



André Herbst (oben) sorgt dafür, dass in Bionade auch drin ist, wo Bionade drauf steht und Oliver Freidler (unten) verkauft sie

BIONADE

Ökobrause fürs Volk

In der bayerischen Provinz wird gerade eine unglaubliche Erfolgsgeschichte geschrieben: die von einer kleinen Privatbrauerei, die der Nachfrage nach ihrem begehrtem Öko-Trunk kaum mehr standhalten kann.

Man hätte es sich denken können. So lang die Vorwahl von Ostheim in der Rhön, so lang die Autofahrt über Land- und Dorfstraßen, die sich durch endlose Pampa pflügen. Natur, so weit das Auge reicht: Biosphärenreservat, grüne Hügel, Schafe, die sich ihre Mäuler stopfen. Konzentration ist gefordert, um nicht irgendwo im Nirgendwo zu landen. Dann endlich: Paletten mit Bionade-Kisten, die sich links der Straße wie eine Mauer auftürmen. Gegenüber davon ein paar ockerfarbene Gebäude, die sich unscheinbar ins Gelände ducken. Hier also, in einem unterfränkischen Dreitausend-Seelen-Städtchen, ist Deutschlands momentanes Brause-Kultgetränk Nummer Eins zu Hause. Hier sitzt der Erfolg.

Fast eine Million Flaschen werden in der Privatbrauerei Peter täglich gefüllt, verkorkt, etikettiert, verladen. 2007 wurden an die 250 Millionen Flaschen verkauft – mehr als dreimal so viel wie im Vorjahr, über das Zwölfwache in 2005. „Wir brauchen kein Lager. Jede Flasche ist bereits verkauft bevor wir sie produzieren. Unser Problem ist eher, dass uns die Kästen ausgegangen sind. Dieses Jahr haben wir deshalb eine Million hinzugekauft, damit wir dem Wachstum standhalten können“, sagt Stephan Kowalsky, Betriebsbraumeister und -leiter während er übers Betriebsgelände führt und auf die Abfüllanlage zusteuert, die unter ohrenbetäubendem Lärm Flaschen wie stramme Soldaten aufmarschieren lässt.

Daina Brink, 29, schiebt eine Schubkarre voll Glasscherben über den glitschigen Fliesenboden. „Gerade sind etwa 20 Flaschen durch die Maschine geflogen. Ich musste sie sofort anhalten und erst mal das ganze Chaos beseitigen, bevor ich weiter etikettieren konnte“, schreit die Maschinenführerin gegen klirrendes

Glas und Maschinengestampfe an. Und erzählt im Nebenraum: „Man muss an der Anlage einen Hausfrauenblick haben, also das, was kommt, beobachten, aber auch das, was auf der andere Seite rausgeht.“

Dass Daina Brink einmal Brause aufs Förderband schickt, hatte sie so nicht geplant. Nach der Mittleren Reife hatte sie erst einmal eine Ausbildung zur Einzelhandelskauffrau gemacht, dann in einem Callcenter gearbeitet, eine Ausbildung zur Fachkraft für Finanzwirtschaft begonnen, bevor sie arbeitslos wurde und Bionade in Kästen einsetzte. Bis ihr angeboten wurde: Zwei Monate hast du Zeit dich an der Abfüllanlage einzuarbeiten. Entweder es klappt oder es klappt nicht. „Die Chance habe ich natürlich wahrgenommen, denn ich wollte hier arbeiten“, erzählt Daina Brink.

Im Schichtdienst von 6 bis 14 Uhr oder von 14 bis 22 Uhr passt sie nun auf, dass alles stimmt, wenn die Brause den Hof verlässt. Was heißt: Deckel drauf und die richtigen Etiketten an der richtigen Stelle. „Mittlerweile höre ich schon, wenn auf dem Band eine Flasche umfällt. Dafür wurde entwickelt ein Lauf der Zeit ein Ohr“, sagt sie. Als Daina Brink vor drei Jahren angefangen hat in der Abfüllanlage, hätten sie noch 400 Hektoliter abgefüllt, heute sei es die doppelte Menge. „Es ist schon Wahnsinn, was in der letzten Zeit passiert ist“, sagt sie.

