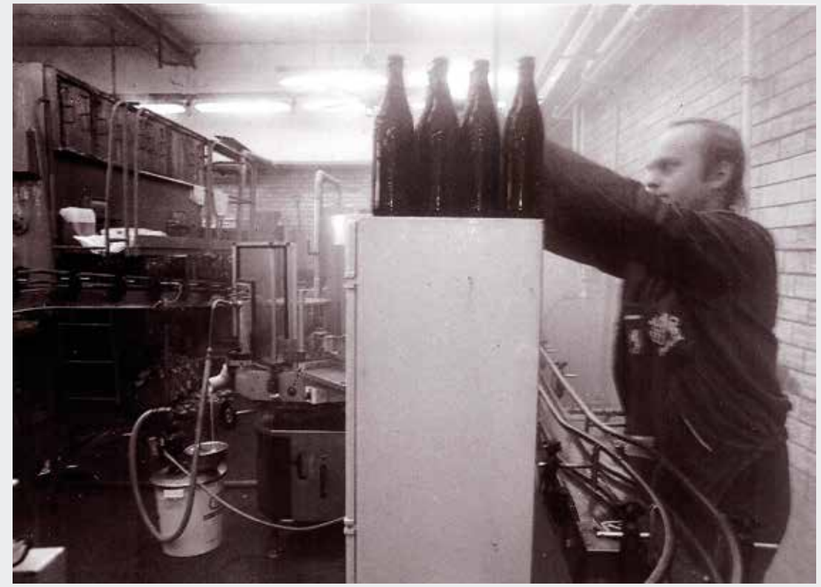
72
Počet zaměstnanců

7
Ocenění

Výměna filtrových svíček ZVU

Odchod jednoho ze tří majitelů Rudolfa Šmejkala







2000

106 682
Výstav (hl)

73
Počet zaměstnanců

6
Ocenění

1945
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 Mládí o nejvšestranějšího 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. Objížděli jsme různé humnové sladovny a nakonec jsme objevili jednu v Rajhradu, 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 dodavatelský 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 plácli a v červenci jsme s belgickým pivovarem Duvel Moortgat podepsali strategické partnerství.
STANISLAV BERNARD







Mládí, soutěž o nejvšestrannějšího žáka a studenta města Humpolce

Budova sladovny Bernard v Rajhradě u Brna







2001

94 781
Výstav (hl)

76
Počet zaměstnanců

6
Ocenění

6 298
Výroba sladu v kalendářním roce (t)

25
Počet zaměstnanců sladovny

Vznik motta *Vlastní cestou*

Vstup strategického partnera Duvel Moortgat

Zavedena úprava odplynění vody

Cenová válka na českém pivním trhu

Statické zabezpečení budov sladovny – hvozdů a sil 7 a 8

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 pětadvacet 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

ANNO 1871
Duvel



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 jsme distribuovali 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 lahvovny, nemohli jsme to dělat ručně jako v minipivovaru. Musela tam být uzavíračka patentních lahví, úprava na monobloku, zásadní úprava lepičky etiket a tak dál. Investice dohromady představovala osm milionů korun. A šlo se do obrovské nejistoty. V řetězcích jsme cenově stoupli na 15,90 Kč, 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

Zprovoznili jsme vlastní propagační stanici kvasnic, což byl další krok k tomu mít všechny vstupní surovinu 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 stáčecí lince

Zahájení stavby budovy KEG linky, jídelny a sociálního zázemí





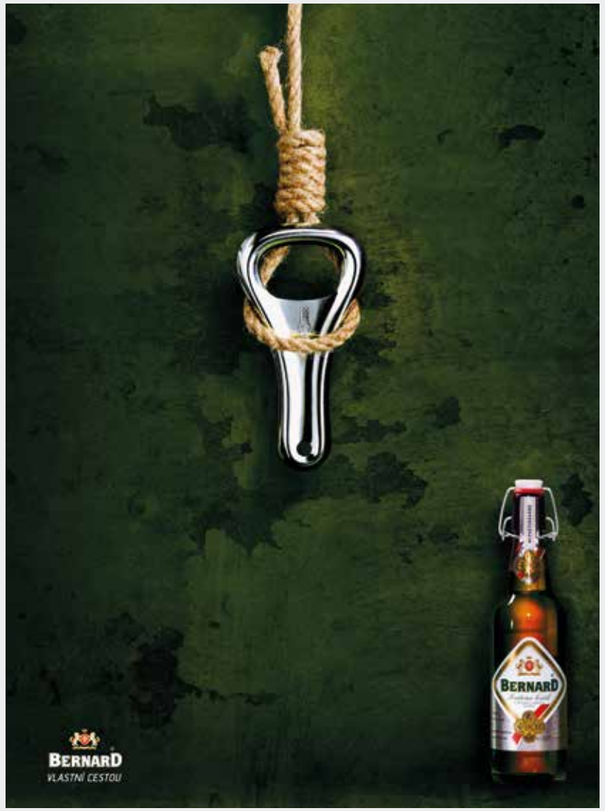
Slavnostní odhalení pomníku Hliníka v Humpolci

