

# Niezapomniane marki

## Część II

### TATRA PILS STRONG LAGER

W pierwszej części przedstawiłem historię powstania marki KRAKUS Light Beer, kiedyś najbardziej znanego polskiego piwa w USA i jej „piękną śmierć”, na życzenie właściciela marki. Śmiem twierdzić, że zniknięcie marki KRAKUS Light Beer otworzyło drogę, a co najmniej ułatwiło podbój rynku np. takiej marce jak EB, które również „śmierć miała piękną”. Jak wspominałem, byłem przy narodzinach marki KRAKUS Light Beer.

Bardzo ciekawa była też historia marki TATRA Strong Lager. Otóż w latach siedemdziesiątych ubiegłego wieku, było to nic innego, jak ŻYWIEC Full Light Beer, tyle że wysyłane do Wielkiej Brytanii. Było to jeszcze przed rozpoczęciem mojej pracy w Dziale Piwa PHZ Agros, ale na wniosek kogoś z Wielkiej Brytanii, podobno w celu ułatwienia wymowy, wprowadzono słowo TATRA zamiast ŻYWIEC. Nie wiem zatem kiedy dokładnie powstała marka piwa TATRA Strong Lager, lecz z pewnością było to przed 1974 r. Natomiast etykieta była wtedy taka sama, czyli tzw. „Tańcząca Para” jak na piwie ŻYWIEC Full Light. I tu mała dygresja. Otóż w owym czasie piwo to nazywało się dokładnie TATRA Strong Lager, a nie TATRA Full Light, ponieważ określenie „full light” literalnie po angielsku nic nie oznacza. Jest to ni mniej ni więcej dosłowne przetłumaczenie na angielski, polskiego określenia „piwo pełne jasne”. W języku angielskim odpowiednikiem tego określenia jest „strong lager”.

#### Tatra Strong Lager w czasach II wojny światowej

Piwo to było eksportowane do Wielkiej Brytanii w doprawdy niewielkich ilościach, dosłownie kilka kontenerów rocznie, na palcach jednej ręki można było je policzyć. Rozchodziło się ono w kręgach polonijnych w Londynie i w środkowej Anglii. Pamiętam, że było dostępne w Polskim Klubie Pilotów Wojskowych w Londynie, którego członkami byli polscy piloci biorący udział w bitwie o Anglię. Otóż polscy piloci wojskowi, tak dla przypomnienia wzięli czynny udział w Bitwie o Anglię i mieli znaczny udział w odniesieniu zwycięstwa nad hitlerowską Luftwaffe. W Bitwie o Anglię udział wzięło 151 polskich lotników, walczących w dywizjonach myśliwskich 302 i 303 oraz bombowych 300 i 301, a także w jednostkach brytyjskich. Zestrzelili oni łącznie 203 samoloty Luftwaffe, co stanowiło aż 12% niemieckich strat, natomiast polscy piloci stanowili 5% ogółu pilotów walczących w Bitwie o Anglię. Słynny

dywizjon 303 im. Tadeusza Kościuszki był najlepszą jednostką lotniczą, biorącą udział w Bitwie o Anglię. Wspominam o polskich lotnikach walczących w Bitwie o Anglię i ich Klubie w Londynie nie bez kozery, albowiem kontakt z tym Klubem był bardzo ważny dla mnie zarówno przed, jak i po wprowadzeniu nowej etykiety TATRA. Zaprowadził mnie tam, chyba w 1977 r. pan Andrzej Kłopotowski pływający w czasie II wojny światowej jako oficer na okrętach podwodnych Sokół i Dzik, a w przypadku tego drugiego pełnił on funkcję dowódcy. Miałem wtedy 25 lat, byłem wychowany w szacunku dla naszych tradycji wojenno-patriotycznych i patrzyłem na pana Andrzeja z nabożną czcią. Znalazłem się tam w dziwnym świecie. Obecni tam panowie, dawni polscy lotnicy z Bitwy o Anglię, wyraźnie pochodzili z różnych sfer społecznych, co było widać po jakości ubrań. Pamiętam jak dziś, starszego pana w dość zaniedbanym ubraniu, namiętnie grającego na jednorękim bandytcie. Byłem zdziwiony, że inni panowie, elegancko ubrani, z szacunkiem mu się kłaniają. Pan Andrzej Kłopotowski wyjaśnił mi, że ten pan przy automacie był w czasie wojny pułkownikiem, dowódcą większej jednostki, a oni byli niższymi rangą i stopniem pilotami. Tam czas zatrzymał się w miejscu! Zwróciłem też uwagę, że w Klubie było powszechnie spożywane piwo TATRA Strong Lager w wersji z „Tańczącą Parą”. Dlaczego to wspominałem wyjaśni się w dalszej części.

