

## **Die BIONADE Story: Wie das Märchen vom ungarischen Wundertrank Hamburgs Szenekneipen aufmischte**

*Ein fränkischer Braumeister, der gegen alle Widerstände an seine Idee glaubt, eine aufgeschlossene Großstadt, in der Limo aus Bierflaschen plötzlich „hip“ ist und vertauschte Etiketten, die einen unerwarteten Mythos spinnen – das ist der Stoff, aus dem die BIONADE Story ist.*

Familienbetriebe haben es im globalen Business nicht leicht. Bei der Privatbrauerei Peter aus Ostheim in der Rhön sind Mitte der 80er Jahre aufgrund der wirtschaftlichen Situation dringend neue Ideen gefragt. Diplom-Braumeister Dieter Leipold lässt der Gedanke an ein alkoholfreies Erfrischungsgetränk für Kinder nicht los. Es soll auf Basis von Malz und Wasser nach dem typischen Brauverfahren hergestellt wird – eine gesunde Limonade ohne chemische Zusätze eben.

### **Die Vision: Bio-Limo nach dem Brauverfahren**

Leipold forscht fast ein Jahrzehnt, bis er 1995 die richtige Formel gefunden hat: Für seine neue Limonade verwendet er ausschließlich Rohstoffe aus kontrolliert-biologischem Anbau. Seine Kreation nennt er BIONADE. Sie wird durch Fermentation, also Vergärung, von Malz gewonnen. Im Gegensatz zum Bierbrauverfahren entsteht hierbei jedoch kein Alkohol, sondern Gluconsäure. Diese sorgt für den typischen leicht herben Geschmack und dient zugleich zur Konservierung. Durch den Zusatz von Kohlensäure sowie Frucht- und Kräuteraromen kreiert der Braumeister einen sprudelnd-frischen Durstlöscher auf natürlicher Basis.

### **Vertauschte Ungarn-Etiketten erregen Aufmerksamkeit**

Auf der Suche nach Absatzkanälen für die Erfindung seines Stiefvaters treibt es Peter Kowalsky, heute Geschäftsführer der BIONADE GmbH, 1997 bis in den hohen Norden der Republik. Mit Erfolg: In Hamburg, mehr als 450 Kilometer von Ostheim entfernt, zeigt sich der Großhändler Goettsche interessiert für die Bio-Limonade. Er bestellt mehrere Kisten, um sie an die angesagte Szene-Gastronomie im Hamburger Schanzenviertel zu verkaufen.

Zum gleichen Zeitpunkt hofft man bei BIONADE auf Erfolg in Osteuropa und druckt für Ungarn Rückenetiketten in der Landessprache. Versehentlich landet ausgerechnet eine Palette ungarischer Kisten in Hamburg. Und als die ersten BIONADE Flaschen mit ungarischer Beschriftung in In-Kneipen und auf Medienparties der Hansestadt kursieren, macht in der Szene schnell das Märchen vom osteuropäischen Bio-Getränk speziell für Sportler und Schwangere die Runde. Das Missgeschick entwickelt sich zum Glücksfall, denn die Hamburger Kreativ- und Medienszene ist immer auf der Suche nach neuen Trends: Die Zahl der Menschen, die sich für das vermeintlich aus Ungarn stammende exotische Getränk begeistern, steigt. Und als die



Wahrheit ans Licht kommt, hat BIONADE schon viele Trendsetter und Multiplikatoren aus Presse und Agenturen für sich eingenommen.

Die Telefone in Ostheim stehen von nun an nicht mehr still. „Wir wussten gar nicht, was da oben in Hamburg eigentlich los ist“, erinnert sich Peter Kowalsky. „Dieser Moment war der Startschuss für unseren großen Erfolg: Laufend gingen neue Bestellungen ein.“ Der Trend aus Hamburg schwappt in den Folgejahren nach und nach auf andere Großstädte über: Auch Gastronomen aus Berlin oder Köln ordern jetzt die Bio-Limonade.

### **Handelsketten listen BIONADE**

Das BIONADE Fieber in Hamburg erhält durch Ausschankaktionen auf Trendsport-Veranstaltungen wie der Alsterrunde für Inline-Skater zusätzliche Impulse. Gegen Ende 2003 berichten zwei namhafte Wirtschaftsmagazine über das erfolgreiche Erfrischungsgetränk aus der Rhön. Daraufhin wollen Metro und Budnikowsky BIONADE unbedingt in ihr Sortiment aufnehmen. So gelingt der vorsichtige Übergang vom Szene-Getränk der Gastronomie in eine steigende Zahl deutscher Haushalte: Verliehen zwischen 2002 und 2003 noch 2 Millionen Flaschen die Brauerei in Ostheim, ist es im Jahr 2005 bereits die zehnfache Menge.

Heute ist BIONADE im Handel sowie in der Gastronomie und Hotellerie erhältlich und beliefert Kindergärten, Schulen und Kantinen. Im vergangenen Jahr setzte das Familienunternehmen allein in Deutschland 200 Millionen Flaschen ab. In über 20 Ländern ist BIONADE erhältlich, darunter die USA, Japan und zahlreiche Märkte West- und Südeuropas. Von der explosionsartigen Nachfrage profitiert auch die Heimatregion der Bio-Limonade, denn die BIONADE GmbH bezieht den größten Teil ihrer Rohstoffe von Öko-Bauern aus der Rhön.

Mit der „Danke Hamburg“-Aktion, die am 29. Juli 2008 startet, sendet das Unternehmen nun ein Dankeschön an seine Kunden und Fans der ersten Stunde. Denn in Ostheim in der Rhön hat man nicht vergessen, dass sie an der märchenhaften Erfolgsgeschichte maßgeblich beteiligt waren.

Ostheim/Hamburg, 29.07.2008

**Pressekontakt** – für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich an:

lauffeuer Kommunikation GmbH | Fabian Menzel | Bernstorffstr. 120 | 22767 Hamburg  
T: 040 / 68 987 68-18 | F: 040 /68 987 68-11 | Mail: fm@lauffeuer-kommunikation.de