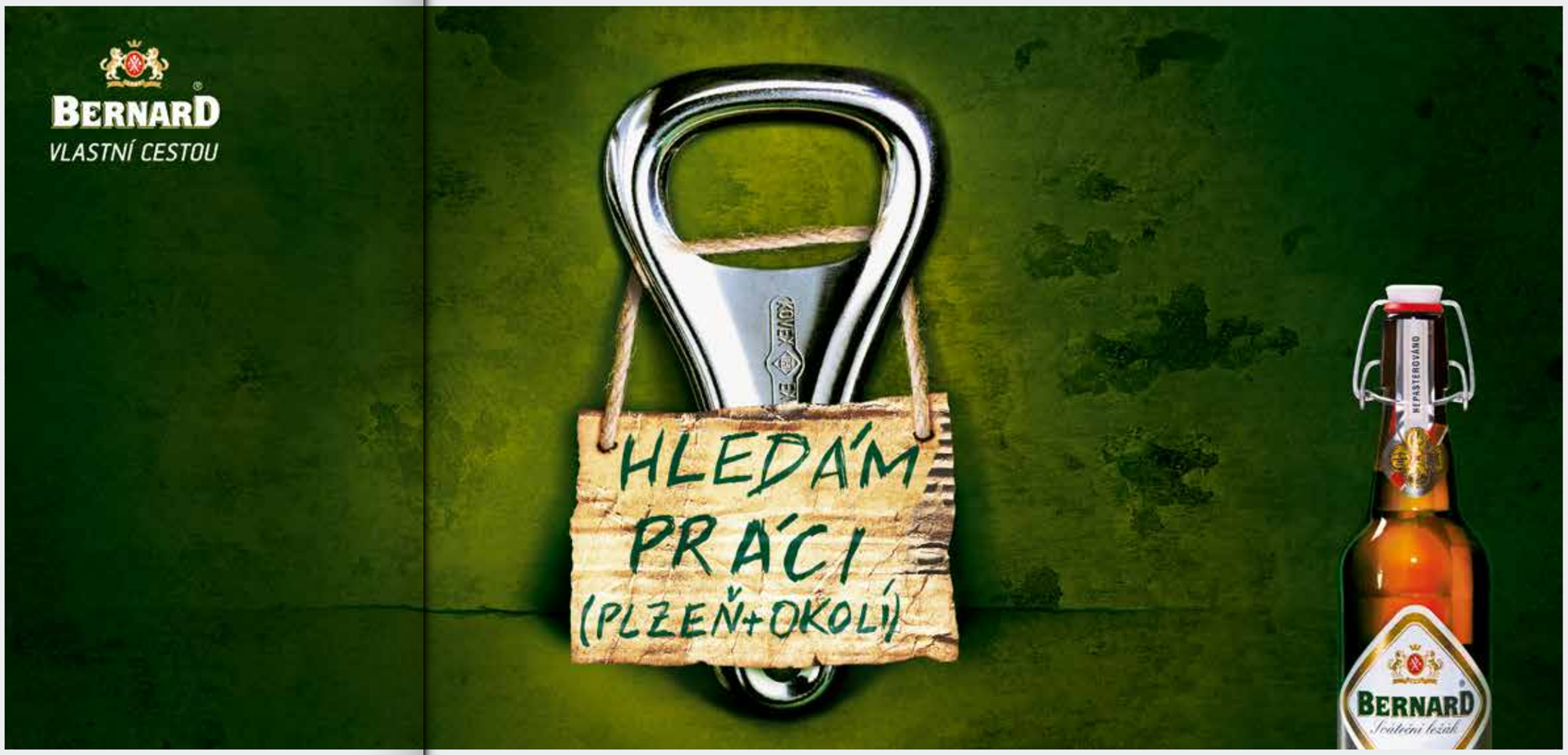










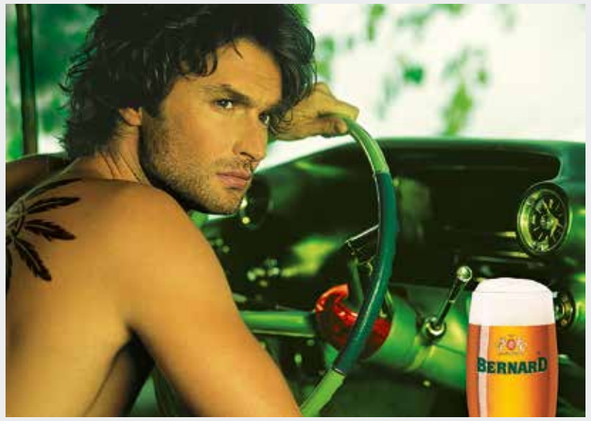


Billboardová kampaň k lahvi s patentním uzávěrem

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 stáčecí KEG linku. Dodavatelské firmě jsme reklamovali strop, který se nám zdál zvlněný. Firma tvrdila, že strop je v pořádku, a on snad do dvou dnů spadl. Naštěstí se nikomu nic nestalo.
Instalovali jsme dvě stáčecí linky o celkovém výkonu 120 sudů za hodinu.
Novou stáčírnu 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 rozmělnilo, 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

Dokončení nové stáčírny 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*











Návštěva zaměstnanců v pivovaru Duvel v Belgii



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 vlaštovky. 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, 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

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



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



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



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





SARS



Policejní odposlechy



Dětští 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)

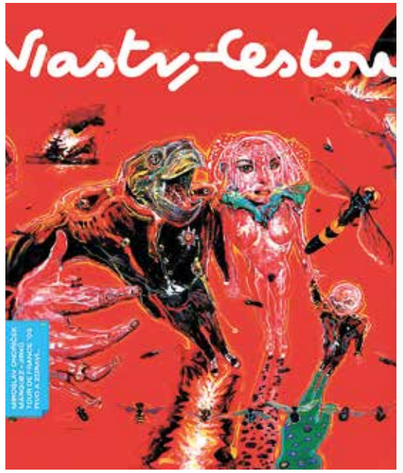
24
Počet zaměstnanců sladovny

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.

STANISLAV BERNARD

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 přepadové 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



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 směsného plynu

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







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 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

- Uvedení světlého nealkoholického piva Bernard s čistou hlavou
- Vybudování vířivé kádě a jednostupňového chladiče mladiny
- Reklamní kampaň *Pivo jako šperk*
- Zahájení výstavby budovy pro instalaci ležáckých tanků





Originální sklenice Bernard







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.

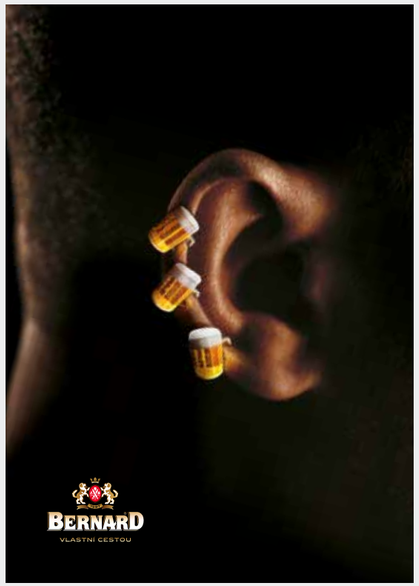



Český svaz pivovarů a sladoven
vyhlašuje na 2. místě v soutěži
Naše pivo 2006
pivo značky
Bernard
jehož výrobcem je
Rodinný pivovar Bernard, a.s.

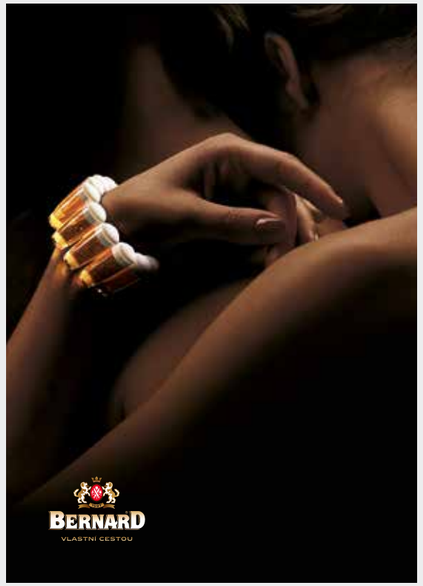

BERNARD















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. Další prodejnu jsme otevřeli 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 zaostat. Bylo to dost složité, protože přejití 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 × 400 hl
- 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 rámec, 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. V roce 2020 jsme pětici hodnot doplnili ještě o pokoru a odvahu.

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 × 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







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 hvozd 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, spilky, 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 lecčems 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 čističky 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 VÍTŮ

Humpolec – Po výsadě používat titul Zaměstnavatel roku jezdíte ta se vyhlašuje pro podniky s více než 250 zaměstnanci. My patříme mezi malá a střední firmy, které právě patří mezi takzvané progresivní zaměstnavatele.

Čeho se soutěž týká?