#### Geneza Tatr Pils Strong Lager

Jak zatem doszło do powstania TATRA Pils Strong Lager w wersji z żółtą etykietą i gotyckimi literami? Otóż stało się to w 1979 r. przy udziale firmy Coca-Cola i ... moim własnym. Otóż właśnie byłem autorem tej koncepcji! Podobnie jak w przypadku piwa KRAKUS Light Beer, firma Coca-Cola zmuszona była zająć się importem piwa TATRA do Wielkiej Brytanii. Otóż w 1976 r. podpisany został kontrakt na budowę zakładu rozlewniczego w Tychach, na terenie Zakładów

*Hofmeister to był tani angielski lager, z zaledwie 3,2% alkoholu. Ci, którzy go stworzyli obawiali się, że Anglicy nie będą konsumować dużo lagera w stylu europejskim, z zawartością alkoholu na poziomie 5%. Jednakże wygląd i stylizyka była zdecydowanie gotycko-niemiecka.*

Piwowarskich. Niestety kiedy zakład został uruchomiony, a był to już „późny Gierek”, nie było w kraju dewiz, a koncentrat Coca-Coli nie był priorytetem w przypadku niedoborów prawie we wszystkim. Władze państwowe sugerowały wtedy splatę takich umów przy pomocy transakcji barterowych. W związku z tym firmom Coca-Cola i Pepsi-Cola proponowano wszelkie ciekawe produkty. Sam pamiętam, jak byłem z przedstawicielem Pepsi-Coli w PHZ Paged w sprawie zakupu krzesel, z czego nic nie wyszło, jak również w innej centrali w sprawie zakupu butelek do wina, z czego coś tam wyszło. Firmie Coca-Cola przypadło w udziale zajęcie się piwem KRAKUS Light Beer w USA (patrz część I) i TATRA Strong Lager w Wielkiej Brytanii. W owym czasie jedynym browarem, który miał zgodę CIS na eksport piwa butelkowego do II obszaru płatniczego, czyli KK (kraje kapitalistyczne) były Zakłady Piwowarskie w Żywcu. Z kolei browar w Żywcu mógł

