"Wir haben viele Regeln gebrochen"

Der Aufstieg der Biolimonade Bionade zum Kultgetränk war märchenhaft. Dann kamen die Neider, ein Anteilsverkauf und Kundenschelte. Doch der frühere Branchenliebling behauptet sich. Und "Mr. Bionade" Peter Kowalsky hält fest an der Familien-Vision einer besseren Welt.



Die Bionadewiege: In den Kupferkesseln der familieneigenen Brauerei entstand das Kultgetränk. Miterfinder Peter Kowalsky repräsentiert die Marke wie kein Zweiter.

Nein, um etablierte Wege haben sie sich nie geschert, Peter Kowalsky und seine Familie, die Erfinder und Macher der Kultmarke Bionade. Lange hatte die kleine Brauerei Peter-Bräu aus Ostheim vor der Rhön nicht viel mehr als den unerschütterlichen Glauben von Kowalskys Stiefvater Dieter Leipold, dass er in der heimischen Stube an einem revolutionären, weltmarkenfähigen Getränk tüftelte. So manches Mal blockierte "der Dieter", wie Kowalsky ihn respektvoll nennt, dabei das Badezimmer mit seinen Versuchsapparaturen. Dabei ging es dem Bionadeerfinder und seinen Stiefsöhnen Peter und Stephan von Anfang an darum, ein

gesundes Getränk für Kinder zu entwickeln. Es sollte eine Alternative zu den zucker- und chemiehaltigen Limonaden sein. Die fermentierten Inhaltsstoffe sollten die Gesundheit fördern. Ganz ohne Zucker kommt zwar auch Bionade nicht aus, wie die Brauer bei ihren eigenen Verkostungen gelernt haben, aber der Anteil wird so gering wie möglich gehalten.

Die märchenhafte Bionadegeschichte im Zeitraffer: Jahrelang stehen die darbende Brauerei und die Familie selbst immer wieder vor der Pleite, während der Erfolg der Biolimo auf Malzbasis auf sich warten lässt und das Biergeschäft schleppend läuft. Mal rettet sie ein philippinischer Braukonzern, der von der Idee überzeugt ist und wie ein Geschenk des Himmels eine Million Dollar investiert. Ein anderes Mal ist es ein Lottogewinn für Mutter und Brauereichefin Sigrid Peter-Leipold, ebenfalls in Millionenhöhe. Und immer wieder "Fügung", wie Peter Kowalsky es umschreibt. Aufgeben war nie ein attraktiver Ausweg, trotz der harten Zeiten und hohen Verschuldung, die ihn als Familienvater einige schlaflose Nächte gekostet haben: "Du musst bereit sein, alles zu geben", nennt Kowalsky eine der Zutaten zum Erfolgsrezept. "Und vertrauen."

Nach anfangs leicht gräulichen Verkostun-

gen, die die Familie und die treuen Brauereimitarbeiter über sich ergehen lassen, wie Kowalsky entwaffnend ehrlich erzählt, kommt 1994 der erste Erfolg: Bionade ist endlich trinktauglich und auf dem Markt, noch mit ländlich anmutendem Rhön-Design. Bis zum Durchbruch dauert es noch vier Jahre. Denn der Erfolg kommt durch die Hintertür. Die coole Hamburger "Szene" entdeckt das optisch modernisierte Getränk 1998 für sich, heizt die Nachfrage an und öffnet so den großen Markt.

"Dann trink's halt nicht"

Ohne Marktforschung, Zielgruppenanalysen und ohne große Werbeetats hat es die Familie geschafft: Ihr Getränk wird rasch zur Kultmarke der Biofreunde aus den Design-, Kultur- und anderen Branchen, die statt muffigem Reformhausimage einen grünen, stylishen Lebensstil pflegen. "Wir haben viele Regeln gebrochen", erinnert sich Kowalsky.

Der heute 43-Jährige wurde von der Familie ausersehen, Bionade nach außen zu verkörpern. Der bescheidene Stiefvater bleibt lieber im Hintergrund und tüftelt an neuen Produkten. Auch wenn sie mit ihren Kunden immer "auf Augenhöhe" sein wollen: Anbiedern wollen sie sich nicht. Wenn damals jemand sagte: "Bionade ist Mist", lautete die Antwort: "Dann trink's halt nicht". Ziemlich selbstbewusst waren sie, sagt Kowalsky.