Das offizielle Getränk einer besseren Welt

An die 20 Lastwagen rollen täglich hinaus in die Welt, vor zehn Jahren wäre man wahrscheinlich über einen froh gewesen. Nachdem der heute 70-jährige Dieter Leipold, Braumeister, Erfinder und Inhaber der Patente und Markenrechte von Bionade, acht Jahre mit Reagenzgläsern und Kolben im heimischen



Badezimmer experimentierte, das ein oder andere Mal die ganz Schoße in die Luft geflogen war, war zwar 1995 endlich der Bakterienstamm gefunden, der beim Fermentieren von Hefe Gluconsäure produziert und so verhindert, dass der Malzzucker in Alkohol umgewandelt wird, doch keiner wollte das fruchtig-feinherbe Öko-Gebräu trinken. „Das Ziel, auf biologischem Weg ein Getränk herzustellen, das genauso wie Bier gebraut wird, aber keinen Alkohol enthält, war erreicht, aber unsere Familie hat bestimmt fünf Jahre lang in ganz Deutschland jeden größeren Getränkehändler abgeklappert, ohne dass sich jemand groß dafür interessiert hätte“, erinnert sich Stephan Kowalsky, der zusammen mit Mutter, Bruder und Stiefvater die Firma leitet. Bis 2001 ein Hamburger Getränkehändler, der die Hamburger Szenekneipe beliefert, das bunte Volk aus Medienleuten, Werbern und Meinungsmachern langsam auf den Geschmack brachte. „Fünf Jahre hat es dann noch gebraucht, bis das Getränk wirklich angenommen und bekannt war, und die Szene zum brodeln anfang“, erzählt Kowalsky. Nach

„Der Wunsch bei Bionade zu arbeiten, muss von Herzen kommen, und die Motivation muss da sein. Der Rest kommt dann schon von alleine.“

dem Erfolg in der Gastronomie eroberte Bionade die Drogeriemärkte der Budnikowski-Kette. Der Rest verlief wie von selbst dem neuen Trunk.

Vielleicht weil die Fläschchen aus der 1827 gegründeten Familienbrauerei für eine bestimmte Lebenshaltung stehen: gesund, weltoffen, genussorientiert. Das Konzept vom „offiziellen Getränk einer besseren Welt“, das auf Qualität, Geschmack und Familie setzt, geht auf. „Durch Mundpropaganda das Produkt anschubsen und dann laufen lassen“, erklärt Kowalsky den Erfolg von Bionade. „Man muss dem Produkt Zeit geben, sich selbst zu entwickeln. Das Pflänzchen muss wachsen.“

Mittlerweile besitzt es kräftige Triebe. Bionade steht heute in nahezu jedem Getränkeregale, darf deutschlandweit in keiner Szenekneipe mehr fehlen

und wird bis nach Westeuropa, Nordeuropa, USA und Japan gekarrt. Sogar auf den Malediven und in Australien wird bereits Bionade entkorkt. Und mit Vertriebspartnern wie McCafe, Starbucks, Ikea, Rewe und Edeka ist das Kultgetränk im Mainstream angekommen. Die Sorten Litschi, Holunder, Ingwer-Orange, Kräuter und das Mineralgetränk „forte“, von denen niemand vermutet hätte, dass sie einmal in aller Munde sein könnten – heute sind sie es.

Auf 170 Mitarbeiter ist der Betrieb inzwischen angewachsen. Allein 2007 wurden über hundert Leute eingestellt. „Der Wunsch bei Bionade zu arbeiten, muss von Herzen kommen und die Motivation muss da sein. Der Rest kommt dann schon von alleine“, beschreibt Stephan Kowalsky seine Mitarbeiter-Philosophie. Aber letztendlich würden sich die meisten Jobs durch Empfehlung ergeben oder durch Mitarbeiter, die in ihre Position hineingewachsen sind, wie zum Beispiel André Herbst, 22.

Als Aushilfsarbeiter hat er angefangen, hat mitgeholfen Räume zu verputzen und zu streichen, als sich das erste

Fernsehteam angemeldet hatte, fuhr Gabelstapler, als ihm schließlich eine Ausbildung zum Brauer und Mälzer angeboten wurde. Inzwischen ist André Herbst im dritten Ausbildungsjahr, lernt wie man Gerste, Hopfen und Malz zu etwas Genießbarem verflüssigen kann, mischt im Sudhaus Zucker, Gluconsäure und Aromastoffe zu Bionadesirup, versetzt alles mit Kohlendioxid und Wasser, und sein Chef ist zufrieden: „André hat sich zu einem super Mitarbeiter entwickelt. Das läuft. Da kann man vielleicht noch etwas ausbauen.“

Von 6 bis 14 Uhr oder von 22 bis 5, 6 Uhr morgens bringt André Herbst den Kupferkessel zum Sieden – Arbeitszeiten, bei denen man den einen oder anderen aus dem Bett prügeln müsste. Doch der Brauer-Azubi sagt: „Ich bin jung, da packt man das schon!“ Mit dem Schöpf-

becher entnimmt er dem Tank eine Probe. „Schmeckt“, meint er. „Das ist ein ganz neues Produkt, das wir hier brauen. Das macht die Arbeit spannend, weil man noch den einen oder anderen Verbesserungsvorschlag einbringen kann, man am Entstehungsprozess hautnah dabei ist.“ Über die Zeit sei er stolz darauf geworden hier zu arbeiten, auch weil sich in Ostheim viele über den Erfolg von Bionade freuen würden, der ihnen Brause und Arbeitsplätze obendrein beschert.

