

1991 — 2016  
SLAVÍME



Matěj Janinka Janek Karel Fibarova Šebek Mubinda Yana Sul Lepka Sucha Vilek Havel Marotkova Dava Plevelkova Meilova Jan Braxiovci Josef Vavra Vana Uruma Lukka Helca Vavrova Joa Viki Filip Bernd Fandi Kharal Kobotormikova Rucek Borovita Kamen Jada Jana Eras Kell J.B.D. Balof Veronica Mandankl Kasalova moir Alvin Zleudallen Taceal Hed Holundra Medoru Beliskova Brimová Kolmanová Mrosová Tánková Japarik Svec Marek Váman B. Copel Baul Kozel Zvora

# 25 LET JDEME VLASTNÍ CESTOU



Začátkem devadesátých let jsem měl vnitřní pocit, že po třiceti šesti letech života bych měl začít něco dělat úplně naplno. Ve smyslu poctivě, se vším všudy, buď – anebo... Život v nesvobodném socialismu člověku zajišťoval hmotné zabezpečení, byť na velmi nízké úrovni. Nebylo to tak, že bychom neměli co do pusy, na druhé straně to bylo za cenu obrovské nesvobody, za cenu masivního ničení životního prostředí, nemožnosti projevit svoji tvořivost, názor, volně cestovat...

Až přišla listopadová revoluce a s ní i svoboda, možnost podnikat. Na začátku jsem měl z dnešního pohledu iluzorní představu, že když v podnikání budeme úspěšní, získová, že nám to zároveň přinese pocit vnitřního štěstí. Měli jsme sen proslavit značku, vařit nejlepší pivo na trhu i sen vydělat peníze... A proč pivo? Potkali jsme se s Pepou Vávrou při úplně jiné aktivitě. On byl v té době podsládkem v Ostravaru a přišel s informací, že se bude dražit humpolecký pivovar a že se svým švagrem Rudou Šmejkaelem uvažují zúčastnit se dražby. Tak jsme se dali dohromady, udělali první propočty a s ředitelem opavské pobočky České spořitelny jsme se bavili o tom, jestli by bylo možné získat na koupi úvěr. Dostali jsme ústní příslib, že ano. A tak jsme se rozhodli na dražbu jet. V propočtu jsme měli spočítaný limit dražby na 45 milionů korun a ten se přesně naplnil. Limit byl spočítaný, ale naše startovní pozice byla hrozivá. Totálně pokažená pověst piva, špatné pivo ve sklepích a technologicky byl pivovar ruinou. Jeho zůstatková účetní hodnota byla pouhých 9,5 milionů korun. Vedením státního podniku, pod nějž patřil, bylo rozhodnuto o jeho likvidaci a již měsíc před privatizací nevařil pivo. Startovní podmínky byly nesmírně obtížné.

Vzít si úvěr 52 milionů, sedm milionů stály neprodejně zásoby, na desetiprocentní úrok a koupit za to ruinu s pouhými několika desítkami zákazníků, to bylo z dnešního pohledu bláznivé. Na druhé straně, co je bláznivé? Záleží, jak se na to člověk dívá, jakou má chuť a energii, jestli mu to dává smysl. Přes všechny obtíže jsme postupně naplňovali představy, se kterými jsme do toho šli.

Byly to malé i větší krůčky, kdy se nám dařilo věci spravovat a ty nejnmutnější vyměnit. Dařilo se nám, i co se týká kvality. První Zlaté poháry na pivním veletrhu Pivex v Brně a mnohá další ocenění, rostoucí prodej. A také růst významu značky. Založení Svazu malých nezávislých pivovarů a dlouhý boj za snížení spotřební daně u piva od těchto výrobců. Svaz, který jsem v roce 1993 založil, byl nakonec po dvou letech jednání úspěšný v prosazení diferencované spotřební daně. Právě to byla jedna z mnoha synergií, které pomohly vytvořit naši značku.

Věci se po krůčkách dařily. Ale pamatuju si na to, že se nám vždycky něco povedlo a měli jsme z toho chvilkovou radost, ale zároveň jsem měl pocit, že stojíme, obrazně řečeno, na úpatí Mount Everestu, obrovské hory, že jsme sice kousíček povylezli, ale mnohem větší kus je ještě před námi.

Důležitý moment přišel v roce 2000, kdy jsme se rozhodovali, jestli se spojíme se strategickým partnerem. Už jsme v té době měli leccos za sebou, ale pořád jsem měl pocit, že ta před námi stojící hora je obrovská. Partnera jsme hledali, abychom získali finanční prostředky a dostali se dál, mohli zrychlit vývoj. Zároveň jsem moc rád, že se nám povedlo najít partnera, jakým je belgický pivovar Duvel Moortgat, protože spojení s ním nám zachovalo svobodu. Je to partner, není to majoritní majitel, má u nás rovných padesát procent, což je hodně netypické uspořádání. Nám tohle spojení přineslo určité peníze, za které jsme dali polovinu našeho majetkového podílu, ale peníze nebyly jediným důvodem, proč jsme do toho šli. Hlavní bylo, že toto uspořádání nám zachovalo svobodu

v rozhodování a v řízení pivovaru. Jak budeme vařit pivo nebo řídit firmu, to pořád byla a je naše věc, do toho nám Belgičané nemluví. Takhle už úspěšně spolupracujeme patnáct let. Vlastně si ani nedovedu představit, že jakýkoliv jiný partner by v našem případě mohl fungovat. Ani já, ani Pepa Vávra bychom nebyli schopni a ochotni pracovat pod nějakým majitelem. To už by nebylo svobodné podnikání, kvůli kterému jsme do toho šli.

Za ta léta bylo klíčových rozhodnutí, klíčových věcí strašná spousta. Když člověk prochází jednotlivé roky, vidí, že kdybychom se v daném okamžiku nerozhodli třeba sehnat použitou varnu, lahovnu a další mašiny, tak by leccos bylo jinak. Celá ta filozofie, že nemusíme všechno budovat z nových zařízení, na která jsme stejně neměli, byla úspěšná. Protože nás to obrovsky bavilo a měli jsme sen i vnitřní energii být mezi prvními, hnalo nás to do toho, vymýšlet věci včas. Ve spoustě z nich, hlavně v první polovině devadesátých let, jsme byli před pivovarskými giganty. Ty byly jako velké zaoceánské lodě, které jely svou obrovskou energií, my jsme byli malá loďka, se kterou se dá líp a rychleji manévrovat. Toto ostatně platí dodnes. Hodně jsme vymýšleli, přicházeli jsme na trh s novinkami od nepasterizovaného piva přes lahve s patentním uzávěrem, dřevěné bedýnky až po nealkoholickou Švestku nebo Víšeň. Neměli jsme pasteraci, neměli jsme na ni peníze ani místo, tak jsme hledali cestu, jak vařit nepasterizované pivo s dostatečnou trvanlivostí. Ten způsob se našel – studená sterilace s mikrofiltrací, kterou jsme s výrobcem víc než rok ladili. Dnes jsme schopni bez pasterace vozit pivo například do Jižní Ameriky.

Těch věcí bylo skutečně za tu dobu hodně. Ještě bych se vrátil k jedné. Vůbec ten fakt, že se nám povedlo získat úvěr, že ředitel opavské spořitelny dodržel slovo a obrovsky nám pomohl. Mohl to klidně zapřít, neriskovat. Zároveň tam byla skutečnost, že jsem pivovar koupil jako fyzická osoba, veřejnou obchodní společnost jsme z toho udělali až po více než roce, takže jsem za úvěr ručil rodinným domem v Hájí ve Slezsku, kde žila moje máma a žena s dětmi. Že nám banka v té době úvěr poskytla, byl malý zázrak. Ručili jsme samozřejmě i pivovarem, ale ten měl opravdu nízkou hodnotu. Ale já jsem si vůbec nepřipouštěl, že bychom mohli zkrachovat a máma by neměla kde bydlet. Že bychom přišli o dům, kde jsem vyrostl.

Kdybychom se na to podívali selskou aritmetikou, tak pro krach byl milion a jeden důvod. Já jsem ale dneska přesvědčený, že rozhoduje vnitřní energie, srdce, které do toho člověk vloží. To platí nejenom v podnikání, ale i v životě. Pokud člověk něco dělá s chutí a srdcem, většinou uspěje. Říká se, že když po něčem opravdu z hloubi duše toužíš, celý vesmír se spojí, aby ti pomohl.

Dneska po těch pětadvaceti letech ten původně zkrachovalý malý pivovar je co do velikosti pivovarem středním. Zásadní věc je, že my jsme za celých těch dvacet pět roků nic nezměnili na přístupu k vaření piva a nic v něm měnit nebudeme, pokud budeme do toho mluvit. A ten přístup je – vařit nejlepší možné pivo, vařit ho tradičním způsobem za použití nejkvalitnějších surovin. Proto jsme taky v roce 2000 koupili humnovou sladovnu v Rajhradě u Brna. Díky ní a díky jejím zaměstnancům máme poctivý slad. To je veledůležitý moment. Objem uvařeného a prodaného piva – letos to bude

přes tři sta tisíc hektolitřů, je pořád v porovnání s obrovskými giganty velmi malý. A vždycky budeme trvat na té nejvyšší možné kvalitě. To je klíčová věc. Ano, naše značka je dneska mnohem větší, známější než objem vyrobeného piva. Exportujeme do pětatřiceti zemí, jsme v celé České i ve Slovenské republice, ale nejsme masovým produktem. Jsme kvalitním kořením trhu a o tom, jak budeme kdy velcí, budou rozhodovat jen a jen naši zákazníci.