Dostali jsme k vyplnění poměrně rozsáhlý dotazník zaměřený především na kariérní příležitosti ve společnosti. Hodnotila se ale i úroveň

UPTVA. Dobrý zaměstnanec je spokojený zaměstnanec. Tvrdí to personalistka humpoleckého pivovaru Helena Bernardová (na snímku s dlouholetým expedientem Romanem Janáčkem). Foto Deník/Michal Vítů

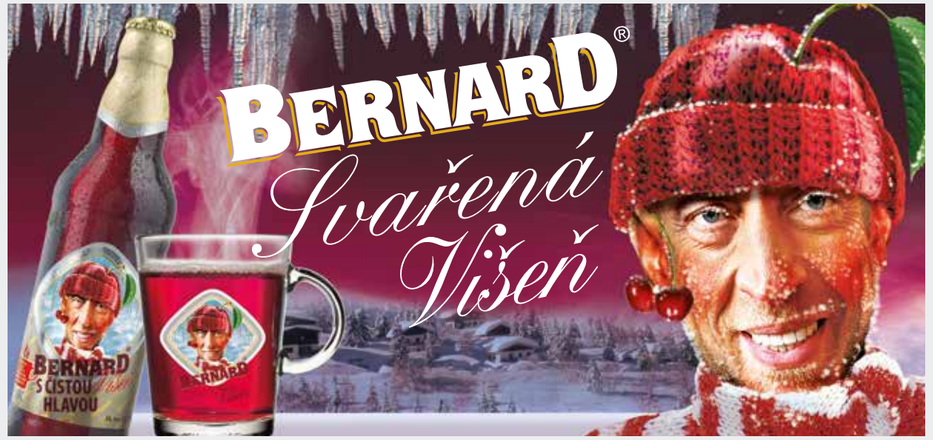


V rámci Svatováclavských oslav jsme od Prvního dámského pivního klubu obdrželi ocenění Dámská pivní volba.





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 Rajhradu 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

- 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 hektolitrů





Další rozšíření ležáckého sklepa







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

Uspořádali jsme Den 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.
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

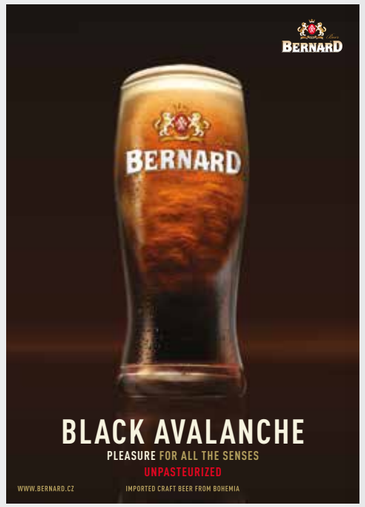
Den Bernarda 20. 8. 2013 v 15:09:07

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, štamgasti, mají možnost pít naše pivo ve stylovém prostředí a v dostatečném sortimentu. Je to fransízový 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
- Petr Tón, Adam Polášek a opět Lukáš Pech získali Bernardovu cenu















„PIVO DOBRÉ, MAJITEL MAGOR“


Free
Višeň
Free
Švestka
Free
India
Pale
Ale
Bohemian
Ale
Černá
lavina
Nefiltrovaná
10
10
11
Polotmavá
12
Černá
12
12


NEJSEM LEŽÁK,
ALE
PĚKNÝ DIVOCH
PRVNÍ BOHEMIAN ALE NA ČESKÉM TRHU
BOTTLE CONDITIONED
ORIGINAL
BERNARD
BOHEMIAN
ALE
1597
WITH FINE YEAST
FAMILY BREWERY


PIŠTE ALE,
ALE
ČTĚTE EJL
PRVNÍ BOHEMIAN ALE NA ČESKÉM TRHU
BOTTLE CONDITIONED
ORIGINAL
BERNARD
BOHEMIAN
ALE
1597
WITH FINE YEAST
FAMILY BREWERY


PÁR UŽ JSEM
JICH MĚLA,
ALE
PRVNÍ BYL
JEN JEDEN
BOTTLE CONDITIONED
ORIGINAL
BERNARD
BOHEMIAN
ALE
1597
WITH FINE YEAST
FAMILY BREWERY

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

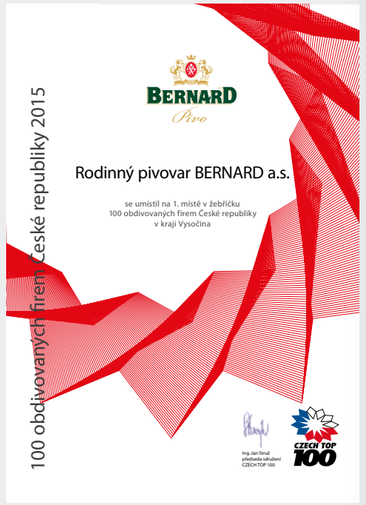
Čepovaný Bohemian Ale

Byla otevřena značková prodejna v Kolíně

Bernardova cena pro Vavřince Hradílka a Josefa Hrabala







CZECH TOP 100: Již 15krát v řadě jsme se stali nejobdivovanější firmou Kraje Vysočina, pravidelně jsme třetí v České republice v kategorii Potravinářství.





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

2 714
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

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 kultovní 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*.

STANISLAV BERNARD

- 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 divům českého pivovarnického světa
- Odstředivka na kvasnice
- 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

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 přistavěná 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 Počet Bernard Pubů **1** 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 plničem 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, lahvovny 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 v odborné i laické degustaci

Bernardova cena: Lukáš Kvapil, Patrik Poulíček, 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		známka
1.	**Bernard světlý ležák 11 nepasterovaný**	**2,39**
1.	Lobkowicz Premium světlý ležák	2,39
3.	Budvar B: Original světlý ležák	2,58
4.	Černá Hora Páter světlý ležák	2,64
5.	Radegast Ryze hořká 12 světlý ležák	2,74
6.	Krušovice 12 světlý ležák	2,83
7.	Svijanský Máz 11 nepasterovaný	2,85
8.	Březňák 11 ležák světlý	2,90
9.	Pilsner Urquell světlý ležák	2,97
10.	Primátor Hron světlý ležák	3,25
11.	Staropramen 11 světlý ležák	3,42
12.	Chotěboř Prémium světlý ležák nepasterovaný	3,50

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

Piva BERNARD

V Kynšperku jsme od Sdružení přátel piva získali 5 ocenění.



Zkušební provoz na lahvovně





Zástupci pivovaru při vyhlašování 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 Počet Bernard Pubů **1** Bernard Barů

38
Ocenění

6 263
Výroba sladu v kalendářním roce (t)

27
Počet zaměstnanců sladovny

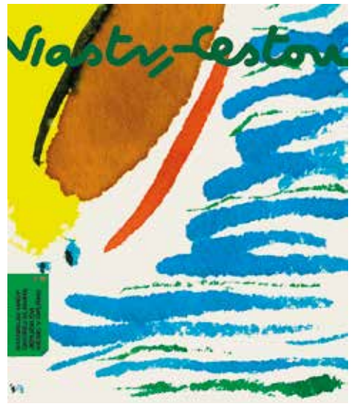
Dlouho jsme vymýšleli, kam umístit centrální nádrž na teplou vodu. Nakonec se nabídlo zcela nečekané řešení nad zadním průchodem za varnou, kterou důvěrně nazýváme „Národní třída“. A vířivou káď jsme doplnili odstředivkou na chmelové kaly, čímž jsme významně snížili zatížení odpadních vod a zároveň jsme 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, toto je z Německa.















Každoročně se setkáváme s našimi hospodskými. Setkání probíhala třeba jako sportovní dny zakončené 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 Počet Bernard Pubů **1** 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 půd
- Nová trafostanice
- Modernizace vařáku pro chmelovar
- Zvýšili jsme dostupnost a bezpečnost poskytovaných IT služeb, kapacita uložiště 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



Muž drží lahev piva s obrazem od Karla Gotta na etiketě, kterou přinesl do paláce Žofín v Praze na veřejné poslední rozloučení se zpěvákem.




