



Im Jahr 2008 warb das Unternehmen mit gewitzten Botschaften.

Ein Erfrischungsgetränk im Trend

Bionade

Was einst als Getränk für Kurkliniken und Fitnessstudios begann, darf heute in keiner Szene-keipe, keinem Restaurant und keinem Café mehr fehlen. Die Bionade ist überall im Lande angekommen und macht sich nun global auf den Weg.  Tina Adomako

Die Geschichte klingt wie ein Märchen. Eine kleine Brauerei in Franken steht kurz vor der Pleite. Da überlegt sich der Bierbrauer, wie er die Familienfirma retten kann. Vielleicht mit einer Alternative zu Bier? Ein gesundes Getränk für Kinder? Nächstelang grübelt und experimentiert der Brauer in seiner Küche. Wie man Bier braut, weiß er. So spricht er zu seiner Gattin: „Ich will mit Mikroorganismen ein Braugetränk herstellen. Wie Bier. Aber ohne Alkohol. Damit alle Leute, groß und klein, es immer und überall trinken können. Dafür brauche ich die Badewanne.“ „Nur zu, lieber Dieter“, erwidert diese, „du schaffst das! Und ich weiß auch schon einen Namen. Wir werden dein Gebräu Bionade taufen.“ Und so kam es, dass der Brauer ein Getränk schuf, das innerhalb kurzer Zeit zum Szenetrunk im ganzen Lande wurde. Da ärgerten sich die Zweifler, die ihn belächelt hatten, und große Multis boten dem Brauer viel Geld für seine kleine Firma an. Doch der Dieter lehnte ab. Er habe doch nicht das Familienunternehmen gerettet, nur um es zu verkaufen. Und er übergab die Firma seinen

Söhnen, Stephan und Peter Kowalsky, die ... Aber das erzähle ich euch erst am Ende.

Rohstoffe aus der Region

Erfunden hat die Bionade Diplom-Braumeister Dieter Leipold. 1995 wurde die Firma mit neun Mitarbeitern gegründet, heute hat sich deren Zahl mehr als verzehnfacht. Während allorts rückläufige Produktionszahlen beklagt werden, ist die Bionade-Produktion seit 2003 über 100 Prozent gestiegen, von zwei auf mehr als 200 Millionen Flaschen pro Jahr! Bionade wird in mittlerweile fünf Geschmacksrichtungen wie Bier durch einen Gärungsprozess gebraut, enthält aber keinen Alkohol. Für die Herstellung verwendet die Brausefirma möglichst Rohstoffe aus der Region. Braugerste und Holunder stammen von Biolandwirten aus der Umgebung und auch die Quitte für die neueste Sorte wird im Biosphärenreservat Rhön angebaut. „Wir wollen einen Teil des Erfolgs in unserer Region lassen“, sagt Peter Kowalsky. Deshalb gründete er 2005 mit einem befreundeten

Biobauern das Projekt Bio-Landbau Rhön, um den eigenen Bedarf an Rohstoffen in Bioqualität zu sichern. Die Macher der Bionade haben sich aber nicht nur Bio, sondern auch Nachhaltigkeit auf die Fahne geschrieben. Ziel ist, bis 2013 in allen Unternehmensteilen CO₂-neutral zu produzieren und zu arbeiten. Dafür werden diverse CO₂-reduzierende Maßnahmen eingesetzt. Außerdem engagiert sich die Firma für Ökoprojekte wie die Aktion Trinkwasserwald, mit der Laubwälder aufgeforstet werden. Diese sollen zusätzliches Grundwasser generieren und somit die Menge an Wasser kompensieren, die das Unternehmen zur Herstellung seiner Produkte benötigt. Für so viel Engagement und Einsatz hat es viel Lob gegeben, selbst für die Werbung. Im Dezember wurden die Kowalskys vom Art Directors Club als Kunde des Jahres gekürt.

Das Image bröckelt

Doch das tolle Image hat auch Risse bekommen. Die Ingwer-Orange-Bionade erhielt bei Ökotest nur die Note „befriedigend“. Grund: zu viel Nickel und viel mehr Zucker als auf der Flasche angegeben. Dass das Präfix „Bio“ nicht immer ein Garant für einwandfreie Kost ist, zeigt auch die Rückrufaktion für Bionade im Herbst 2008. Die benutzten Rohstoffe könnten teilweise nicht den Qualitätsansprüchen an die Lebensmittelhygiene genügen, teilte das Unternehmen mit. Auch das Image als kleines Familienunternehmen stimmt nicht mehr: Im Oktober 2009 übernahm der Oetker-Konzern die Mehrheit an der Brausefirma und will nun die Internationalisierung vorantreiben. „Wir wollen nicht, dass Bionade so etwas wie eine kleine Szenelimo in Deutschland bleibt“, erklärte Stephan Kowalsky. Erst vor Kurzem hat Bionade das Changemaker-Manifest unterzeichnet, mit dem Firmen sich zur Nachhaltigkeit verpflichten. „Wir wollen mit Anstand Geld verdienen. Wir müssen mit gutem Beispiel vorangehen“, hatte Peter Kowalsky betont. Ob das mit einem auf internationale Expansion setzenden Konzern garantiert ist, und wie viel vom Bionade-Märchen übrig bleibt, wird die Zeit zeigen.



Brause am Puls der Zeit.