A jsme vděční, že mezi Humpolcem, jeho obyvateli a pivovarem jsou hezké vztahy, což zpočátku nebylo. V Humpolci jsme doma a je nám zde dobře.

Naším lidem se podařilo najít firemní hodnoty, o kterých je v tomto magazínu na mnoha místech řeč. To bylo nejzásadnější rozhodnutí, které jsme kdy udělali. Dali jsme jim plnou důvěru a možnost, aby si firemní hodnoty vybrali sami, a díky tomu jimi žijí. Těch pět slov – otevřenost, důvěra, spolupráce, odpovědnost a pozitivita a k tomu orientace na zákazníka, na zaměstnance a růst hodnoty firmy, je doslova klíčových. Přinesly přátelskou atmosféru, minimalizovaly spory a možné zákulisní hry. To je to nejcennější, co se nám v pivovaru podařilo vytvořit. Těch dvě stě lidí v pivovaru a dvacet pět ve sladovně má možnost podílet se na vývoji firmy, být součástí přátelského a krásného projektu. Vnímám to jako něco, co vyzařuje i navenek, co ovlivňuje dodavatele, co ovlivňuje okolí. To je obrovsky cenné. A když se mě novináři ptají, proč jsme tak úspěšní, odpovídám – protože to děláme srdcem.

Stanislav Bernard



# 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

Téměř od začátku pracuje v pivovaru dodnes sedm lidí: Pavel Bouda, Václav Brož, Roman Jonáš, Jana Nebřenská, Ladislav Vávra, Petr Vávra, Helena Žatečková

Po privatizaci se nejdříve několik týdnů pouze uklízelo

První pivo Bernard bylo už na Vánoce

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

STANISLAV BERNARD

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

JOSEF VÁVRA





# 1992



## 106 951

Výstav (hl)



## 40

Počet zaměstnanců



## 1

Ocenění

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

STANISLAV BERNARD

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

JOSEF VÁVRA

[Pivovar vaří nepasterizované pivo, desítku a dvanáctku](#)

[Rekonstrukce stáčírny lahví](#)

[Rozšířená kapacita kvasného a ležáckého sklepa](#)

[Zahájena spolupráce s PIVO Praha](#)

[Instalace reklamních bannerů na dálniční most zvedlo prodej na dvojnásobek](#)



Přístavba lahvovny



# 1993



## 132 043

Výstav (hl)



## 71

Počet zaměstnanců

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

JOSEF VÁVRA

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

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

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

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

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

STANISLAV BERNARD



Založení Svazu malých nezávislých pivovarů v Humpolci

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

Příprava stáčení z hliníkových sudů na nerezové KEG

1994

 140 847

Výstav (hl)

 73

Počet zaměstnanců

 5

Ocenění

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

JOSEF VÁVRA

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

STANISLAV BERNARD

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

JOSEF VÁVRA

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

STANISLAV BERNARD

Zisk Zlatého poháru PIVEX od odborné i laické poroty

Zavedení mikrobiologické filtrace piva jako první v ČR

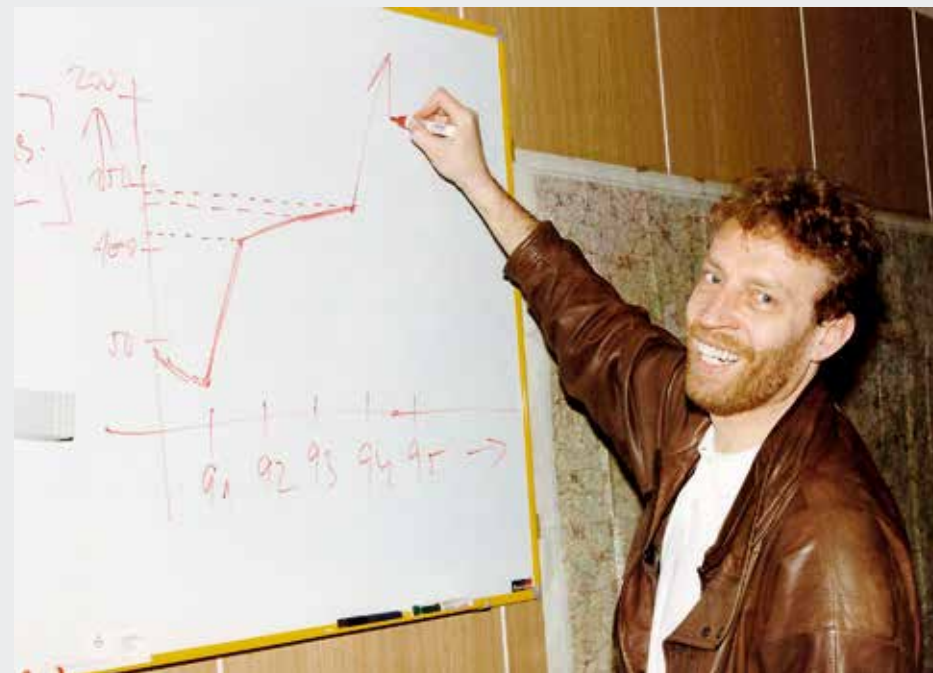
Na trh uveden Sváteční ležák s přísadou jemných kvasnic

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

Byla založena tradice pivních slavností, později hudebního festivalu, dnes BERNARD FESTU



Rudolf Šmejkal



Stanislav Bernard



Josef Vávra



Televizní reklama Nebezpečná známost





# 1995



## 110 927

Výstav (hl)



## 72

Počet zaměstnanců



## 2

Ocenění

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 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 kádě. Za provozu se vyndávala scezovačka a jako lego následovaly další nádoby. A rázem jsme z osklivého káčátka udělali jednu z nejhezčích varen v republice. Navíc jsme totálně zrekonstruovali strojovnu chlazení, která pracuje dodnes. Také jsme vyměnili plničku sudů Rotokeg o maximálním výkonu čtyřiceti sudů za hodinu za liniový stroj Maleg o výkonu šedesáti sudů za hodinu.

JOSEF VÁVRA

Jednu věc ještě chci 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 dvaceti pěti let, 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



108 756

Výstav (hl)



74

Počet zaměstnanců



1

Ocenění

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

STANISLAV BERNARD



Vodojem nad Humpolcem



Dokončena přestavba varny

Rekonstrukce rozvodu chlazení

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

Přechod z Euro lahví na NRW

1997

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

JOSEF VÁVRA



První značková prodejna v Humpolci

 101 388

Výstav (hl)

 69

Počet zaměstnanců

 7

Ocenění



MUSICA MOSTER AMOR FOUNDATION  
PRAGUE - CZECH REPUBLIC

V Praze 23. 6. 1997

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

To mi upřimě myslí!

Ladislav Kroužek &

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



KALIŠTĚ

1998

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

JOSEF VÁVRA



109 774

Výstav (hl)



72

Počet zaměstnanců



7

Ocenění



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

1999

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)