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

Expedice Jana Kopky 2 700 km přes mexický poloostrov Baja California





Značková prodejna Bernard v Opavě

Bernard s chmelem z Vysočiny



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 Počet Bernard Pubů **2** 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 káď na varně 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 Karel 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
- 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 džbánek 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, džbánek Standovi daroval. Designér Rony Plesl pak připravil redesign a džbánek 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



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

2021

358 691
Výstav (hl)

210
Počet zaměstnanců

28 (64 444)
Počet export. zemí / výstav (hl)

9
Počet značkových prodejen

3 492
Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

7 Počet Bernard Pubů **2** Bernard Barů

57
Ocenění

5 067
Výroba sladu v kalendářním roce (t)

29
Počet zaměstnanců sladovny

V tomto roce jsme již nepozastavovali investice, ty rozjeté jsme dokončovali. I přes složitou covidovou dobu, kdy jsme se museli potýkat s rozporuplnými nařízeními vlády a spoléhat se především sami na sebe, se nám podařilo dokončit modernizaci varny. Zprovoznili jsme mladinovou pánev, brýdový kondenzátor a nový předehřev a sběrač sladiny. Pořídili jsme i akumulační nádobu na padesát tisíc litrů energetické vody, kde využíváme odpadní teplo z chmelovaru. Dokončili jsme trasu přetlakové kanalizace pro čištění odpadních vod z pivovaru v délce asi dvou kilometrů. Zde postavíme před městskou čističku vyrovnávací nádrž a anaerobní reaktor pro předčištění odpadních vod z pivovaru.

JOSEF VÁVRA

Máme za sebou třicet let našeho Rodinného pivovaru Bernard. Úmyslně píšu našeho, protože na jeho rekonstrukci, modernizaci a zařazení 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 nejvyšší kvalitu a vtipnou komunikaci s našimi zákazníky a fandy, přišel covid a plno zákazů. Přesto jsme 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 finalizovali jsme stavbu našeho návštěvnického centra.

V době různých omezení jsme měli chuť poslat do světa nějaké pozitivní poselství. Režisér Jiří Mádl pro nás natočil krásný spot, pět mikropříběhů, které ústí do jedné pointy. Neokoukaný formát a nečekaný obsah vyvolaly úžasné reakce. Dodnes mi z toho všeho jde mráz po zádech.

STANISLAV BERNARD

- Dokončování návštěvnického centra a rozhledny
- Tlaková kanalizace odpadních vod pivovaru
- Stavba anaerobního reaktoru čistírny odpadních vod
- Modernizace varny a rekonstrukce kotelny
- Nové silo ve sladovně
- Vlastní čokoláda se sladem a chmelem
- Nejlepší český Ale desetiletí od časopisu Pivo, Bier & Ale
- Náš nový web získal první místo v soutěži WebTop 100
- Bernardova cena: Michal Papadopulos, Peter Čögley, Barbora Krejčíková, Patrik Šolc





Konstrukce rozhledny je samonosná, staticky nezávislá na komínu.



Barbora Krejčíková převzala Bernardovu cenu s pořadovým číslem 58.



Kamil Střihavka v rozestavěném návštěvnickém centru



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

Od roku 2021 máme nové webové stránky.



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 žíznivému na poušti nabídl pramenitou vodu. Beze slov to vyjádřilo podstatu lidství."





2022

398 872
Výstav (hl)

262
Počet zaměstnanců

26 (77 233)
Počet export. zemí / výstav (hl)

9
Počet značkových prodejen

3 644
Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

7 Počet Bernard Pubů
3 Bernard Barů

37
Ocenění

5 193
Výroba sladu v kalendářním roce (t)

30
Počet zaměstnanců sladovny

Naší sladovně je 150 let. Vydali jsme knihu, která příběh této mimořádné stavby podrobně a v souvislostech popisuje. Nevynechává ani méně šťastná období, kdy tu hořelo nebo se zde místo sladu vyráběly součástky do zbraní.

My jsme zde instalovali novou technologii čištění a třídění jak ječmene, tak sladu. Součástí je supermoderní optický třídič, který prohlédne každé jedno zrnko ječmene, které vstupuje do procesu. Když není v pořádku, přístroj ho pošle z kola ven. Třídicí linka je velmi „přísná“, a to nám pomáhá – není možné usilovat o kvalitu piva bez kvalitních surovin.

Co mě těší, že tato moderní technika nepopírá poctivé sladovnické řemeslo. Naopak pomáhá k tomu, aby těžká práce, která se sladem je, nepřišla vniveč.

JOSEF VÁVRA

Na počátku roku pandemie ustupovala, atmosféra se zlepšovala. A pak přišel únor a ruská agrese na Ukrajině. Do Ruska i na Ukrajinu jsme přestali exportovat.

Ale přišly i veselé chvíle. Po několika odkladech jsme v červnu otevřeli návštěvnické centrum. Krásný dům, který získal několik ocenění za architekturu, se stal součástí našeho příběhu. Je to místo setkávání s našimi příznivci a zákazníky. Lidé k nám chodí na skvělé pivo a jídlo, pořádáme tu spousty akcí, máme tu prostory pro firemní i soukromé večírky. Centrum nám dělá skvělou reklamu.

Začali jsme s výrobou whisky. Když jsme poslali vzorek budoucí whisky, tzv. new make, do soutěže, někteří porotci ji považovali za vtip pořadatele. Podezírali ho, že mezi ostatní vzorky dal jeden ze Skotska.

Založili jsme Nadační fond pomoci Bernard. Když člověk může pomoci, měl by to udělat. Pomáháme těm, kteří mají vůli změnit svoji situaci, ale chybí jim prostředky.

Natočili jsme nový spot *Radosti byly a budou*. Chtěli jsme připomenout, že navzdory blbé náladě radost nezmizela. Jen ji musíme chtít vidět.

STANISLAV BERNARD

- Otevření Návštěvnického centra Bernard
- Založení Nadačního fondu pomoci Bernard
- Nový reklamní spot *Radosti byly a budou*
- Zahájili jsme výrobu vlastní whisky
- Začali jsme předávat certifikáty kvality
- Nejlepším výčepním dáváme krásnou koženou zástěru
- Na Velikonoce jsme uvařili bílé pivo
- Bernardova cena: Marian Dvořák, Petr Jirout, Jiří Vlk, Martin Šilha a Vojtěch Lavický



150. výročí založení sladovny jsme oslavili přímo na humnech.



Z našeho nového spotu *Radosti byly a budou*

Naši pivní pálenku a whisky necháváme zrát v dubových sudech.



Bernard Bar Vyškov



Od 1. června 2022 je otevřené naše návštěvnické centrum.