Das hat sich nicht geändert. Legendär ist die Werbekampagne mit dem Slogan "Das offizielle Getränk einer besseren Welt" aus dem Jahr 2007. Eine Woche haben sie diskutiert, ob sie "so was machen können", erzählt Kowalsky. Schließlich sagen sie "Ja". Der mutige und freche Spruch spiegelt ja auch ihren Wunsch, etwas zu bewegen in der Welt. Sie setzen sich etwa für Bio-Landwirtschaft ein und haben mit Schülern bislang elf "Trinkwasser-Wälder" gepflanzt. Kowalsky will die heimatliche Rhön zur blühenden Biosphäre machen. Und dann ist da noch ihr Traum, dass Lizenznehmer in

ZUR PERSON

Peter Kowalsky

"Ökomanager des Jahres 2007" und "Mittelständler des Jahres 2007": Das sind nur zwei der Auszeichnungen, die Peter Kowalsky im Laufe seiner Karriere erhalten hat. Er wurde 1968 in Ostheim vor der Rhön geboren. Sein Studium am Wissenschaftszentrum Weihenstephan für Ernährung, Landnutzung und Umwelt an der Technischen Universität München schloss Peter Kowalsky als Diplom-Brauingenieur ab. Gemeinsam mit Stiefvater Dieter Leipold, dem eigentlichen Erfinder, entwickelte er Bionade.

anderen Ländern mit einheimischen Zutaten Bionade brauen. "In Mexiko gibt es unglaublich viele übergewichtige und zuckerkranke Menschen, weil es kein sauberes Trinkwasser gibt und die Leute fast nur Cola trinken", nennt Kowalsky ein Beispiel. Bionade könnte daran etwas ändern, hoffen die Brauer. Daraus wurde zwar bislang nichts, aber sie engagieren sich anders: "Wir beziehen unseren gesamten Ingwer aus den Baumgärten von Xicotepeque. Dort wächst er inmitten der Wälder und wird mit der Hand bearbeitet", erzählt Kowalsky. "Der Anbau ist zu 100 Prozent Bio und fügt sich wunderbar in die Landschaft des Regenwaldes ein. Vor allem aber ist es eine neue Möglichkeit für die Kleinbauern Geld zu verdienen. Toll ist, dass es keinen Zwischenhändler gibt. Das Geld wird direkt an die Bauern gezahlt. So bekommen sie mehr Geld für ihre Arbeit als normalerweise, die gezahlten Preise sind fair."

Achtung und Respekt vor anderen sind auch das Wichtigste, das Peter Kowalsky und seine Frau Tanja ihrer 13-jährigen Tochter mitgeben wollen auf ihren Lebensweg. "Sie soll in einer Welt aufwachsen, in der die Menschen wieder rücksichtsvoller miteinander umgehen und in der andere Dinge außer Geld auch einen Wert haben." Er hofft, dass auch sie "einmal etwas macht, an dem sie viel Freude hat, das sie ausfüllt und das sie mit Leidenschaft macht".

Optimismus, Leidenschaft, Begeisterung

Leidenschaft und Begeisterung treiben auch ihn an – neben Optimismus und dem "Glauben an das Gute". Auch Kritik ändert nichts an dieser Lebensfreude, die er ausstrahlt: 2009 wurde gemeinsam mit der Radeberger Gruppe, die Teil des Oetker-Konzerns ist, die Bionade GmbH neu gegründet. Produktion und Vertrieb wurden dadurch erleichtert und die Familie endlich schuldenfrei. Doch viele Fans der Marke konnten dies nur schwer verdauen. Für Peter Kowalsky steht die Kooperation nicht im Widerspruch zu seinen Prinzipien: "Wir hätten es nicht gemacht, wenn wir nicht sicher gewesen wären, dass der neue Partner unser Anliegen versteht." Um das zu prüfen, sind sie mit August Oetker "als erstes auf das Holunderfeld gestapft, von dem wir unseren Bioholunder beziehen" und haben ihm alles erklärt. Kowalsky ist sicher: "Jetzt geht es erst richtig **Hildegard Mathies** los."



Familienmensch: Mit Mutter Sigrid und Dieter Leipold.