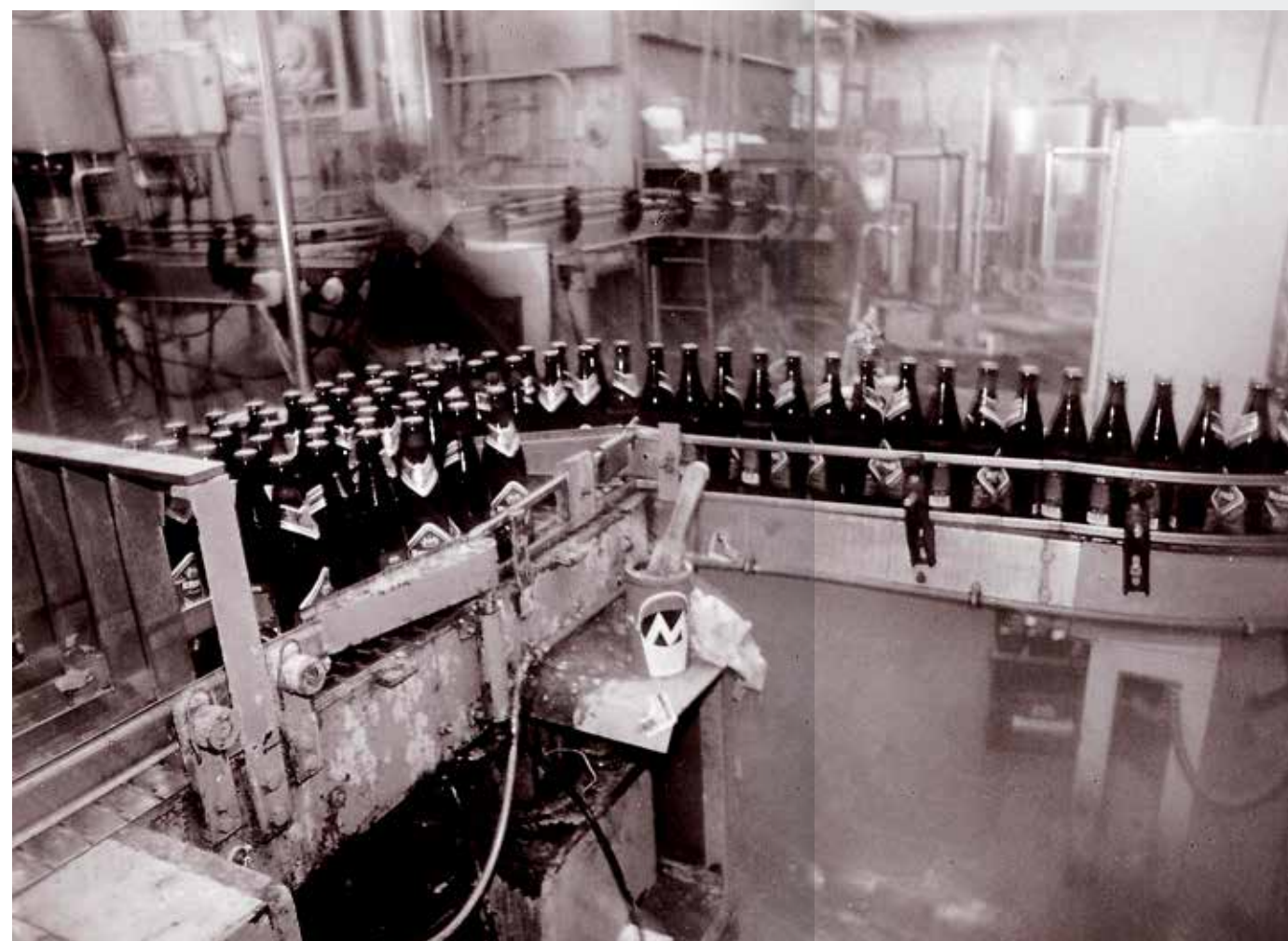
72

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



## 1 945

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



## 25

Počet zaměstnanců sladovny

Zakoupení humnové sladovny  
v Rajhradě u Brna

27. 12. 2000 vznik akciové společnosti

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

Vyrovňovací jímka na odpadní vody

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

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

STANISLAV BERNARD

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

JOSEF VÁVRA

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

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

STANISLAV BERNARD

Budova sladovny Bernard  
v Rajhradě u Brna



Mláď, soutěž o nejvšestrannějšího žáka  
a studenta města Humpolce



2001



94 781

Výstav (hl)



76

Počet zaměstnanců



6

Ocenění



6 298

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



25

Počet zaměstnanců sladovny

Strategickému partnerovi, kterým se stal belgický pivovar Duvel Moortgat, jsme prodali přesně 50 % pivovaru, takže nikdo nemá majoritu, což rozhodně není běžné. Jsme spolu už patnáct 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**

Vznik motta „Vlastní cestou“

Vstup strategického partnera Duvel Moortgat

Zavedena úprava odplynění vody

Cenová válka na českém pivním trhu

Statické zabezpečení budov sladovny – hvozďů a sil 7 a 8



Tým Bernard na turnaji BERNARD CUP ve Speřicích



# 2002



## 108 799

Výstav (hl)



## 85

Počet zaměstnanců



## 11

Ocenění



## 6 860

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



## 25

Počet zaměstnanců sladovny

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

STANISLAV BERNARD



Slavnostní odhalení pomníku Hliníka v Humpolci



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

JOSEF VÁVRA

Zprovoznění vlastní výroby kvasnic

Nová retro lahev s patentním uzávěrem a dřevěné bedýnky

Instalace inspektoru na stáčecí lince

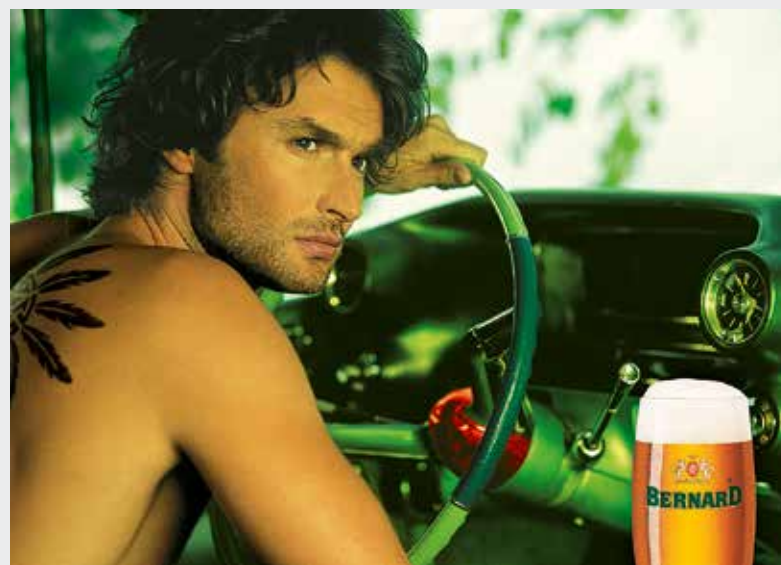
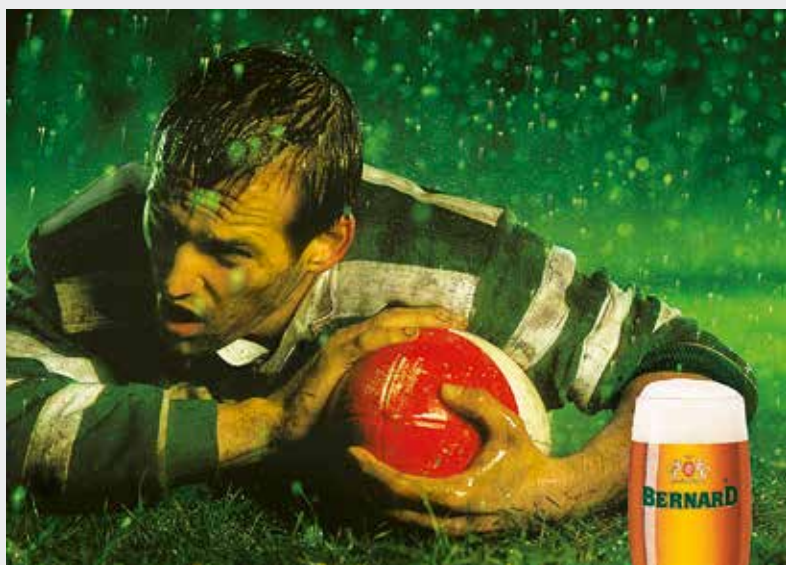
Zahájení stavby budovy KEG linky, jídelny a sociálního zázemí





Billboardová kampaň k lahvi s patentním uzávěrem

Televizní reklama Bernard Vlastní cestou



# 2003



## 123 031

Výstav (hl)



## 86

Počet zaměstnanců



## 719

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



## 11

Ocenění



## 6 671

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



## 25

Počet zaměstnanců sladovny

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

JOSEF VÁVRA

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

STANISLAV BERNARD



Návštěva zaměstnanců v pivovaru Duvel v Belgii



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

Instalace nového kotle BK 6,5

Zahájena stavba budovy pro hlavní kvašení

Návštěva zaměstnanců v pivovaru Duvel Moortgat v Belgii

Zisk národní značky kvality KLASA

Televizní reklama Bernard – Vlastní cestou

# 2004



127 827

Výstav (hl)



89

Počet zaměstnanců



8 (6 935)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



715

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



11

Ocenění



6 779

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



25

Počet zaměstnanců sladovny

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

[Instalace počítačového softwaru KARAT](#)

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

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

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

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

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

STANISLAV BERNARD



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



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



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





SARS



Policejní odposlechy



Dětsí vojáci



Česká realita

# 2005



**138 285**

Výstav (hl)



**94**

Počet zaměstnanců



**13 (14 060)**

Počet exportních zemí / výstav (hl)



**8**

Ocenění



**6 800**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



**24**

Počet zaměstnanců sladovny

V říjnu vyšlo první číslo našeho magazínu *Vlastní cestou*. Tehdy mi přišlo moc fajn mít svůj magazín, který by šel vlastní cestou, měl netradiční formát a netradiční obsah. Ten spočívá v tom, že nebudeme psát o negativních věcech, ale naopak o pozitivních, o lidech, kteří jdou vlastní cestou, kteří si dokázali poradit, vymysleli něco nového. Nechtěli jsme mít magazín, který by byl jen o pivovaru Bernard, ale abychom měli krásný magazín, kde o sobě můžeme něco napsat, ale zároveň neotravovat lidi tím, že časopis bude jenom o nás. Proto máme v každém čísle dva rozhovory, zahraniční reportáž, fotoreportáž, výtvarnou lahůdku, povídku a fejeton. Naposled přibyl komiks od špičkových českých autorů. Magazín tiskneme na kvalitním papíru a dbáme na působivou, neatřelou grafiku. Že je magazín opravdu dobrý, o tom svědčí řada cen v různých soutěžích, které každoročně získává. Dnes vychází v nákladu 30 tisíc výtisků.

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 přeřadové kaskády na vodních vanách jsou nainstalovány obráceně a špinavá voda neustále přetéká do té čisté a lahve se stále dokola oplachují špinavou vodou. Tak to firma musela opravit a myčka začala fungovat, jak měla.