2023

409 419
Výstav (hl)

262
Počet zaměstnanců

25 (83 259)
Počet export. zemí / výstav (hl)

9
Počet značkových prodejen

3 810
Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

7 Počet Bernard Pubů **5** Bernard Barů

57
Ocenění

5 461
Výroba sladu v kalendářním roce (t)

30
Počet zaměstnanců sladovny

Covid vyhnal z restaurací a hospod nejen zákazníky, ale také personál. Od té doby je skoro zázrak sehnat kuchaře a číšníky, natož lidi zkušené, odpovědné a takové, kteří mají svoji práci rádi. Přemýšlel jsem, jak to změnit a také, jak sehnat šikovné kolegy do kuchyně v naší pivnici v návštěvnickém centru. Napadlo mě uspořádat soutěž pro mladé a talentované kuchaře, pro studenty gastronomických škol i nadšené amatéry. Už jen tím, že se přihlásí do soutěže a pak projdou přes jednotlivá kola, projevují zájem a snahu. Těm pak rádi nabídneme práci.

Soutěž se po několika letech začíná dostávat do povědomí a přinesla nám i další věci. Třeba solidní zájem médií a také se o nás každoročně dozví stovky mladých lidí v gastronomických školách. Někteří z nich nakonec snad budou pracovat v oboru a třeba budou jednou rozhodovat o tom, jaké pivo budou chtít čepovat. Nás už budou znát.

Snad se nepletu, ale cítím, že se situace pomalu obrací. Nejen, že se v tomto oboru dají vydělat pěkné peníze, ale toto řemeslo nabylo na prestiži. Být dobrý kuchař opravdu něco znamená.

STANISLAV BERNARD

V malém množství jsme uvařili nové pivo IPL. Je to typické spodně kvašené pivo, ležák, ale s chmely obvykle používanými pro svrchně kvašené pivo typu IPA. Zákazníkům i nám natolik zachutnalo, že jsme se rozhodli ho nabízet standardně. Také jsme mu změnili název, kterému lidé lépe rozumí – Extra hořký ležák Bernard. Myslím, že se opravdu povedlo, je to moc dobré pivo.

Už několik let vaříme malou sezónní edici piva s chmelem, který rostl u nás na zahradě kousek za Humpolcem. Ano, i na Vysočině rostou chmele, které do piva lze použít směle. Také toto pivo, řízné, osvěživé a voňavé, si rychle našlo fanoušky. Naše zahrada přestala stačit, tak jsme letos založili na kopci nad Humpolcem, ve výšce asi 560 metrů nad mořem, experimentální chmelničku. Je to zřejmě nejvýše položená chmelnice v České republice, o jiné takové nevíme. Je malá, máme tu jen něco přes 140 rostlin šesti druhů chmele, ale pro naše potřeby je tak akorát. Klima se mění, kdo ví, třeba jednou na Vysočině bude místo brambor a kamení růst hlavně chmel. A do našeho nealko piva si tu začneme pěstovat i vlastní grepy.

JOSEF VÁVRA

Uspořádali jsme kuchařskou soutěž BernardChef

Spustili jsme aplikaci *Jak vám dnes chutná Bernard?*

Návštěvnické centrum se stalo Stavbou roku

Benefiční akce Na dvě rozhledny

Web kvality – na jednom místě vše pro perfektní čepování piva

Termotašky z použitých billboardů

New make naší budoucí whisky v prodeji

Nealkoholické pivo s příchutí grepu jsme začali prodávat i v lahvích

Bernardova cena: Jiří Slavík, Žaneta Tomášková, David Skopec, Ondřej Faldyna



Nealko se šťávou z grepu jsme začali prodávat i v lahvích.



Uspořádali jsme první ročník kuchařské soutěže BernardChef.



Spustili jsme aplikaci *Jak Vám dnes chutná Bernard?*





Z použitých reklamních plachet vyrábíme termotašky.

New make naší budoucí whisky





2024

419 223
Výstav (hl)

266
Počet zaměstnanců

26 (89 391)
Počet export. zemí / výstav (hl)

10
Počet značkových prodejen

4 026
Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

8 Počet Bernard Pubů
6 Bernard Barů

66
Ocenění

4 772
Výroba sladu v kalendářním roce (t)

28
Počet zaměstnanců sladovny

Od loňska využíváme platformu *Jak vám dnes chutná Bernard?*, prostřednictvím které zákazníci mohou kdekoliv na pár kliků v telefonu ohodnotit naše pivo. Pokud něco není v pořádku, posíláme na místo naše zástupce na pomoc. A ano, udělali jsme i to, že jsme se rozešli s některými odběrateli, než aby nám kazili pověst, protože jim na kvalitě piva, a tedy vlastně i na zákaznících, nezáleželo.

Nejlépe hodnocené provozovny oceňujeme. Kromě certifikátu dostávají i velké bronzové desky, které si mohou dát na svoje výklady, vchody nebo fasády. Společně tak my a výčepní vzkazujeme zákazníkům, kde se mohou zastavit na dobré pivo. Kvalitou ve výsledku vyhráváme všichni. My prodáme pivo, hostinskému se vrací hosté a zákazník si pochutná a má hezký zážitek.

Předávání certifikátů kvality špičkovým hospodám u nás v návštěvnickém centru je slavnost, příjemné setkání, na které se těšíme a kde se s našimi parťáky dobře pobavíme.

STANISLAV BERNARD

Pořídili jsme si do pivovaru vzducholoď. Vypadá tak zásobník na oxid uhličitý, který vzniká při kvašení piva a který jsme začali do „zeppelina“ zachytávat. CO_2 je škoda vypouštět do vzduchu, protože se v pivovaru používá jako tlačný plyn pro přesun piva z tanků do sudů a lahví. Pivo nesmí přijít do kontaktu se vzduchem, rychle pak mění chuť. Dosud jsme museli plyn kupovat, a to není nic levného. Co hůře, při výpadku dodávek CO_2, což se opravdu stalo, jsme byli ohroženi. Tímto jsme si zajistili soběstačnost.

Modernizovali jsme lahvovnu. Máme kvalitnější etiketovací stroj, nová kontrolní zařízení, kvalitnější zavírání lahví s patentním uzávěrem, nový dopravník od plniče po vkladač. Modernizace přinesla především vyšší kontrolu uzavírání lahví a dokonalejší kontrolu kvality lahvového piva před tím, než se vydají na cestu z pivovaru k zákazníkům.

JOSEF VÁVRA

Naší reklamě *Tančící sklenička je 30 let.*



Spustili jsme nový informační kanál BernardNoviny

První česání chmele na naší nové chmelnici

Nový spot na grepové nealkoholické pivo v hlavní roli s vrchním sládkem Josefem Vávrou

Do podzemí na dvoře pivovaru jsme uložili záložní zdroj energie

První místo v Czech Top 100 v kategorii potravinářství

Bernardova cena: Eva Filipi, Daniel Ecler, Zsolti Katona



Sklizeň ocenění na Pivexu



Poprvé jsme česali naši experimentální chmelnici u Humpolce.



Máme krásnou novou sklenici na ochucená nealkoholická piva.



Modernizace lahvovny

Natočili jsme reklamu na nealkoholické pivo s grepovou šťávou. V hlavní roli s naším vrchním sládkem Josefem Vávrou.



Zástupcům nejlepších podniků dáváme certifikáty a bronzové desky na fasády.