wyprodukować niewielką ilość piwa o wysokiej jakości z 6-ście miesięcznym okresem trwałości, odpowiedniej dla eksportu na rynki krajów kapitalistycznych, gdzieś około 45 tys hl. Wynikało to przede wszystkim z konieczności długiego okresu leżakowania. Chciałbym tu wspomnieć, że w owym czasie, a więc w okresie maksymalnej gierkowskiej propagandy, prasa rozpisywała się o olbrzymich sukcesach piwa żywieckiego w świecie, jak to ono podbija świat. Po pierwsze był taki klimat w okresie „propagandy sukcesu”, było zapotrzebowanie ze strony partii komunistycznej, aby ogłupiać społeczeństwo informacjami wyssanymi z palca. W prasie często pojawiały się informacje, że piwo Żywiec jest najlepsze w świecie i bardzo znane, bo otrzymało złoty medal na jakiejś olimpiadzie piwnej. Owszem dostawało, ale na tych olimpiadach każdy, kto coś tam wpłacił dostawał na ogół złoty medal. Tak więc w jednej kategorii piwa mogło być bardzo dużo złotych medali. Złoty medal był przyznawany za osiągnięcie pewnej ilości punktów w ocenie poszczególnych elementów, a nie za zajęcie pierwszego miejsca. Srebrny medal oznaczał mniej więcej coś takiego; „No za dobrze to wam nie poszło”, a brązowy medal „Lepiej zmierzcie głównego piwowara”. Wyglądało to tak, że dziennikarz przyjeżdżał do Żywca, gdzie był informowany o złotych medalach i że Żywiec mógłby podbić cały świat, ale PHZ Agros nie umie sprzedawać. Dziennikarz wyjeżdżał z Żywca z kaczem i paroma skrzynkami piwa, a następnie powstawał artykuł przedstawiający tezę, że piwo żywieckie podbiłoby świat, gdyby Agros umiał sprzedawać. Takim szczególnie wybranym celem była Ameryka, że niby to polskie piwo powinno podbić Amerykę. Był wtedy taki przepis wymyślony przez Biuro Polityczne wiadomej partii, że należy odpowiadać na krytykę prasową. Więc Dyrektor mnie właśnie powierzył misję odpowiadania na „zdrową krytykę prasową”. No i chcąc nie chcąc wyjaśniałem co to są olimpiady piwne, jaki jest regulamin, że nie są to Mistrzostwa Świata, pisałem o małym potencjale produkcyjnym, marketingowym, itp. polskiego piwa, jeśli chodzi o szanse na większe zaistnienie w świecie. Ponieważ tych listów do różnych gazet musiałem pisać wiele, miałem już taki stały tekst, który brzmiał mniej więcej tak: „A gdybyśmy tak np. całe możliwe do wyprodukowania w Żywcu piwa o jakości

w wersji na KK wysłali do USA, to w oficjalnej statystyce importu piwa w USA widnielibyśmy nadal na pozycji 13, która nazywa się „Inni pozostali”.

### Związek firmy Coca-Cola z projektem Tatra

Ale wróćmy do projektu TATRA i zobowiązań ze strony firmy Coca-Cola do splaty zakupów koncentratu Coca-Cola dla Browaru w Tychach. Podobnie jak to miało miejsce w przypadku piwa KRAKUS Light Beer w USA, w Wielkiej Brytanii firma Coca-Cola przejęła odpowiedzialność za import i dystrybucję piwa TATRA Strong Lager. Ponieważ Coca-Cola zawsze w swej polityce unikała jakichkolwiek skojarzeń z alkoholem, to formalnie działalność związana z piwem TATRA była ukryta pod szyldem Laurate Imports. Na początku odbyliśmy kilka spotkań w których omawialiśmy plany, założenia. Pamiętam z tamtego czasu, że oprócz

” Ze względu prestiżowych dokładano w Browarze w Żywcu wszelkich starań, aby było to piwo najwyższej, dostępnej wtedy jakości. Generalnie była to taka sama receptura jak ŻYWIEC Full Light Beer, ale TATRA miała mit tego najlepszego piwa warzonego w Żywcu.

Billa Hotchkissa wspomnianego przy okazji historii piwa KRAKUS Light Beer, w spotkaniach tych uczestniczyli pracownicy Coca-Coli z Wielkiej Brytanii. Otrzymaliśmy sporo informacji o brytyjskim rynku piwa, statystyki, raporty, trendy itp. Była to doskonała okazja, aby zapoznać się z zupełnie innymi rodzajami piwa, z piwami górnej fermentacji, z różnymi rodzajami ale, z piwem stout. Były to lata 1978-80. Na brytyjskim rynku piwa zaczęły się pojawiać piwa z kontynentalnej Europy, a więc piwa dolnej fermentacji, w języku angielskim określone jako „lager”. Były