JOSEF VÁVRA



Říjen 2005 – vychází první číslo magazínu *Vlastní cestou*

Dokončení vrtu č. 2 pro měkkou vodu a rekonstrukce vodojemu

Instalace myčky, která umyje i lahve s patentním uzávěrem

Zavedení dusíku a směšného plynu

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



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

# 2006



## 138 657

Výstav (hl)



## 98

Počet zaměstnanců



## 16 (16 392)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



## 1 222

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



## 8

Ocenění



## 6 248

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



## 24

Počet zaměstnanců sladovny

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

STANISLAV BERNARD

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

JOSEF VÁVRA



Originální sklenice Bernard

Uvedení světlého nealkoholického piva Bernard s čistou hlavou

Výbudování vířivé kádě a jednostupňového chladiče mladiny

Reklamní kampaň Pivo jako šperk

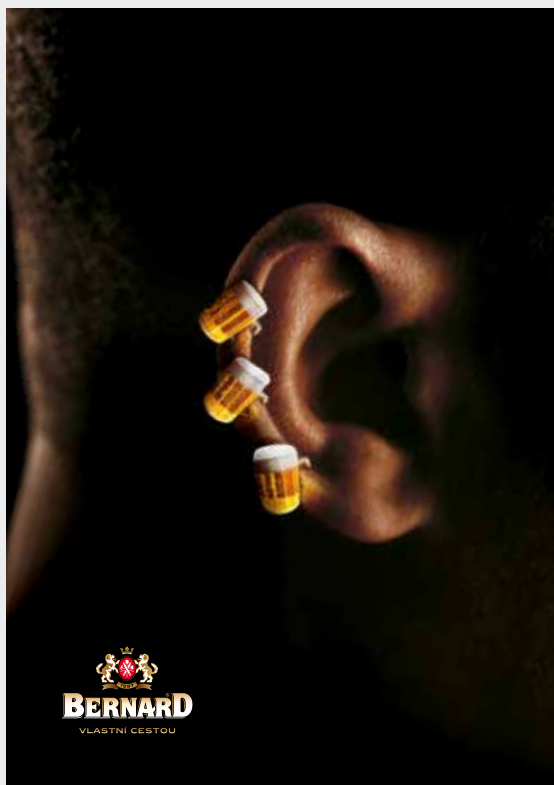
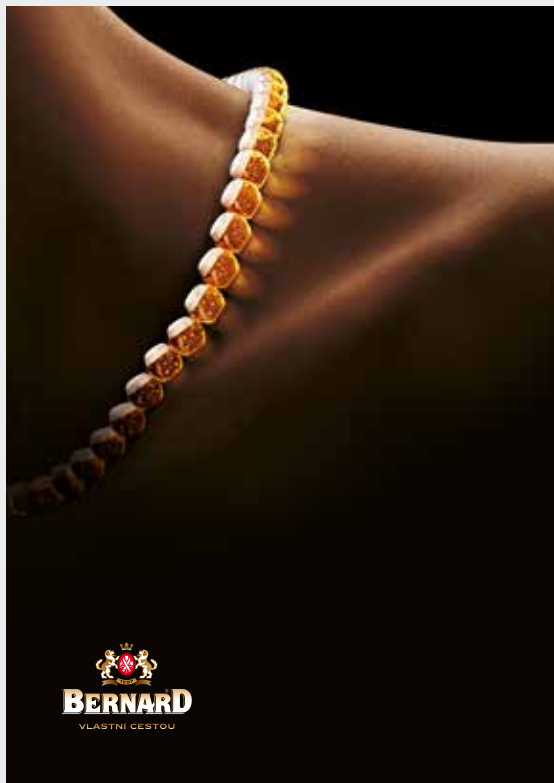
Zahájení výstavby budovy pro instalaci ležáckých tanků



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







Motivy kampaně *Pivo jako šperk* používáme dodnes



# 2007



**156 520**

Výstav (hl)



**112**

Počet zaměstnanců



**17** (18 133)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



**1 343**

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



**20**

Ocenění



**5 973**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



**24**

Počet zaměstnanců sladovny

V Humpolci postupně rostla značková prodejna Bernard, sjížděli se do ní lidé nejen z blízkého okolí, ale i z dálnice, tak nás napadlo, že by bylo dobré vybudovat síť značkových prodejen, a to například tam, kde býval pivovar a zanikl. Jako první jsme otevřeli prodejnu v Prostějově. Dneska jich máme devět a budujeme desátou. 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 jednáčka. Je to naše pivo, které prodáváme pod těmito etiketami a znakem města, abychom pivo přiblížili lidem, kteří v něm žijí. Tyhle jednáčky prodáváme jen ve značkových prodejnách.

STANISLAV BERNARD

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

JOSEF VÁVRA



Uvařena první várka nealkoholického piva Bernard free jantar

Navýšení kapacity ležáckého sklepa o 10 × 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. Zprovoznila jsme nový vykladač a vkladač lahví, otvírač patentních lahví a paletizátor plných beden s výkonem až 14 tisíc lahví za hodinu. Instalovali jsme pátou nádrž na varně – sběrač sladiny, což umožnilo uvařit denně o jednu várku piva navíc. Razantně jsme zvýšili kapacitu ležáckého sklepa, což vedlo k dalšímu zlepšení kvality piva.

JOSEF VÁVRA

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

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

STANISLAV BERNARD

Otevření nové značkové prodejny v Humpolci a v Opavě

2. etapa dostavby kapacity ležáckého sklepa 16 x 400 hl

Instalace sběrače sladiny a zavedení paletizace lahvovny, vkladač a vykladač

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

Instalace stroje pro otevírání patentních lahví

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

Zaměstnanci sami vytvořili naše firemní poslání a hodnoty

Výměna hvozdových ventilátorů ve sladovně



Značková prodejna Bernard v Humpolci



NAŠE POSLÁNÍ  
VLASTNÍ CESTOU K POCTIVÉMU  
ČESKÉMU PIVU.

NAŠE HODNOTY  
OTEVŘENOST  
DŮVĚRA  
SPOLUPRÁCE  
ODPOVĚDNOST  
POZITIVITA

ORIENTACE NA ZÁKAZNÍKA  
ORIENTACE NA ZAMĚSTNANCE  
RŮST HODNOTY FIRMY



NA STRÁŽI PROTI  
EUROPIVU

BERNARD  
vlastní cestou



Na stráží proti europivu

BERNARD

# 2009



## 204 377

Výstav (hl)



## 132

Počet zaměstnanců



## 24 (28 891)

Počet exportních zemí / výstav (hl)



## 1 487

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



## 20

Ocenění



## 5 040

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



## 24

Počet zaměstnanců sladovny

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

STANISLAV BERNARD

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

JOSEF VÁVRA

Otevřena značková prodejna v Břeclavi a Třebíči

Brýdový kondenzátor a automatizace varny

Výměna centrálního kompresoru

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

Nová filtrace pro ovocné nápoje Švestku a Višeň

Nové nealkoholické pivo Bernard Free Švestka

Bernard s čistou hlavou dosáhl 11% výstavu

Montáž nového nastíracího zařízení na hvozdu a oprava jídelny ve sladovně



Potřebné bylo i předláždění pivovarského dvora



Důležitou součástí lahvozny se stal i nově zbudovaný přístřešek



# 2010

 **204 474**

Výstav (hl)

 **136**

Počet zaměstnanců

 **32 (30 804)**

Počet exportních zemí / výstav (hl)

 **1 555**

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

 **27**

Ocenění

 **6 586**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)

 **24**

Počet zaměstnanců sladovny

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

JOSEF VÁVRA

Bylo tu několik hezkých momentů. Například, že jsme obdrželi ocenění od Prvního dámského pivního klubu jako nejlepší značka piva. Jmenovalo se to Dámská pivní volba. V roce 2010 jsme vyzvali na pivní soubor 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 soubor, který by posuzovali nezávislí odborníci. Ale Plzeňský Prazdroj soubor odmítl, což o leccems vypovídá.

STANISLAV BERNARD

### Standardizace výroby

Na trh uveden Bernard s čistou hlavou Višeň

Pivovar vaří sedm druhů alkoholického piva a čtyři druhy nealkoholického piva

Otevřena značková prodejna ve Valašském Meziříčí

Oprava fasády na administrativní budově

Celková rekonstrukce vodního hospodářství

Posílení chlazení pivovaru

Příprava realizace přetlačných tanků

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

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



## Spokojený pracovník firmě prospěje více než ten netečný

Humpolecký pivovar Bernard získal třetí místo v soutěži Progresivní zaměstnavatel roku

MICHAL VÍTO

Humpolec - Po výsadek používání lidí zaměstnavatel roku prahne každý správný personál. V humpoleckém Rodinném pivovaru Bernard se k této metě významně přiblížil.

O třetím místě v soutěži Progresivní zaměstnavatel jsme bojovali a takticky personál k tomu Helenu Bernardovou. Můžete přiblížit, co tato ocenění znamenají?

Vlastně se jedná o obecnou soutěž Zaměstnavatel roku, kde se vyhláší pro podniky s více než 250 zaměstnanci. My patříme mezi malé a střední firmy, které právě patří mezi ta křevané progresivní zaměstnavatele. Čeho se snažíme?