2025

411 216
Výstav (hl)

258
Počet zaměstnanců

26 (83 283)
Počet export. zemí / výstav (hl)

10
Počet značkových prodejen

4 230
Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

8 Počet Bernard Pubů
7 Bernard Barů

1
Počet Bernard Brewhouse

50
Ocenění

5 456
Výroba sladu v kalendářním roce (t)

25
Počet zaměstnanců sladovny

Každý rok posíláme vzorky piva do domácích i zahraničních soutěží. Do Londýna na European Beer Challenge jsme jich poslali 13. A zpátky nám poslali 13 medailí! Z toho tři „dvojité zlaté“ a pět zlatých. To nám udělalo velkou radost, porota v Londýně je mezinárodní a porovnávala stovky vzorků piv z celého světa. Škarohlíd by mohl říct, že nikdo nerozumí pivu tak dobře jako Češi, takže cena ze zahraničí nemá takovou hodnotu. Na to bych mohl odpovědět, že v českých porotách sedí lidé, kteří piva bezpečně rozeznají a nehlasují podle chuti, kvality a svědomí, ale podle značek, známostí… A že do těch zahraničních soutěží se hlásí i další české pivovary. Před mezinárodními porotami jsme na stejné startovní čáře. Ocenění ze zahraničí rozhodně smysl a hodnotu má, protože je to nezávislý pohled odjinud.

Medaile z Londýna nám udělaly takovou radost, že jsme se rozhodli to oslavit se všemi z pivovaru a uspořádali jsme v Sládkově sále v našem návštěvnickém centru oslavu s názvem Šťastných 13.

JOSEF VÁVRA

V roce 2025 bylo chladné a deštivé léto, to se spolehlivě projevuje na menším prodeji piva, čepovaného obzvláště. I tak byl propad prodeje vlastně minimální, a to mimo jiné proto, že naši obchodníci našli další odběratele. Odvedli kus práce. Ze strany mnoha pivovarů trvá uplácení hostinských penězi nebo nesmyslnými slevami pro to, aby brali právě jejich pivo. Mohl bych se rozepisovat o tom, jak asi pivo vyrábí, že ho mohou dávat tak levně, jakou má uplácení budoucnost, a jestli jde někomu i o něco jiného než jen o maximální výdělek. My to neděláme. Přesto, nebo právě proto, do toho s námi jde stále více odběratelů. Ještě pořád tu je dost lidí, kterým jde o kvalitu, chuť a dobré vztahy.

STANISLAV BERNARD



Na tohle se vždy těšíme. Chmelovar podzimního speciálu s úrodou z vlastní chmelničky v Humpolci.

- Po Jiřím Šustovi se do čela sladovny postavil nový sladmistr Václav Štursa
- Zchátralý objekt v sousedství pivovaru jsme přebudovali na krásný bytový dům
- Nový televizní spot *Hlavně klid*
- Vstoupili jsme do Síně slávy českého byznysu
- Standa oslavil sedmdesátku
- Vybudovali jsme školicí centrum čepování a péče o pivo
- V Praze je první Bernard Brewhouse – nový koncept městského podniku s pivem
- Udělili jsme osmdesátou Bernardovu cenu
- Bernardova cena: Martin Bušek, Tomáš Suk, Martin Záviška, Metoděj Jílek, Viktor Beránek, Lovro Planko





V sousedství pivovaru jsme koupili zchátralý barák, který jsme přebudovali na dům s moderními byty.



Byli jsme uvedeni do Diamantové síně slávy českého byznysu.



Slad se v Rajhradě vyrábí nonstop od podzimu do začátku léta. Zahájení sladovací kampaně vždy žehná převor místního kláštera.



Zátěžový test lanovky v Orlickém Záhoří



Jiří Mádl pro nás natočil další spot.



Sládkův sál návštěvnického centra je i dějištěm talk show Na tři s Mirkou.

2026

predikce

417 000
Výstav (hl)

260
Počet zaměstnanců

26 (84 000)
Počet export. zemí / výstav (hl)

9
Počet značkových prodejen

4 500
Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

10 **8**
Počet Bernard Pubů — Bernard Barů

2
Počet Bernard Brewhouse

50
Ocenění

6 180
Výroba sladu v kalendářním roce (t)

24
Počet zaměstnanců sladovny

Před pěti lety jsme mířili do cíle se stavbou návštěvnického centra. Okolnosti nás nutily odsouvat otevření, ale v červnu 2022 jsme opravdu zahájili provoz. Splnili jsme si další náš sen.

Ale tím jsme nedošli na poslední horizont. Pořád jdeme dál vlastní cestou za svými představami a ta další je před námi. K některým nápadům a myšlenkám nás dovedou věci čistě praktické. Potřebujeme rozšířit kapacity na kvašení a ležení piva. K tomu potřebujeme velké nádrže – tanky. Nehlučí ani nejsou cítit, ale na pohled to není žádná velká paráda. Přemýšleli jsme, co s tím a oslovili jsme v té věci renomovaného architekta Josefa Pleskota. Ten přišel s úžasným nápadem pohádkových visutých zahrad, které by se rozprostíraly nad oněmi tanky a dalšími částmi pivovaru. Zelené střechy i stěny, místo pro život, pro odpočinek, pro klima, pro krásu. Pivovar by tím získal něco, co se nedá změřit v hektolitrech. Věřím, že se nám podaří najít cestu, jak tento sen proměnit ve skutečnost. Když člověk přestane snít, už jen vyrábí. A to by bylo trochu málo.

STANISLAV BERNARD

Připravujeme stavební rozšíření lahvovny, která je dlouhodobě přetížená. Máme jen omezený prostor, kam lahvovnu rozšířit, také musíme počítat s prostorem pro stavaře a při tom všem zajistit běh zbývající části pivovaru. To vše pro výměnu plnicího monobloku a kontrolního zařízení na čistotu lahví. Tato investice nám nezvyšuje výkon, ale kvalitu. Také jsme zmodernizovali filtraci svrchně kvašených piv.

V březnu jsem přišel o pravou nohu. To už si maraton za 2:28 jako zamlada nezaběhám. Ale snít můžu. Abychom se sem vešli, je mým snem koupit čtyři velké Zeppeliny, které ponesou plošinu a na ní budou postaveny další budovy pivovaru. To by byl první opravdový létající pivovar.

JOSEF VÁVRA

Pivnice Na Štokách je mezi 14 nejlepšími gastro podniky v republice

Pořádáme vzdělávací kurzy čepování pro studenty gastronomických škol

Uvedli jsme Pivní pálenku Bernard vyzrálou tři roky v dubových sudech

Před 20 lety jsme začali vyrábět první vlastní nealkoholické pivo

30. ročník Bernard Festu

Bernardova cena: Patrik Augusta, David Vojáček, Aleš Major, Jindřich Kubíček



Studenti gastronomických škol při kurzu čepování v novém školicím centru



Na adrese Bernardnoviny.cz pravidelně publikujeme zpráv z pivovaru, program návštěvnického centra, tipy na výlety nebo se tu můžete pobavit u pivovarských kvízů.

Naše whisky leží od roku 2022 v sudech po americkém bourbonu.



Pivní pálenka vyzrálá dubovém sudu



VISUTÉ ZAHRADY NAD PIVOVAREM



Máme sen.