też piwa lager spoza Europy, np. Carling, czy Tooth i Swan Lager z Australii. Analizując otrzymane z Coca-Coli materiały, zwróciłem uwagę na pewne zjawisko na brytyjskim rynku piwa. Otóż zaczęły się pojawiać niemieckie marki piwa bądź to z importu lub produkowane na licencji w angielskich browarach. Mogłem się o tym przekonać osobiście zwiedzając browar Whitbread w Luton niedaleko Londynu, gdzie na licencji warzono niemieckie piwo Lowenbrau z Monachium. Zwróciłem jednakże uwagę, że w Wielkiej Brytanii piwa warzone w angielskich browarach, mają niemiecko brzmiące nazwy, ale marki te nie występują w Niemczech, jak to miało miejsce w przypadku Lowenbrau. Szczególnie zwróciło moją uwagę piwo Hofmeister Lager Bier produkowane wtedy przez Courage Ltd Brewery. Jak widać na zdjęciu piwo ma sprawiać wrażenie niemieckiego pochodzenia, nawet słowo „bier” jest na puszcze. Jeszcze bardziej przekonująco wyglądała wersja etykiety na butelce, ale niestety nie mogłem jej odnaleźć. Tak więc był ewidentny przykład, że jest zapotrzebowanie na „niemiecki wizerunek” piwa. Pamiętam, że w tamtym okresie pojawiła się reklama pod hasłem „Follow the Bear”, w której postać George the Bear namawiała na piwo Hofmeister. Hofmeister to był tani angielski lager, z zaledwie 3,2% alkoholu. Ci, którzy go stworzyli obawiali się, że Anglicy nie będą konsumować dużo lagera w stylu europejskim, z zawartością alkoholu na poziomie 5%. Jednakże wygląd i stylistyka była zdecydowanie gotycko-niemiecka. I w ten sposób zakiełkowała mi myśl, czy może nie warto naszego piwa TATRA trochę „zniemczyć”. Proponowałem żółte tło i gotyckie litery, aby zasugerować niemiecki charakter piwa. Kiedy podzieliłem się tym pomysłem z szefami

„The World Guide to Beer” to książka Michaela Jacksona, niepodważalnego autorytetu, guru i znawcy piw z całego świata. Przyniosła mu ogólnoświatową sławę. W książce tej na stronie 196 jest wzmianka o polskich piwach. Pan Jackson szczególnie sympatią darzył piwa belgijskie i znacznie przyczynił się do budowy ich popularności na całym świecie.

w PHZ AGROS, spotkał się on z silną krytyką. Moi szefowie nie kwestionowali słuszności tego pomysłu, lecz wystraszył ich kontekst polityczny. Oczywiście rozumiałem ich obawy, mieli dużo do stracenia, znacznie więcej niż ja. A czasy były takie, że ówczesnej władzy taka koncepcja mogła się nie spodobać. Ze zrozumiałych względów pomysł ten też nie spotkał się z aprobatą Browaru Żywiec.

Podzieliłem się jednakże tym pomysłem z pracownikami Coca-Coli. Oni podchwycili ten pomysł i przedstawili projekt graficzny. Postawili sprawę na ostrzu noża. Powiedzieli, że jeżeli chcemy dobrych wyników w sprzedaży piwa TATRA w Wielkiej Brytanii, to musi być wersja gotycko – niemiecka. No i moi szefowie się zgodzili. Jednakże były jeszcze małe spory o to, czy więcej tego gotyku, czy mniej. Ustaliliśmy też, że w nazwie pojawi się słowo Pils. Połączenie niemieckiego wizerunku i silnego skojarzenia z czeską szkołą warzenia, miało być w założeniu silną atrakcją dla brytyjskich konsumentów. Tak więc ostateczna nazwa została ustalona jako TATRA PILS STRONG LAGER. W projekcie etykiety położono większy nacisk na słowo Pils, niż na słowo Tatra. Oczywiście bardzo chciałem, aby było odwrotnie, ale musiałem się zgodzić z logiką argumentacji Coca-Coli, że niestety w Wielkiej Brytanii marka Tatra nie jest rozpoznawalna, natomiast Pils tak i do tego jest bardzo trendy. Niestety nie pozostała w moich zbiorach ani jedna etykieta tego piwa.



Ale na przedstawionych dwóch zdjęciach, a zwłaszcza na jednym z nich, wyraźnie widać na ścianie stoiska powiększoną wizualizację tej etykiety. Oba zdjęcia pochodzą z Great Western Beer Festival, jaki miał miejsce w listopadzie 1980 r. w Bristolu. Otóż w nagrodę za udział w powstaniu tej koncepcji, zostałem wysłany na 2 miesiące do Wielkiej

a także chyba największe wtedy zakład produkujący napoje w Milton Keynes, należącej do Coca-Coli. To ona zorganizowała mi szkolenie w zakresie marketingu napojów, pokazano mi kilka prezentacji, rozmawiało ze mną i dzieliło się wiedzą kilka osób z marketingu. Przyznam, że trudno mi było wszystko zrozumieć. Ja młody pracownik z Polski i starcie z największymi standardami marketingu. Pamiętajcie, że był to 1980 r. i spróbujcie chociaż przez chwilę skojarzyć co w Polsce wiedziano o marketingu w tamtych czasach.