Dostali jsme k vyplnění pestré množství dotazníků zaměřených především na lidské zdroje a jejich spokojenost. Hodnotila se ale i úroveň



OPIVA. Další zaměstnavatel je spokojený zaměstnavatel. Třetího personálního humpoleckého rodinného pivovaru Helenu Bernardovou (vpravo) doprovodil expeditorem Romanem Anuškem. Foto: Český úřad zeměměřičský a katastrální



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



[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



Další rozšíření ležáckého sklepa



Otevřela se první restaurace Bernard Pub v Jeseniově ulici v Praze

Nová CIP stanice pro stáčírnu lahví a sudů

Nový transformátor

Redesign etiket

Export vzrostl o 27 %

Do Švestky a Višně se přidává stévie

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

V Rajhradě zahájena stavba nových sil

Billboardová kampaň Svět se zbláznil,... Doba plastová

Nulová fluktuace zaměstnanců pivovaru

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



# 2013

 **231 627**

Výstav (hl)

 **150**

Počet zaměstnanců

 **32 (36 487)**

Počet exportních zemí / výstav (hl)

 **2 037**

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard

 **27**

Ocenění

 **4 595**

Výroba sladu v kalendářním roce (t)

 **23**

Počet zaměstnanců sladovny

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

STANISLAV BERNARD

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

JOSEF VÁVRA

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

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

[Nové pivo Bernardova černá lavina](#)

[Poprvé udělena Bernardova cena Fair Play](#)



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



## 38

Ocenění



## 6 425

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



## 23

Počet zaměstnanců sladovny

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

STANISLAV BERNARD

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

JOSEF VÁVRA



20. 8. uveden na trh Bernard Bohemian Ale

Otevřena značková prodejna v Táboře

Otevřeny další Bernard Puby: U Bílého Lva a Anděl, obě v Praze

Rozšíření KEG linky – 4 plnicí stroje

Na trh uvedena Kvasnicová jedenáctka

Manažerem roku 2014 a sládkem roku se stal Josef Vávra

Vydána kniha Tvrdohlavý muž

Nové červené bedýnky pro 11 lahví s patentním uzávěrem Bohemian Ale

Billboardová kampaň na Bohemian Ale

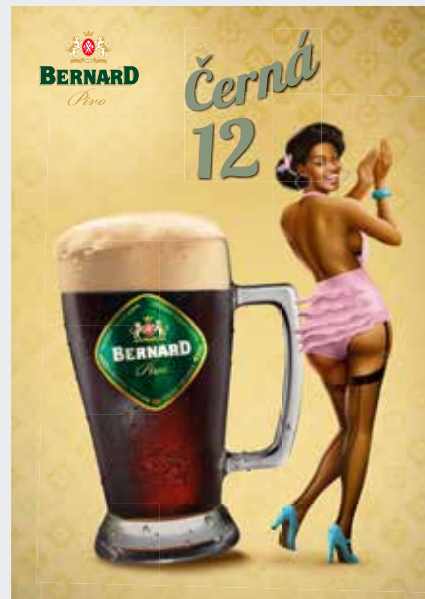
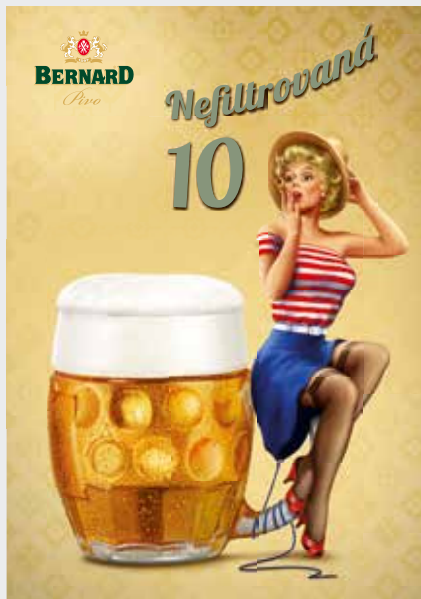
Sektové lahve a nové třetinkové lahve

Nárůst maloodběratelů sladu

Zavedení konceptu rotující pípy (PinUp)







Díky rotující pipě můžete ochutnat všechny naše speciály



# 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 – predikce



## 44

Ocenění



## 6 166

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



## 23

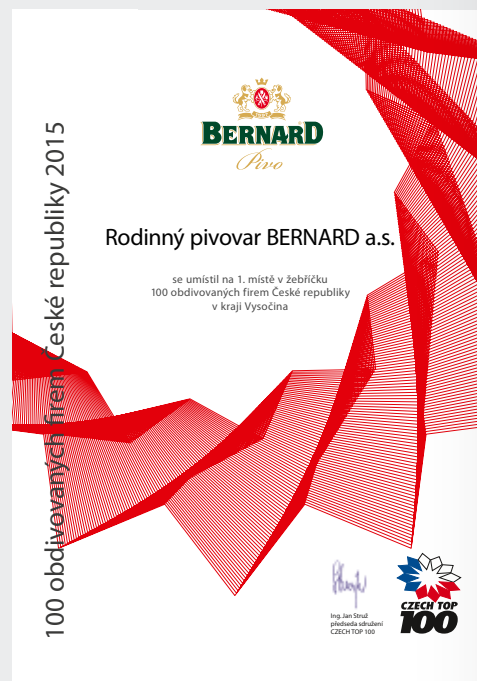
Počet zaměstnanců sladovny

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



Dopravce piva Bernard v novém



# 2016



## 315 382

Výstav (hl)



## 189

Počet zaměstnanců



## 36 (69 439)

Počet export. zemí / výstav (hl)



## 9

Počet značkových prodejen



## 2 655

Počet restaurací, kde se čepuje Bernard



## 6

Počet Bernard Pubů



## 6 839

Výroba sladu v kalendářním roce (t)



## 23

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 hektolitřů. 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 hektolitřů 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, čtvrtstoletí víc než zajímavé, kdy prvních deset let bylo bojem o přežití, doslova o život, a 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 se zákazníky i v samotné firmě. 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 do dvou let vybudovat krásné návštěvnické centrum, protože jsme přesvědčeni, že pivovar našeho jména si právě takové centrum zaslouží.

STANISLAV BERNARD



Rozšíření ležáckých tanků

Realizace nadstavby varny a nové šrotové hospodářství

Nadstavba administrativní budovy

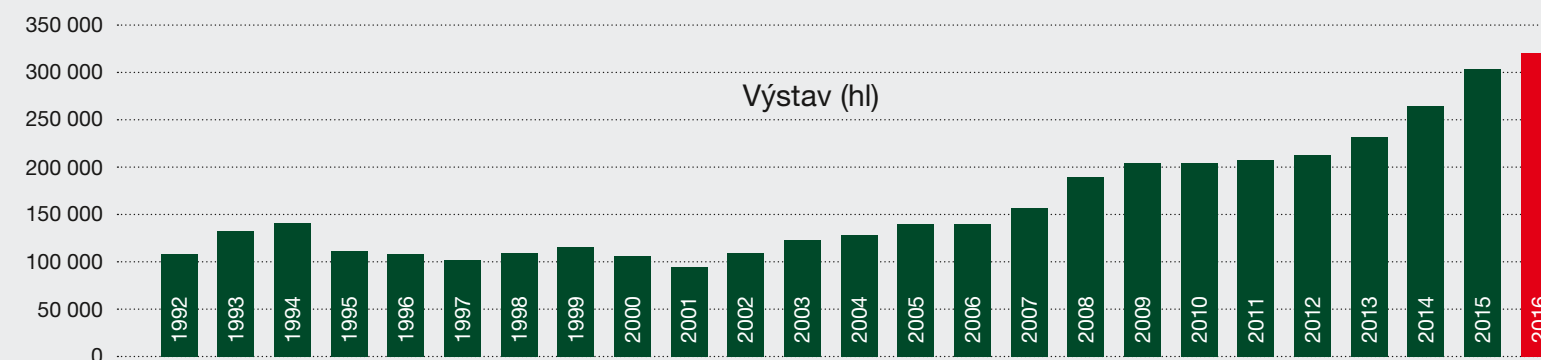
Robotizace KEG linky

Výměna osvětlení (LED), dokončení rekonstrukce rozvaděčů

Zahájen provoz značkové prodejny v Říčanech

Otevřen Bernard Pub ve Stodůlkách, Praha

Bernardova cena Fair Play udělena již 17 sportovcům





**Exportní země  
v roce 2016:**

- Slovensko
- Maďarsko
- Bulharsko
- Rusko
- Švédsko
- Polsko
- Velká Británie
- Gruzie
- Norsko
- Rumunsko
- Chorvatsko
- Vietnam
- Itálie
- Japonsko
- Brazílie
- Mexiko
- Srbsko
- Ukrajina
- Litva
- Izrael
- Estonsko
- Dánsko
- Bělorusko
- Španělsko
- Francie
- Švýcarsko
- Dominikánská rep.
- Rakousko
- Řecko
- Německo
- Lotyšsko
- Korejská republika
- Austrálie
- Černá Hora
- Belgie
- Slovensko



V pivovaru pracuji od roku 1991. Začátky byly hodně těžké, protože veškerá zařízení byla zastaralá a často poruchová. Na druhé straně zase výstav nebyl tak velký jako dnes. Teď už se dostáváme ke stropu naší výroby, je to docela hektické. Dříve jsme na lahvovně dělali třeba dvacet tisíc lahví za směnu. To bylo docela slušné, ale dneska jich za směnu uděláte i osmdesát tisíc. Ten rozdíl je veliký. Často to bývalo hodně dramatické. Myčka se někdy zastavila, musely se vypustit všechny nádoby, opravit závadu a napustit do van nové roztoky. Linka stávala i dost dlouho, takže se to pak muselo dohonit. Tehdy jsme se setkávali s problémy, které jsou z dnešního pohledu až nepochopitelné. Dnes všechno funguje jinak. Také máme v pivovaru nastavený systém firemních hodnot, který hodně pomáhá dobrým vztahům mezi lidmi, což se vždy osvědčí, když vzniknou nějaké problémy. Lidí si vycházejí vstříc. Pomáhají tomu různá setkání zaměstnanců a stmelovací akce, prostě tu panuje dobrá atmosféra. Je příjemné, když jsou v práci dobré vztahy. Já jsem v pivovaru opravdu spokojený.