Chceme vybudovat rozsáhlé visuté zahrady nad pivovarem. Veřejnosti trvale přístupný park s trávou, keři, stromy a odpočívkami. Zeleň se bude rozkládat nad třetinou našeho areálu. Není to jen představa, fantazie, je to uskutečnitelný projekt. • Myšlenka visutých zahrad vznikla v souvislosti s potřebou rozšířit ležácké sklepy. Ale protože v našem areálu pod zemí už nemáme místo, řešením jsou obyčejné haly. Bez oken a s dobře izolovanými stěnami a střechami. A to není moc hezké. A právě to byl impuls: sklepy přece patří pod zem! S nápadem nad sklepy vybudovat visuté zahrady přišel renomovaný český architekt pan Josef Pleskot. • Jak budou naše visuté zahrady vypadat, můžete vidět už dnes. Jsou novou součástí detailního 3D modelu, který najdete v pivovarské expozici v návštěvnickém centru.







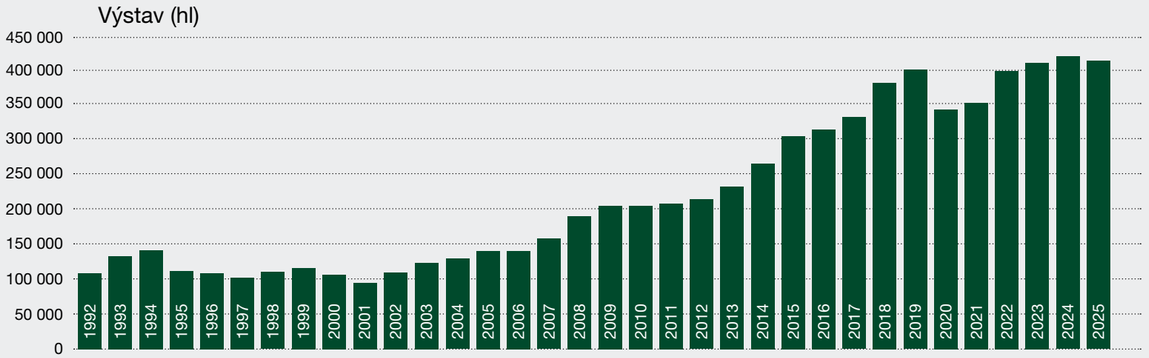
vizualizace:
arch. Josef Pleskot
a More.is.More

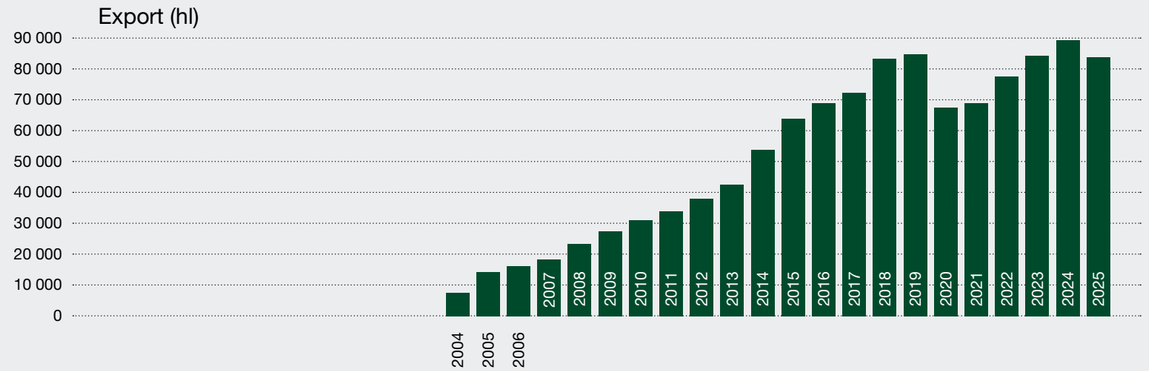












Exportní země v roce 2026:

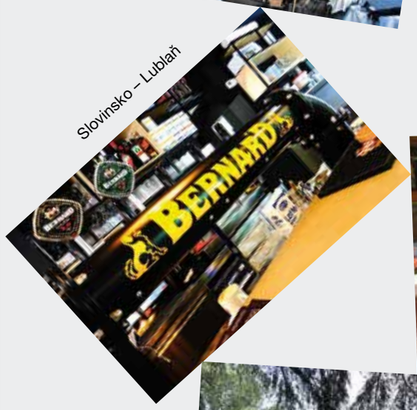
Slovensko
Bulharsko
Švédsko
Polsko
Slovinsko
Maďarsko
Gruzie
Norsko
Moldavsko
Litva
Chorvatsko
Rumunsko
Srbsko
Dominikánská republika
Finsko
Itálie
Ukrajina
Řecko
Rakousko
Bosna a Hercegovina
Kanada
Lotyšsko
Estonsko
Dánsko
Francie
Portugalsko


Gruzie – Kazbegi (Svatý Štěpán)


Polsko – Wroclaw


Slovinsko – Lublaň


Slovinsko – Radovljica

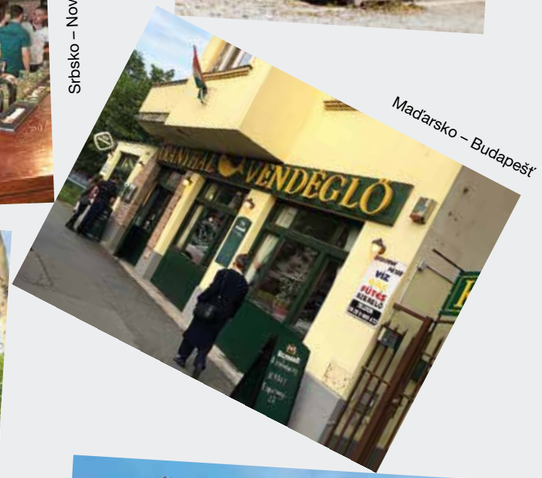


Slovinsko – Lublaň


Srbsko – Novi Sad



Gruzie – Kazbegi (Svatý Štěpán)



Maďarsko – Budapešť


Slovinsko – Dražgoše


Litva – Vilnius


12%
SVĚTLÝ LEŽÁK
SOUKROMÝ PIVOVAR V HUMPOLCI ZAL. 1597
BERNARD
Objemová využ. energie 1850 kJ/l
Obsah alkoholu max. 5,1 %
ČSN 56 66 35
OBSAH 0,5 l
I II III IV V VI VII VIII IX X XI XII
1 3 5 7 9 11 13 15 17 19 21 23 25 27 29 31
2 4 6 8 10 12 14 16 18 20 22 24 26 28 30

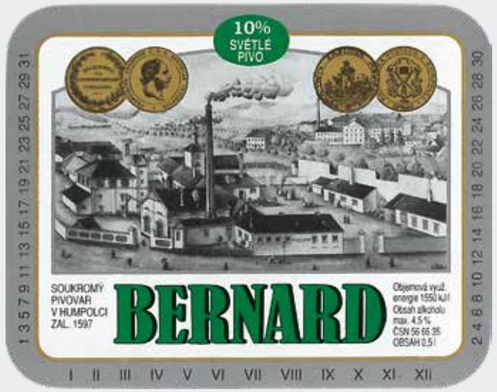

BERNARD
Světlý ležák
12%
e 0,5 l
MINIMÁLNÍ TRVANLIVOST DO:


BERNARD
Světlý ležák
ORIGINÁLNÍ
NEPASTEROVANÉ
PIVO
OBSAH ALKOHOLU
5,0% OBJEM.
e 0,5 l
MINIMÁLNÍ TRVANLIVOST DO:


BERNARD
TRADIČNÍ ČESKÝ
SVĚTLÝ LEŽÁK
e 0,5 L
Alk. 4,7 % obj.
NEPASTEROVÁNO


TRADIČNÍ ČESKÉ PIVO
ORIGINAL CZECH BEER
BERNARD
SVĚTLÝ
— LEŽÁK —
RODINNÝ PIVOVAR
FAMILY BREWERY


TRADIČNÍ ČESKÉ PIVO
ORIGINAL CZECH BEER
BERNARD
SVĚTLÝ
— LEŽÁK —
12°
4,9 % ALK.
OBJ. 0,5 L
RODINNÝ PIVOVAR
FAMILY BREWERY


10%
SVĚTLÉ PIVO
SOUKROMÝ PIVOVAR V HUMPOLCI ZAL. 1597
BERNARD
Objemová využ. energie 1550 kJ/l
Obsah alkoholu max. 4,5 %
ČSN 56 66 35
OBSAH 0,5 l
I II III IV V VI VII VIII IX X XI XII
1 3 5 7 9 11 13 15 17 19 21 23 25 27 29 31
2 4 6 8 10 12 14 16 18 20 22 24 26 28 30


BERNARD
Světlé pivo
10%
e 0,5 l
MINIMÁLNÍ TRVANLIVOST DO:


BERNARD
Světlé pivo
10%
e 0,51


BERNARD
Světlé pivo
ORIGINÁLNÍ
NEPASTEROVANÉ
PIVO
OBSAH ALKOHOLU
4,0% OBJEM.
e 0,5 l
MINIMÁLNÍ TRVANLIVOST DO:


BERNARD
TRADIČNÍ ČESKÉ
SVĚTLÉ PIVO
e 0,5 L
Alk. 3,8 % obj.
NEPASTEROVÁNO


TRADIČNÍ ČESKÉ PIVO
ORIGINAL CZECH BEER
BERNARD
SVĚTLÉ
— PIVO —
10°
3,8 % ALK.
OBJ. 0,5 L
RODINNÝ PIVOVAR
FAMILY BREWERY


UNPASTEURIZED
IMPORTED
CRAFT BEER
ORIGINAL CZECH
FAMILY BREWERY
BERNARD
DARK
LAGER
11.2 FL. OZ.
1597
ANNO
1597
9701


UNPASTEURIZED
IMPORTED
CRAFT BEER
ORIGINAL CZECH
FAMILY BREWERY
BERNARD
AMBER
LAGER
11.2 FL. OZ.
1597
ANNO
1597
9733


ANNO 1597 EST
ORIGINAL
EXCLUSIVE
BOTTLE CONDITIONED
SPECIAL EDITION ALE
BERNARD
BOHEMIAN
WINTER
ALE
CRAFT BEER
9641


ORIGINAL CZECH
IMPORTED
EXCLUSIVE
BOTTLE CONDITIONED
SPECIAL EDITION ALE
BERNARD
BOHEMIAN
ALE
11.2 FL. OZ.
1597
ANNO
1597
9699


CRAFT BEER
ANNO 1597
BERNARD
IPA
INDIA PALE
ALE
5.6% ABV
VOL. 0.33 L
9673


CRAFT BEER
ANNO 1597
BERNARD
ALE
BOHEMIAN
ALE
8.2% ABV
VOL. 0.33 L
9544


5,0
% ALK.
BERNARD
Pivo
NEPASTEROVÁNO


TRADIČNÍ ČESKÉ PIVO
ORIGINAL CZECH BEER
BERNARD
SVÁTEČNÍ
LEŽÁK
12°
5.0 % ALK.
OBJ. 0.5 L
RODINNÝ PIVOVAR
FAMILY BREWERY


5,0
% ALK.
BERNARD
Pivo
NEPASTEROVÁNO


NEPASTEROVÁNO
UNPASTEURIZED
BERNARD
JANTAROVÝ
LEŽÁK
12°
5.0 % ALK.
OBJ. 0.5 L
RODINNÝ PIVOVAR
FAMILY BREWERY


TRADIČNÍ ČESKÉ PIVO
ORIGINAL CZECH BEER
BERNARD
ČERNÝ
LEŽÁK
12°
5.0 % ALK.
OBJ. 0.5 L
RODINNÝ PIVOVAR
FAMILY BREWERY


5,0
% ALK.
BERNARD
Pivo
NEPASTEROVÁNO


NEPASTEROVÁNO
UNPASTEURIZED
BERNARD
BEZLEPKOVÝ
LEŽÁK
12°
4.9 % ALK.
OBJ. 0.5 L
RODINNÝ PIVOVAR
FAMILY BREWERY


4,9
% ALK.
BERNARD
Pivo
NEPASTEROVÁNO

CRAFT BEER
ANNO 1597
BERNARD
ALE
BOHEMIAN ALE
8.2 % ABV
VOL. 0.5L

CRAFT BEER
ANNO 1597
BERNARD
IPL
INDIA PALE LAGER
5.0 % ABV
VOL. 0.5L

CRAFT BEER
ANNO 1597
BERNARD
IPA
INDIA PALE ALE
5.6 % ABV
VOL. 0.5L

9567
ALE

9851
IPL

9668
IPA

9372
ALCOHOL FREE
BERNARD
S ČISTOU HLAVOU
OSVĚŽENÍ 100%
ŠVESTKA

9435
ALCOHOL FREE
BERNARD
S ČISTOU HLAVOU
OSVĚŽENÍ 100%
VIŠEŇ

9231
NON-ALCOHOLIC
BERNARD
S ČISTOU HLAVOU
CHUŤ 100%
FREE

9859
ALCOHOL FREE
BERNARD
S ČISTOU HLAVOU
OSVĚŽENÍ 100%
GREP Bitter


RODINNÝ PIVOVAR BERNARD a.s.
S. KVĚTNA 1
HUMPOLEC 396 01
ČESKÁ REPUBLIKA
TZ
120692001
BERNARD


RODINNÝ PIVOVAR BERNARD a.s.
S. KVĚTNA 1
HUMPOLEC 396 01
ČESKÁ REPUBLIKA
TZ
120692001
BERNARD


RODINNÝ PIVOVAR BERNARD a.s.
S. KVĚTNA 1
HUMPOLEC 396 01
ČESKÁ REPUBLIKA
TZ
120692001
BERNARD


RODINNÝ PIVOVAR BERNARD a.s.
S. KVĚTNA 1
HUMPOLEC 396 01
ČESKÁ REPUBLIKA
TZ
120692001
BERNARD

35 let
Rodinného pivovaru
Bernard

Zpracoval:
Radek Tulis, Zdeněk Mikulášek

Spolupráce:
Stanislav Bernard
Josef Vávra
Klára Šafusová
Jana Voborníková
Kateřina Paťhová
Monika Bolechová
Juliána Sedláková
Barbora Vaňhová
Nela Fukanová

Fotografie:
Markéta Navrátilová
Vlastimil Šimek
Michal Novotný
Martin Domanský
archiv

Jazyková poradkyně:
Aneta Slavíková
Žaneta Halamíčková

Design:
Štěpán Malovec

Úprava fotografií:
Radek Typovský
Michal Janata

Tisk:
Indigoprint s.r.o.

Vydavatel:
Rodinný pivovar Bernard a.s.

Náklad: 55 000 ks

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


BERNARD
BERNARD
BERNARD
BERNARD
1597
BERNARD
Vlastní cestou