Nauczyłem się też wiele przy okazji współpracy z pracownikami Coca-Coli we wprowadzaniu naszego piwa i przygotowaniu udziału w The Great Western Beer Festival. Otóż była to wówczas największa impreza piwna w Wielkiej Brytanii. To właśnie wtedy, na tej prestiżowej imprezie, nastąpiło oficjalne wejście TATRA Pils Strong Lager na brytyjski rynek piwa. Jak na owe czasy, stoisko zorganizowane zostało w bardzo dobrym stylu. Zresztą, nie bez zabiegów Coca-Coli, zostało wybrane jako najlepsze stoisko na tej imprezie. Co prawda Coca-Cola w sprawie piwa TATRA działała pod specjalnie stworzoną w tym celu firmą Laureate Imports, ale i tak wiadomo było, kto za tym stoi. Były tam piwa z całego świata. Tam właśnie miałem okazję spróbować chińskiego piwa Tsing- tao, Cisk lager z Malty, Samuel Adams z USA, no i bogaty przegląd wszelkiego rodzaju brytyjskich ale. Jako wystawca, miałem prawo do wypicia na każdym stoisku jednej pinty piwa dziennie. Szczególnie do gustu przypadło mi angielskie piwa z Badger Brewery (badger to po angielsku borsuk), na czele z Badger First Gold, klasycznym ale z Dorset. Pracownicy tego browaru obecni na festiwalu, nosili klasyczne angielskie meloniki i wszyscy byli ubrani na czarno.

W czasie tej imprezy poznałem wielką osobistość ze świata piwa. Był to Michael Jackson, The Beer Hunter, niepodważalny autorytet, guru i znawca piw z całego świata. Był wielką atrakcją i każdy chciał go ugościć na swoim stoisku. Pan Jackson zawiązał na naszym stoisku, no bo jak można odmówić Coca-Coli. Ja przy okazji dostałem wydaną w 1977 książkę „The World Guide to Beer”. Właśnie ta książka przyniosła mu ogólnosiwiatową sławę. W książce tej na stronie 196 jest wzmianka o polskich piwach. Pan Jackson szczególną sympatią darzył piwa belgijskie i znacznie przyczynił się do budowy ich popularności na całym świecie. Niestety byłem tak zaskoczony całą sytuacją, że się zagapiłem i nie zadbałem o wspólne zdjęcie i autograf.

W Polsce, taka książka w tamtych czasach była wielką atrakcją i nie będę ukrywał, że posiadanie tej książki pomogło mi w budowie wizerunku, jak również w załatwianiu różnych spraw. Michael Jackson zmarł 30 sierpnia 2007 r., a mnie przypadł smutny obowiązek pożegnania go w jednym z wydań miesięcznika „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny”.

W czasie mojego pobytu w Londynie, jeszcze przed imprezą w Bristolu, miało miejsce zdarzenie, które wywarło duży wpływ na moje dalsze losy. Otóż w wyniku niesamowitego zbiegu okoliczności zadzwonił do mnie pan Ralph

Wester Beer Festival (Bristol, listopad 1980)



Brytanii na staż w polsko-angielskiej spółce Anglo-Dal w Londynie, w połączeniu z udziałem we wspomnianej wcześniej imprezie. Przez kilka tygodni pobytu w Londynie miałem okazję dobrze poznać brytyjski rynek piwa, zwiedzić wiele pubów, wspomniany browar Witbread w Luton,

Na ścianie stoiska widać powiększoną wizualizację etykiety Tatra Pils Strong Lager