Petr Vávra, vedoucí údržby a hlavní mechanik

V pivovaru jsem začínal jako řidič, ale brzy jsem přešel na expedici piva. Ta práce se hodně změnila, je to nesrovnatelné. Nejenom, že se změnil obal, lahve, sudy, ale prostě všechno, včetně systému evidence. Práce je fyzicky sice jednodušší, dříve se spousta věcí totiž dělala hlavně ručně, změnilo se ale to, že zpočátku se rozváželo především kolem komína, dneska se expeduje pivo do celých Čech, na Slovensko a do mnoha dalších zemí celého světa. Úspěch pivovaru si vysvětluju především dobrým pivem, které vaříme. Dále dobrým marketingem a poctivou prací všech nás zaměstnanců. A také dobrými vztahy mezi lidmi. Snad i proto jsem nikdy neuvažoval, že bych z pivovaru odešel. Nelituju toho, že když se v pivovaru autodoprava převedla na externí firmu, rozhodl jsem se zůstat. Na jeden moment si občas vzpomenu. V roce 1991 jsem byl na dražbě pivovaru a poprvé jsem tam uviděl jeho dnešní spolumajitele. Upoutalo mě, že tam byly dvě nebo tři skupiny držitelů, které se v licitaci přebíjely. Když to bylo kolem čtyřiceti pěti milionů, všichni odpadli a teprve v té chvíli do toho vstoupil Stanislav Bernard a zvedl ceduli, a tím pivovar vydražil. To bylo velmi odvážné. A odvážných rozhodnutí bylo během dalších let ještě hodně.

Roman Jonáš, expedient

V rodinném pivovaru jsem od začátku. Za těch pětadvacet let se moje práce hodně změnila. Před tím jsem pracovala pod Jihočeskými pivovary a byla jsem jedna laborantka pro humpolecký a pelhřimovský pivovar. V té době se dělalo jen pár vzorků, všechno ručně, víc se ani stihnout nedalo. Dneska využíváme moderní technologie, které udělají kompletní výsledky v krátké době. Vzorek je za několik minut hotový. Dřív jeden vzorek piva trval až několik hodin. Původně jsem v pivovaru byla jediná laborantka, dnes je nás zde sedm. Každá má na starosti určitý úsek výroby. Vyhovuje mi, že se střídá práce za stolem s prací v provozu. Musím říct, že mě moje práce velmi baví a že bych neměnila. Pivovaru se dnes daří, což si uvědomuji, že je to především zásluhou obou spolumajitelů. Myslím, že máme před sebou dobrou budoucnost už proto, že vaříme skvělé pivo, a tím výstav neustále roste. Hodně piva jde i na export, což pro nás v laboratoři znamená další nárůst odběru vzorků piva, tedy i další práce.

Jana Nebřenská, laborantka



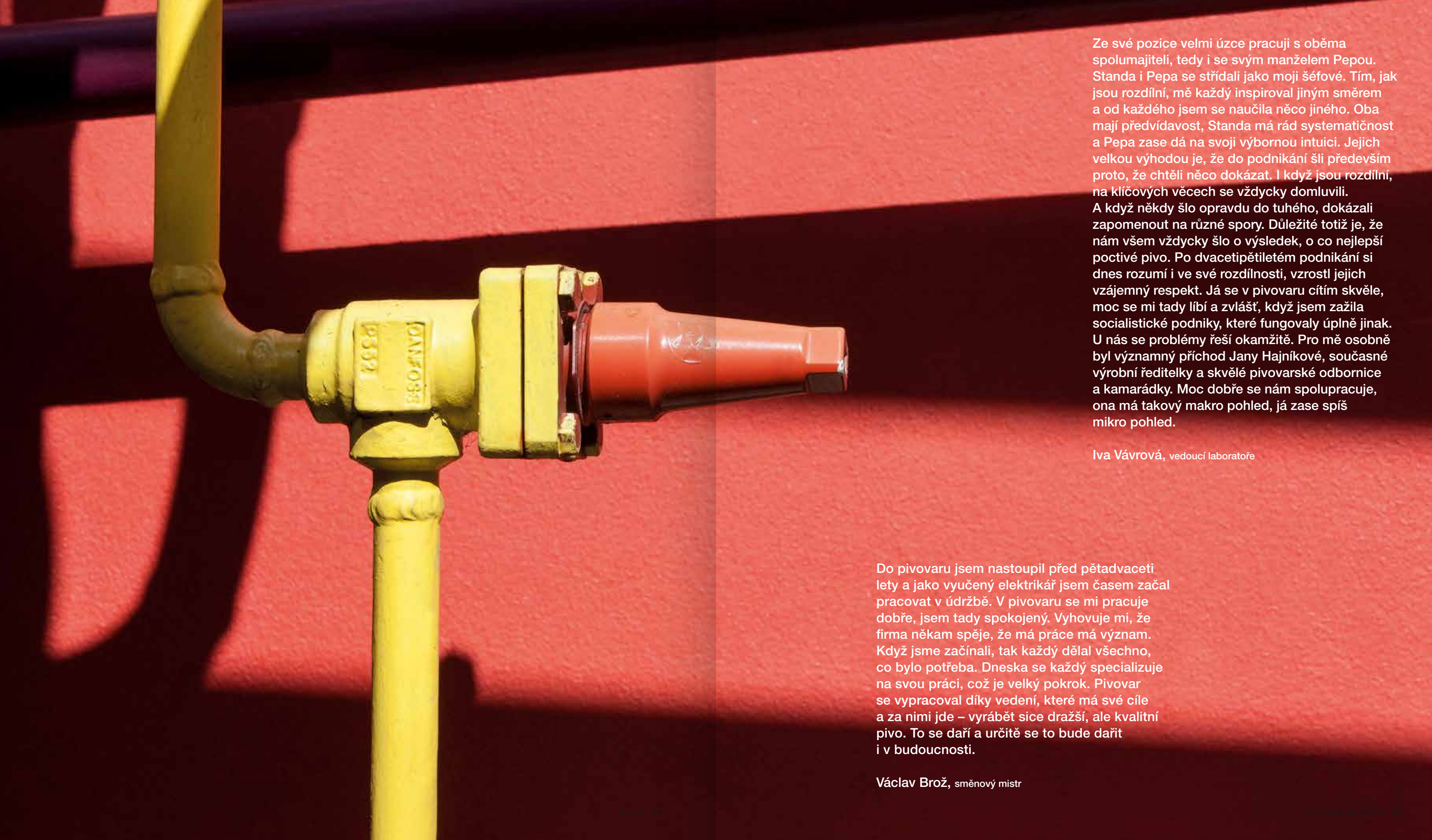
V Bernardu jsem od dubna 1992 a celou dobu pracuji na účtárně. Když srovnám ty začátky s dneškem, přijde mi, že ta dnešní doba je mnohem uchvátanější a rychlejší. Tenkrát to ovšem bylo mnohem více spontánní, všichni jsme tu porevoluční dobu prožívali s nadšením. Vrhli jsme se do práce a makali, chtěli jsme, aby všechno fungovalo. S Marií Popkovou jsme měly na starosti především účetnictví, ale třeba i obchodní smlouvy. Atmosféra v práci byla úžasná, zvlášť když jsem měla možnost srovnání se svým předešlým zaměstnáním. Všichni v pivovaru kolem nás se snažili odvést co nejlepší práci, bavilo nás to, bylo to sice náročné, ale skvělé. Mezilidské vztahy tu byly vždy velice dobré, připadám si tu i dnes jako doma. Výsledkem naší práce je to, že se pivovaru daří, a mě těší, že jsem mohla být součástí jeho budování, i když pouze jako malá součást na ekonomickém oddělení. Za sebe mohu říci, že zde mám pocit jistoty a stability. Možná se někomu bude zdát, že to všechno moc chválím, ale já to prostě tak cítím.

Marie Holoubková, finanční účetní

Všechno začalo tím, že táta koupil pivovar. Tehdy jsme bydleli v Háji ve Slezsku, bylo mi třináct a byl jsem našťvaný. Táta jezdil do Humpolce, domů se vracel jen na víkendy, pak se k němu přidala i máma, já jsem asi dva nebo tři roky zůstal ještě doma s babičkou a rodina byla najednou roztrhaná. Pak jsem se přestěhoval do Humpolce a začal jiný život, než na jaký jsem byl zvyklý. Studoval jsem ekonomicky zaměřenou střední školu a současně jsem pracoval pro pivovar. Tenkrát jsem dělal s kamarádem Jožkou Dovalou logistiku rozvozu piva. Díky jeho jednoduchému nápadu se optimalizací ušetřilo 30 % nákladů na rozvoz. V pivovaru jsem chtěl

pracovat i později, a tak jsem šel na vysokou školu ekonomickou. Rozvrh jsem měl na dva tři dny v týdnu, zbytek jsem věnoval firmě. Cenné na tom bylo to, že jsem měl možnost propojit si školu s praxí a taky jsem měl možnost pracovat opakovaně v zahraničí a poznat jiné pracovní kultury, jiné prostředí. V roce 2005 jsem začal v pivovaru pracovat naplno. Tehdy se mnou přišel i spolužák Jakub Fízel', který je dnes finančním ředitelem. Později přišel do firmy i další spolužák Tomáš Lipták, ten dělá ve firmě marketingového ředitele. Co vnímám jako důležité, je, že mám dobrou možnost seberealizace a svobody, s čímž je spojena i odpovědnost. Nyní se věnuji hlavně spoluřízení firmy a obchodu, ale za dobu, co jsem v pivovaru, jsem měl možnost dělat celou škálu zajímavé a pestré práce v různých částech firmy, v tomto jsem si našel vedle táty a Pepy Vávry, spoluzakladatele firmy, svůj vlastní prostor. Je to ale týmová práce, práce s lidmi, kteří tomu dávají velmi mnoho a bez kterých by dnešní úspěch firmy nebyl možný. Když se dívám na budoucnost, vidím jako podstatné, aby i přes rostoucí počet zaměstnanců a celkový růst firmy byla v pivovaru i nadále atmosféra zdravých a přátelských pracovních vztahů a toto platilo i směrem k zákazníkům. Pak není tolik důležité, jak je firma v danou chvíli veliká, jestli prochází těžkým obdobím, nebo obdobím úspěchu. Byť právě úspěch je v západní společnosti často v médiích prezentován jako ekvivalent štěstí. K tomu, aby člověku práce a život dávaly smysl, je potřeba spíše určité naladění se na to, co jde z člověka zevnitř, tedy, jak se člověk cítí ve svém nitru. K tomuto pochopení mně pomohlo zejména setkání s Bhagatem, který mi ukázal meditaci a jenž vede v Lažanech meditační centrum.

