

MALI PIVOVARJI V SLOVENIJI

*Doc. dr. Iztok Jože Košir,
Inštitut za hmeljarstvo in pivovarstvo Slovenije*

V Sloveniji smo imeli v preteklosti precej dobro razvito kulturo pitja piva in s tem tudi ponudbo raznovrstnih piv. Zanje je bilo značilno, da so izvirala iz velikih pivovarn, ki so pokrivala večja tržna območja, kakor tudi iz množice manjših lokalno usmerjenih pivovarn. Žal so specifične družbene značilnosti pogojevale počasnemu zapiranju malih privatnih pivovarn in na koncu tudi skoraj popolnemu zamrtju te dejavnosti. Tudi to je bil eden izmed razlogov zakaj pri nas že skoraj trideset let nimamo več formalnega izobraževanja pivovarskih poklicev.

Sredi devetdesetih let prejšnjega stoletja se je pojavil močan interes ustanavljanja manjših privatnih pivovarn, ki so bile v začetku svojega delovanja tudi velik hit med ljubitelji piva in so pomenile dobrodošlo popestritev pivovarskega trga. Vendar pa je bilo za mnoge izmed njih značilno, da niso imele optimizirane in zadovoljive kakovosti ter časovno konstantnih lastnosti svojih izdelkov. Mnoge izmed njih so upravljali posamezniki, ki niso imeli zadostnega pivovarskega znanja in nemalokrat so v proizvodnih procesih uporabljali manj kakovostne surovine. Praktično vse pivovarne ustanovljene v tem obdobju so bile vezane na strogo lokalno prodajo njihovega piva v lastnih gostinskih obratih in podrejena vloga tem je bila precej pogosta. V veliko primerih je bilo pivovarjem v interesu samo izdelati pivo, ki je bilo približno podobno pivu ene izmed velikih pivovarn, dodatnega interesa za razvoj in proizvodnjo inovativnih tipov piva pa ni bilo. Vse skupaj je botrovalo zmanjšanju zanimanja pivopivcev, upadu prodaje in posledični stagnaciji tega pivovarskega področja. Mnoge izmed pivovarn so morale zapreti vrata in preživele so večinoma samo tiste, ki so ves čas svojega delovanja skrbele za znanje in uvajanje novosti ter zadovoljivo kakovost ponudbe.

Hkrati z opisanim stanjem v Sloveniji so v svetovnem merilu potekali močni globalizacijski procesi, ki so botrovali velikim prevzemom na pivovarskem področju, katerega rezultat je samo še nekaj velikih mednarodnih korporacij, ki obvadujejo pivovarski trg. Skupaj s prevzemnimi trendi je v pivovarskih industriji prihajalo do siromašenja ponudbe v smislu izvirnosti in specifičnosti izdelkov. Kot odgovor na te trende, v iskanju originalnosti, se je v zadnjem desetletju začel vzpon malih pivovarn (tako imenovane »craft breweries«), ki so ponudile drugačnost od povprečja in ostalih ponudnikov na tržišču. Za njih je značilno iskanje novih izzivov in okusov. Ne preseneča dejstvo, da so postali v

pivovarskih praksah spet uporabni nekateri starejši in že skoraj pozabljeni postopki hmeljenja, kot je hladno hmeljenje in v novejšem času celo zeleno hmeljenje. Za oba postopka je značilno, da se hmelj ne dodaja samo v času kuhanja pivine, ampak se dodaja tudi v kasnejših fazah, v času fermentacije ali zorenja. Na ta način se poveča prenos komponent eteričnega olja v pivo in hkrati zmanjšajo izgube kot posledica izhlapevanja teh hlapnih komponent zaradi izhlapevanja v času hmeljenja v toplo pivino. Hkrati je za njih v veliki meri značilna tudi večja količina dodanega hmelja, kar se posledično odraža v intenzivnejši grenčici piva in večjem povpraševanju hmelja aromatičnih sort.

Tudi v Sloveniji smo v zadnjih petih letih priča novemu valu pojavljanja novih malih pivovarn, ki v veliko primerih sledijo svetovnemu trendu. Za te pivovarne je značilno, da jih v veliko primerih vodijo mlajše generacije pivovarjev, ki še pred začetkom obratovanja preskušajo interes trga za posamezne tipe piva in hkrati iščejo novosti, ki bodo dale njihovem pivu specifično noto. Kar nekaj izmed njih jih tudi ni več vezano na lastno gostinsko ponudbo, pač pa so samo pivovarne, ki svoje proizvode tržijo samostojno kot pivo ali pa z njimi oskrbujejo določeno število gostinskih obratov, kot so restavracije ali bari.

Na področju malih pivovarn imamo tako trenutno v Sloveniji kar okoli 45 delujočih in registriranih proizvodnih obratov, pri čemer zaznavamo trend povečevanja tako števila kot proizvedene količine piva. Veseli smo lahko, da se je tovrstna ponudba v Sloveniji začela razvijati, saj tudi na ta način izboljšujemo splošno poznavanje piva, povpraševanje in zanimanje zanj, s tem pa tudi ponovni razvoj kulture uživanja piva ne samo kot pijače za žejo, temveč kot pijače z dodano vrednostjo.



*Male pivovarne prinašajo pestrost okusov.
(Foto: J. Ozimek)*