Cooper, ówczesny szef Coca-Coli w Wielkiej Brytanii (wizytówkę mam do dzisiaj). Zostałem zaproszony przez niego na kolację do eleganckiej restauracji, jaką wcześniej widziałem na filmach fabularnych. Odbierając mnie z mojej kwatery pan Cooper nadmienił, że na kolacji będzie specjalny gość z Atlanty. Tym gościem był ówczesny vice prezes światowej struktury The Coca-Cola Company. Obaj panowie byli w towarzystwie swoich żon. Generalnie była to sytuacja a la Nikodem Dyzma. Trudno opisać co wtedy poczułem. Miałem po prostu ochotę uciec, ale nie miałem wyjścia. Przeżyłem jakoś tę kolację. Miałem wtedy zaledwie 28 lat! Przysnam się, że bardzo mnie to zahartowało i przygotowało do innych spotkań z wielkimi tego świata. Spotkałem jeszcze później kilka takich osób, ale tremy już nie miałem. Pan Ralph Cooper zaszedł w Coca-Coli bardzo wysoko. Został później vice-prezesem (Senior Vice-President) w The Coca-Cola Company w Atlancie i odpowiadał za Minute Maid.

### Sukces marki Tatra

Tak więc miałem swój udział w powstaniu marki TATRA Pils Strong Lager. Po festiwalu piwa w Bristolu eksport do Wielkiej Brytanii znacznie się zwiększył, w porównaniu z wersją piwa TATRA jako Tańcząca Para. Wspominałem na wstępie o Klubie Polskich Lotników w Londynie. Właśnie stamtąd otrzymaliśmy pierwszy komentarz po wprowadzeniu nowej etykiety. Był to komentarz bardzo dla nas krytyczny, w stylu „Nie potośmy Niemca strzelali nad Londynem, żebyście teraz nam te niemieckie piwo przysyłali”. List ten spowodował mały popłoch wśród szefów, a ja usłyszałem

komentarz w stylu, że oni będą musieli wypić tą Tatrę, którą ja z Coca-Colą nawarzyłem...” Na szczęście wszystko rozeszło się po kościach, a duże zamówienia i rosnący eksport okazały się najważniejszymi argumentami w perspektywie konieczności wykonania planu eksportu.

Ze względów prestiżowych dokładano w Browarze w Żywcu wszelkich starań, aby było to piwo najwyższej, dostępnej wtedy jakości. Generalnie była to taka sama receptura jak ŻYWIEC Full Light Beer, ale TATRA miała mit tego najlepszego piwa warzonego w Żywcu. Marka ta już wtedy miała swój charakter, była wizytówką polskiego piwowarstwa. Oczywiście gotycko- niemiecka stylistyka nie miała większego sensu w Polsce. Z czasem stało się to, co stać się musiało. Samo pojęcie TATRA, bliższe jest Podhalu i Tatrom, a nie Beskidowi Żywieckiemu. Piwo TATRA zajmuje dzisiaj swoje miejsce na rynku. Chciałem tylko przypomnieć, że kiedyś było to polskie piwo superpremium.

Ja odszedłem z PHZ AGROS w maju 1982 r. Tak skończyła się moja 8 letnia przygoda z eksportem piwa oraz umowami typu „franchise bottling agreement” zawieranymi z koncernami Coca-Cola i Pepsi-Cola. W owym czasie dostałem szansę uczestniczenia w tematach, takich jak marketing i franchising, a więc tak bardzo w owym czasie nieznanych w kraju, gdzie panował system gospodarki planowej, a marketing był załatwiany na szczelbu Komisji Planowania. Poznałem wspaniałych fachowców z obu koncernów napojowych, miałem dostęp do, na ogół niedostępnej w Polsce literatury i prasy fachowej, poświęconej piwu i napojom bezalkoholowym.

reklama

## TECHNIKA OCHRONY POWIETRZA

Instalacje odpylające dla przemysłu spożywczego

- silosy magazynowe
- suszarnie produktów
- systemy transportu i pakowania produktów
- segregacja produktów
- układy dozowania dodatków



ECO INSTAL

64-000 KOŚCIAN, ul. Gostyńska 67  
tel. 065 512 05 95  
fax 065 512 19 27

[www.ecoinstal.pl](http://www.ecoinstal.pl)