Filip Bernard, zástupce generálního ředitele



Ze své pozice velmi úzce pracuji s oběma spolujemajiteli, tedy i se svým manželem Pepou. Standa i Pepa se střídali jako moji šéfové. Tím, jak jsou rozdílní, mě každý inspiroval jiným směrem a od každého jsem se naučila něco jiného. Oba mají předvídavost, Standa má rád systematicčnost a Pepa zase dá na svoji výbornou intuici. Jejich velkou výhodou je, že do podnikání šli především proto, že chtěli něco dokázat. I když jsou rozdílní, na klíčových věcech se vždycky domluví. A když někdy šlo opravdu do tuhého, dokázali zapomenout na různé spory. Důležité totiž je, že nám všem vždycky šlo o výsledek, o co nejlepší poctivé pivo. Po dvacetipětiletém podnikání si dnes rozumí i ve své rozdílnosti, vzrostl jejich vzájemný respekt. Já se v pivovaru cítím skvěle, moc se mi tady líbí a zvláště, když jsem zažila socialistické podniky, které fungovaly úplně jinak. U nás se problémy řeší okamžitě. Pro mě osobně byl významný příchod Jany Hajníkové, současné výrobní ředitelky a skvělé pivovarské odbornice a kamarádky. Moc dobře se nám spolupracuje, ona má takový makro pohled, já zase spíš mikro pohled.

Iva Vávrová, vedoucí laboratoře

Do pivovaru jsem nastoupil před pětadvaceti lety a jako vyučený elektrikář jsem časem začal pracovat v údržbě. V pivovaru se mi pracuje dobře, jsem tady spokojený. Vyhovuje mi, že firma někam spěje, že má práce má význam. Když jsme začínali, tak každý dělal všechno, co bylo potřeba. Dneska se každý specializuje na svou práci, což je velký pokrok. Pivovar se vypracoval díky vedení, které má své cíle a za nimi jde – vyrábět sice dražší, ale kvalitní pivo. To se daří a určitě se to bude dařit i v budoucnosti.

Václav Brož, směnový mistr

Když manžel přišel s myšlenkou, že se svými společníky koupí pivovar, přijala jsem to v té chvíli jako fakt. Věděla jsem, že Standa chce podnikat, už předtím zkoušel vydražit pekárnu, ale to se nepovedlo. Takže jsem věděla, že pokud uspěje v dražbě, tak do toho půjde. Pro mě se koupí pivovaru moc nezměnilo. Zůstala jsem ještě v Háji ve Slezsku a dál učila na základní škole v Dolním Benešově matematiku a fyziku. Standa odjížděl v pondělí a vracel se většinou ve čtvrtek. Pár dnů po aukci jsem jela se Standou do Humpolce podívat se na pivovar. Vypadal sešle a smutně. Šedivé zchátralé budovy, nevlídné kanceláře..., prostě nic optimistického. Ale věřila jsem, že to manžel s Pepou Vávrou a Rudou Šmejkaem dají dohromady, a nepřišla mi ani myšlenka na to, že by mohli zkrachovat.

První zlomový byl pro mě rok 1993, kdy jsem se rozhodla, že nastoupím do pivovaru. Dcera Hanka studovala tehdy na gymnáziu v Olomouci a syn Filip začal studovat v Opavě podnikatelskou střední školu. Udělala jsem si kurs účetnictví, opustila jsem učitelskou práci a místo dvou měsíců prázdnin jsem s vervou začala účtovat. Ocitla jsem se na podnikatelské půdě, ve firmě, kde bylo všechno jinak než ve škole. Učila jsem se takřka za pochodu daňové a účetní zákony a předpisy, často i po večerech. Byla to pro mě velká změna. Ale neuvažovala jsem, že bych se do školství vrátila.

Velmi tvrdá zkouška pro mě a další lidi byl rok 2004. Zaváděli jsme nový informační systém Karát. Cítila jsem, že ten starý pro další růst firmy může být brzdou, a přesvědčila jsem Standu, abychom se do toho pustili. Původně nechtěl, říkal – když ten starý funguje, tak proč ho měnit. Na změnu jsme se připravovali téměř tři čtvrtě roku, ale stejně pak ta implementace k prvnímu lednu 2004 byla hodně bolestná. Lidé především na ekonomickém oddělení a na odbytu museli zvládat tolik změn, že to bylo opravdu obtížné. Nejenže práce narůstala, ale také jsme se za pochodu učili nové věci. Pro mě bylo hodně těžké udržet v týmu dobrou atmosféru a lidi

povzbuzovat, byla jsem od rána do večera v práci, takže už mi ani nezbývaly síly. Ten začátek, dobře, to jsem brala, je změna, tak se do toho obujeme. Ale k prvnímu dubnu k tomu přibyl vstup do Evropské unie a s tím další změny. V době, kdy už si lidi na ten nový systém začali zvykat, kdy se to už usazovalo, najednou bylo všechno zase jinak. K tomu se přidalo zavedení DPH na obaly, takže místo jedné faktury se tvořily čtyři. Papírování obrovsky narostlo a lidi natahovali pracovní dobu. Trvalo to hodně dlouho.

Byli jsme z toho dost unavení. Požádala jsem Standu, aby s lidmi promluvil a namotivoval je, samozřejmě i finančně. To pomohlo a nakonec všichni vydrželi a přežili ten nejtěžší rok, který byl zejména v účetnictví zásadní.

V roce 2005 nastoupil Filip jako novopečený absolvent vysoké školy ekonomické spolu se svým spolužákem Jakubem do pivovaru na ekonomické oddělení, což pro mě byla velká pomoc a úleva. Díky tomu jsem mohla začít od roku 2006 pracovat jako HR manažer. V té době jsme neměli žádné personální oddělení a v pivovaru už počet zaměstnanců narostl z původních asi třiceti pěti na sto. Bylo potřeba nastavit určité procesy a nezbytné systémy a celkově zastřešit personální práci všech vedoucích pracovníků. Stála jsem znovu před velkou výzvou a znovu jsem se učila nové věci. Jeden z největších projektů, do kterých jsem byla zapojena a jejichž organizací jsem byla pověřena, byl Projekt tvorby firemních hodnot a firemního poslání. Firemní kultura, která se do té doby vytvářela patnáct let, se při počtu sto lidí už těžko přenášela na nově příchozí. To, co jsme cítili, ctili a co jsme chtěli předat, bylo potřeba dát do slov, prostě to co nejvýstižněji pojmenovat. Naše klíčové uvědomění bylo, že pokud mají lidi tyto hodnoty přijmout za své, musí mít právo je spoluvytvářet s námi. A tak od podzimu 2006 do jara 2008 probíhal proces tvoření firemních hodnot napříč celou firmou. Neměli jsme návod, jak to udělat. Jednotlivé kroky jsme vymysleli postupně, vždycky podle situace, která nastala. Už při samotném procesu se zlepšovala atmosféra a vztahy mezi kolegy. Mělo to na lidi a celou firmu velký pozitivní vliv. Firemní hodnoty – otevřenost, důvěra, spolupráce, zodpovědnost a pozitivita. Orientace na zákazníka, na zaměstnance a růst hodnoty firmy pro nás stále jsou a budou vodítka, jak řešit všechny složité situace. Od roku 2015 působím v pivovaru jako interní kouč, pracuju s jednotlivci i s týmy, aby se v pivovaru cítili dobře, aby byli šťastní a i díky tomu odváděli dobrou práci.

Helena Bernardová, interní kouč



Rodinný pivovar Bernard vaří podle mého názoru nejlepší pivo na Vysočině, při jakémkoliv jednání s jeho zaměstnanci má člověk záruku vysoké profesionální úrovně. Víme o tom své, protože pivovaru dodáváme KEG sudy. Když se v pivovarnictví objeví něco nového, je humpolecký pivovar mezi prvními, kteří tuto inovaci zavádějí. Má široký sortiment, ať už jsou to nealkoholická piva, ovocná piva, nebo naposled ale, který bych zařadil mezi nejlepší piva tohoto druhu. Oceňuji Bernard fest, který si rychle udělal velmi dobré jméno, a skvělým marketingovým tahem je svátek piva Bernard, který vítají nejenom štamgasti. Pivovar Bernard si udržuje vysokou profesionální kvalitu svých zaměstnanců, i proto se umísťuje na předních místech mezi podniky v České republice.


Zdeněk Zelený, SCHÄFER SUDEX, s.r.o.

