

# ALLES, AUSSER

Text: CARL UNDEHN



Henok & KARL

FOTOS: OMNIPOLLO

## Extravagante Optik, extraordinäre Biere:

Seit fast zehn Jahren überrascht ein schwedisches Duo immer wieder mit experimentellen Suden und unkonventionellen Etiketten. Omnipollo – das sind der Wanderbrauer Henok Fentie und der Designer Karl Grandin aus Stockholm. Im September wollen die beiden eine Bar in Hamburg eröffnen.

**W**as gilt als Bier und welche Art Erlebnis kann ein Getränk bieten? Genau das wollten Henok Fentie und Karl Grandin herausfinden, als sie 2011 in Stockholm ihr Label Omnipollo gründeten. Um diese Fragen zu beantworten, brauen sie nicht etwa Biere, die jedermanns Sache sind. Es sind Biere mit Früchten und besonderen Aromen, gerne Barrel Aged, gerne mit hohem Alkoholgehalt. Auf den ersten Blick könnte man meinen, sie wollten puritanische Biertrinker provozieren. Aber gefehlt! Omnipollo möchten nicht verärgern, im Gegenteil. „Ich liebe Bier und ich träume von Bier. Aber was mich wirklich treibt, was ich möchte, ist, dass Bier ein selbstverständlicher Teil der allgemeinen Popkultur wird“, sagt Henok.

Mit dem „Anagram Blueberry Cheesecake Stout“, „Gideons Pancake Stout“ oder dem „Yellow Belly Peanut Butter Stout“ haben Omnipollo die Grenzen für Bier weit ausgedehnt. Und damit ihrer ganz eigenen Überzeugung entsprochen. „Omnipollo machen zwei große Dinge aus: Bier und Kunst“, sagt Henok, der für den erst genannten Part zuständig ist. Die visuellen Interpretationen spielen eine wichtige Rolle und so sind die Flaschen und Dosen der Schweden in den Regalen nicht zu übersehen. Entworfen hat sie allesamt Karl Grandin.

Bei einem Aufenthalt in Belgien, als seine Freundin dort ein Auslandsjahr absolvierte, hatte Henok viel über Bier gelernt. Zuvor arbeitete er einige Jahre für die schwedische Pub-Kette Bishop's Arms, deren britisch-inspirierte Pubs in jeder größeren Stadt zu finden sind und die mit ihrem vielfältigen Angebot an Fassbieren als Vorreiter in Sachen Craftbier in Schweden gilt. Mehr und mehr fühlte sich Henok fasziniert von Bier und entwickelte die Vision, dass Craftbier überall sein sollte – im Laden, im kleinen Café an der Ecke, im schicken

# GEWÖHNLICH



Das Design der Etiketten ist eigenwillig. Typisch!

Restaurant und in den coolsten Clubs. Und um das zu erreichen, mussten die bis dahin geltenden Grenzen der Bierwelt wenn nicht gesprengt, dann zumindest verändert werden. „Und das haben wir ja gemacht“, lacht Henok.

Los ging es 2010 in der Küche einer Wohnung in Brüssel. Sein erstes Rezept wollte Henok dann auch gleich in einer „richtigen“ Brauerei testen. Bei der legendären De Proefbrouwerij, eine halbe Stunde von Brüssel entfernt, füllte er Anfang 2011 das erste Bier von Omnipollo ab. Er nannte es „Leon“ nach seinem Sohn. „Damals, als wir anfangen, war es relativ einfach, ein Herausforderer zu sein. Die meisten Bars hatten nur ein Lagerbier und dann kamen wir mit ein Belgium Blonde Ale, gebraut mit Champagnerhefe und zwei Sorten von amerikanischem Hopfen“, erinnert sich Henok. „Es war eine Revolution!“

Es sollte fast ein Jahr dauern, bis mit „Mazarin“ das nächste Bier auf den Markt kam, ein American Pale Ale, das nach Karls Sohn benannt ist. Danach ging alles ziemlich schnell. Seit 2013 arbeiten Henok und Karl mit Brauern aus den USA und vielen anderen Ländern zusammen. Die Merkmale von Omnipollo sind gesetzt: ungewöhnliche Biere und ungewöhnliche Optik.

Zwar wurde erst im vergangenen Jahr ein ausgebildeter Brauer angestellt, eine eigene Brauerei hat Omnipollo bis heute nicht. Dafür aber zwei Bars in Stockholm und eine in Göteborg. Die Eröffnung einer vierten Location ist nun in Hamburg geplant. Im Herbst soll die Umgestaltung einer ehemaligen urigen Kellerkneipe im Hamburger Szeneviertel Sternschanze abgeschlossen sein.

„Es wird sehr spannend mit Deutschland“, sagt Henok. „Das Wichtige für mich persönlich ist, dass die Leute verstehen, was Omnipollo ist. Gleichzeitig kommen wir mit einer großen Menge Bescheidenheit und der ehrlichen Absicht, etwas zu lernen“, sagt Henok und beschreibt das Projekt als einen Austausch für beide Seiten. Er wünscht sich gerade mit Blick auf traditionelle Bierstile die Zusammenarbeit mit deutschen Kollegen. „Für uns ist die Bar wie ein Guckloch in eine ganz andere Bierkultur.“

Unweit der Ratsherrn Brauerei und dem Bottleshop Beyond Beer gelegen, ist die Hamburger Bar in guter Gesellschaft. Gestaltet nach Karls Vorstellungen, sollen sich die Gäste hier in das Universum von Omnipollo eingeladen fühlen. Das heißt: bunte Farben, ungewöhnliche Formen und eine

spielerische Stimmung. Insgesamt ähnelt das Konzept den Bars in Schweden. Das betrifft neben dem Interieur auch das Angebot an Bieren und Speisen. So sind die Lokale von Omnipollo berühmt für ihre guten Pizzen. Mit zehn Zapfhähnen soll das Angebot überschaubar und ausgewählt sein. Neben einigen für Hamburg exklusiv gebrauten eigenen Bieren wird es auch solche von Freunden geben. Die Slush-Maschine mit Bier-Eis ist ein Gimmick, das längst fest zu Omnipollo gehört. Ein schönes Extra: Die Biere können von der Straße aus durch ein Fenster bestellt werden.

„Wir wollen uns als Brauer von Lagerbieren weiterentwickeln“, erklärt Henok. „Egal, ob ich ein Pastry Stout oder ein fantastisches Lager braue, es bedeutet beides sehr viel Arbeit.“ Nicht, dass Omnipollos Neugierde und Lust zu experimentieren je ein Ende finden könnte. „Unter jedem Stein, den ich hochhebe, finde ich zehn neue Sachen, die ich gestern nicht kannte“, sagt Henok. „Es ist unendlich.“

**Omnipollo Bar Hamburg**  
Kampstraße 36, Hamburg  
Geplante Eröffnung: Herbst 2019  
Instagram #omnipolloshamburg,  
facebook/omnipolloshamburg