Začátky Rodinného pivovaru Bernard byly perné, tížil ho hlavně vysoký úvěr a špatný technický stav pivovaru. Já jsem s majiteli spolupracoval už tenkrát a viděl jsem to zblízka. V pivovaru se spojily dvě naprosto odlišné osobnosti. Stanislav Bernard se svým vizionářstvím a neotřelými nápady a Josef Vávra, který měl sicflajš a poskytl té vizi pevný základ, na kterém Standa mohl stavět. Počátkem devadesátých let, když jsme začínali podnikat, jsme všichni byli optimističtí, neuvažovali jsme o tom, že něco nejde, a Standa s tou svojí vizí hledal možnosti, jak složitou dobu přežít. A postupně nejenom přežít, jít dál. Jednou z těch možností bylo zavedení diferencované spotřební daně podle německého vzoru. A tak se Standa vrhl mezi politiky a daň prosadil, z čehož dodnes těží malé pivovary i minipivovary. O skvělou budoucnost Rodinného pivovaru Bernard nemám žádné obavy, protože je dobře vedený, dobře nastartovaný, má své místo na trhu a hlavně – vaří opravdu dobré pivo.

Jan Šuráň, prezident Českomoravského svazu minipivovarů

Když se řekne Rodinný pivovar Bernard, jednoznačně mě napadá slovo úspěch. My s ním spolupracujeme od samého začátku. Nejprve jsme pivovaru dodávali slad, poté jsme se dohodli a prodali mu sladovnu v Rajhradě a od té doby mu dodáváme speciální slady. Čeho si u pivovaru vážím, je serióznost a že to, na čem jsme se dohodli, vždycky platilo. Na pivovaru oceňuji inovativnost, fakt, že v mnoha věcech je průkopníkem neprošlapaných cest, kvalitu piva, nápaditou reklamu i balení a etikety. To je to základní, co bych o Rodinném pivovaru Bernard řekl.

Richard Paulů, statutární ředitel Sladoven Soufflet ČR



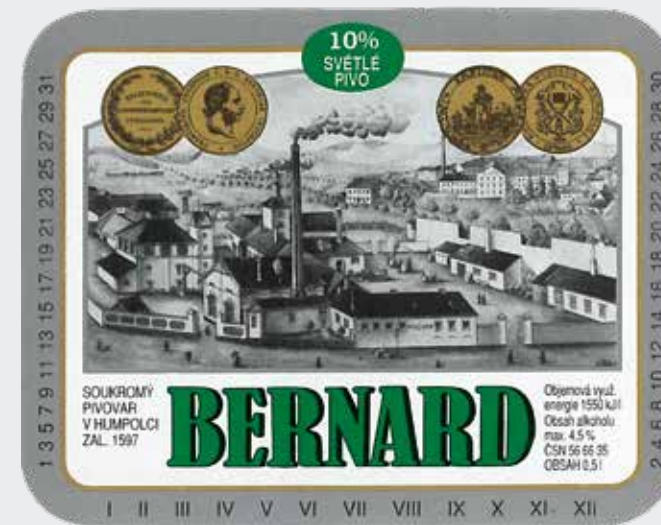
Historie Rodinného pivovaru Bernard je to, čemu se říká sukces story – příběh úspěchu. Humpolecký pivovar byl na sklonku totality symbolem velmi špatného piva. Když šel do malé privatizace, byl už zavřený, protože neměl odbyt. A tři lidé, tři přátelé, z nichž jenom jeden, Pepík Vávra, měl pivovarnické zkušenosti a pracoval v ostravském Ostravaru, se rozhodli, že pivovar koupí. Byl to bláznivý nápad už proto, že ho v aukční euforii vydražili za velmi vysokou cenu. Když začali vařit pivo, nemohli převzít název Humpolecké, protože mělo špatnou pověst a žádný hostinský by ho nechtěl.

Hledali jméno pro pivo, nakonec vybrali Bernard, což je jednak jméno jednoho spolumajitele, jednak funguje ve všech evropských jazycích. A přišli s tím – Máme nové pivo, pivo s novou identitou, chcete ho? Vlastníci pivovaru od začátku usilovali o extrémně vysokou kvalitu piva, i když vyrábět ho při tehdejší technologické kvalitě pivovaru bylo velmi těžké. S tím, stejně jako s tou někdejší špatnou pověstí, se museli vyrovnat. Museli sehnat lidi, protože ti se po uzavření pivovaru rozutekli. Museli se vyrovnat i s umístěním pivovaru v centru města, kde provoz kamionů je problematický. Prostě překážek bylo hodně, ale oni je dokázali překonat tím, že měli ohromný drajv, touhu uspět. Standa s rodinou tenkrát bydleli v pivovaru, jeho manželka byla účetní a nebylo náhodou, že když jsem pozdě večer Standovi volal, dovolal jsem Bernardovým do ložnice. Protože tenkrát pracovali 24 hodin denně.

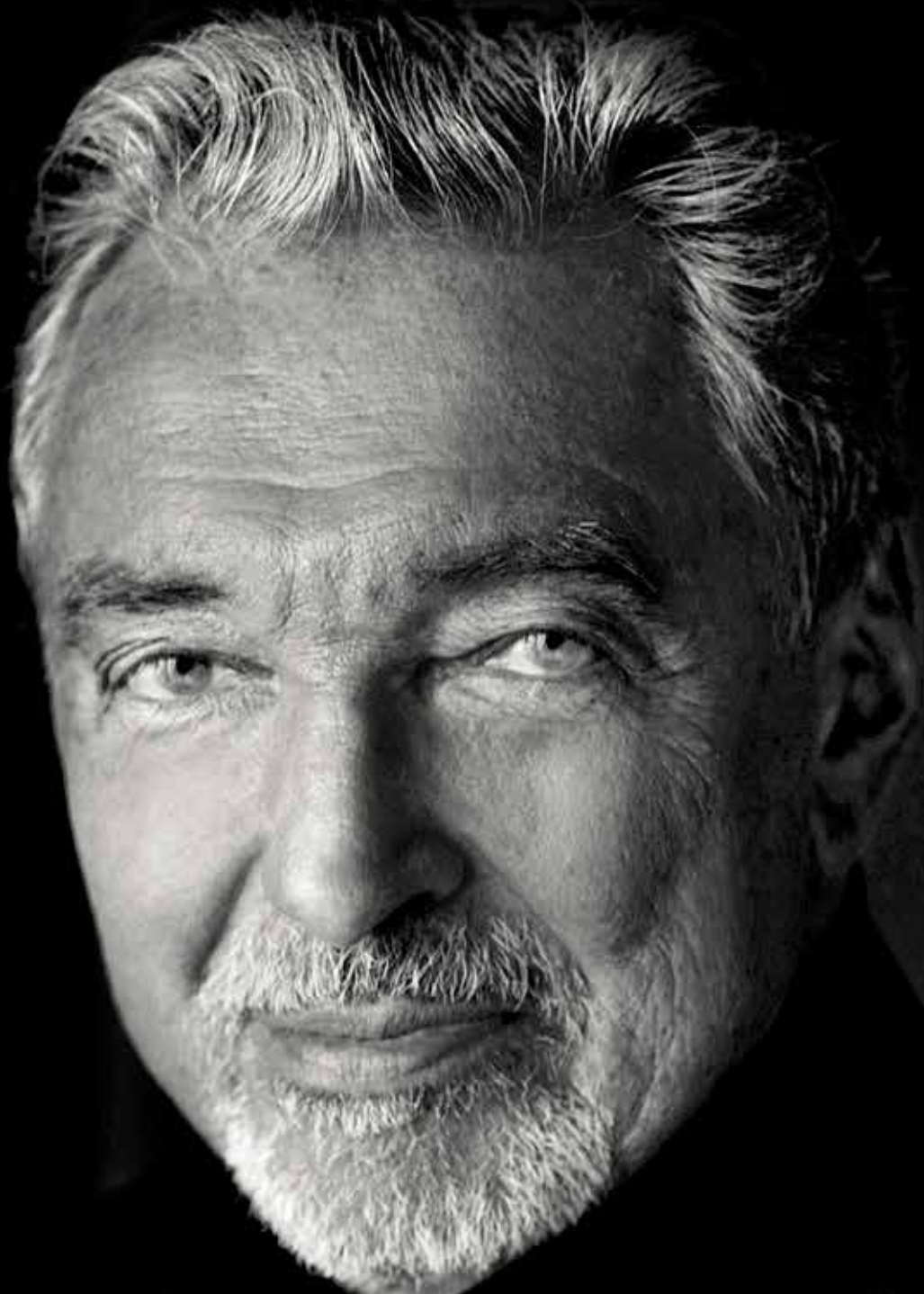
Dneska je pivovar technicky ve vynikajícím stavu, je na stejné úrovni jako třeba pivovary v Německu. Díky kvalitě piva má vynikající pověst. A za třetí – má velmi dobrou, což je charakteristické, marketingovou tržní politiku. Ta vede k tomu, že pivo Bernard se prodává téměř za stejné ceny jako pivo z Plzeňského Prazdroje. Má podstatně vyšší ceny než pivovary v okolí. To souvisí s faktem, že Standa vědomě odmítl praxi většiny středních pivovarů – prodávat takzvané kolem komína. Humpolec je malé město, blízko není žádná větší aglomerace a v okolních městech pivovary jsou. Bernard neusiloval o lokální trh, ale chtěl být národní značkou, a to se podařilo. A poslední, co přispělo k úspěchu pivovaru, je to, že přicházel s novými věcmi jako první, stačí zmínit ovocné pivo Švěstka.

A samozřejmě se nemůže zapomenout na zásluhy Stanislava Bernarda o diferencovanou spotřební daň. Jinak bychom tady neměli tři stovky minipivovarů.

Jan Veselý, nezávislý pivovarský expert  
a někdejší šéf Českého svazu pivovarů a sladoven







Karel Gott  
Bernard Bohemian Ale  
Limited Art Edition

Na život!

*Karel Gott*