Tanja Frickmann ist aus Niedersachsen extra ins Fränkische gezogen, um nach ihrem Brauwesen- und Getränke-technologie-Studium beim Bionade-Boom mitzumischen. Im Labor, das eher an eine Küche mit Spüle und Hightech-Elektrogeräte in Edelstahl erinnert, analysiert die 22-jährige Diplom-Ingenieurin den Öko-Softdrink mit chemisch-technischen Verfahren. Tanja Frickmann ist die Flaschenpolizei, die jeden Langhals rigoros aus dem Verkehr zieht, der irgendwie auffällig wird. „Zucker-, Säure- und CO₂-Gehalt müssen bestimmte Parameter erfüllen, damit wir stets ein gleiches Produkt mit gleich bleibender Qualität garantieren können“, sagt sie und steckt eine Flasche in den Schüttler, der prüfen soll, ob die Kohlensäure später nicht mal den Kronkorken vom Flaschenhals sprengt.

Schon zu Studiumszeiten stand bei Tanja Frickmann Bionade im WG-Kühlschrank. Doch das war nicht der ausschlaggebende Grund, warum sie ihre Fühler dort hin ausstreckte. „Bionade ist ein sehr interessantes Produkt einer jungen, dynamischen Firma. Weil die Brauerei immer noch wächst und sich verändert, passiert viel Neues. Da stellen sich täglich neue Herausforderungen.“

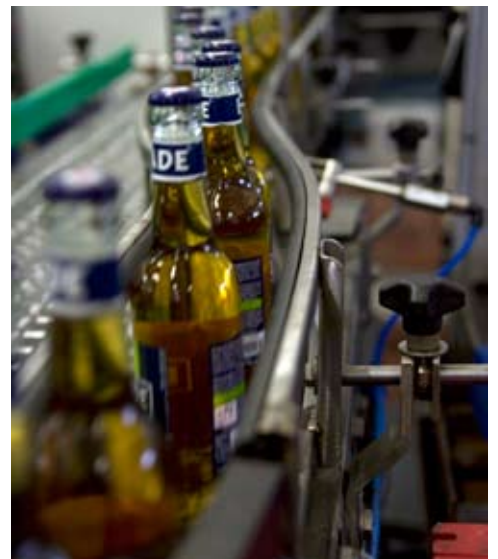
Auch Oliver Freidler hat die enorme Schubkraft des rasant wachsenden Unternehmens mitgerissen. Jede Woche reist der 22-jährige Schwabe aus dem etwa 300 Kilometer entfernten Reutlingen an, um bei Bionade seine betriebliche Ausbildung im Rahmen eines dreijährigen Betriebswirtschaftsstudiums Richtung Industrie zu absolvieren. In den vier Wochen, die der Berufsakademie-Student nun hier ist, hat er alle Ab-



Herrn über täglich eine halbe Million Flaschen: Maschinenführerin Daina Brink



Die Qualitätsprüferin: Diplom-Ingenieurin Tanja Frickmann



Flaschenaufmarsch in der Abfüllanlage

teilungen im Betrieb durchlaufen: von der Abfüllanlage, wo er mitgeholfen hat, die Kästen zu sortieren bis ins Büro, wo er Bestellungen entgegen genommen hat.

Heute hat Oliver Freidler Preiserhöhungen für die Getränke ins Betriebssystem eingepflegt. Außerdem hat er den Auftrag bekommen, sich schlau zu machen, was ein Organigramm ist und wie man das erstellt. „Ich wurde von Anfang an in den Arbeitsablauf integriert und als vollwertiges Mitglied betrachtet. Dementsprechend sind mir gleich viele Aufgaben übertragen worden, die ich eigenständig erledige“, erzählt er.

„Wir lassen unseren Mitarbeitern den nötigen Freiraum, sich zu entfalten“, sagt Stephan Kowalsky. „Mittlerweile haben wir auch Abteilungsleiter, die eigenverantwortlich ihren eigenen, kleinen Betrieb im Betrieb führen und ihre eigenen Ideen und Forderungen einbringen.“ Soeben habe eine Journalist angerufen und gefragt, warum Bionade ein Öko-Label

trage, wenn doch jedes Brauereiprodukt hierzulande sowieso nach dem Reinheitsgebot gebraut werde. „Wir wollen unsere Produkte noch mehr in einem Bioumfeld und in Bioqualität anbauen lassen, um eine Oase zu schaffen, die frei von Spritzmitteln und Pestiziden ist und von der jeder hier in der Region etwas hat. Das alles steckt letztendlich in dem Produkt drin“, antwortet Kowalsky. Weil immer mehr Bauern Braugerste, Holunder und Zuckerrüben ökologisch anbauen wollen, sei die Region zum Biolandbau-Rhön geworden, würden sich Menschen finden, die diese Philosophie mitleben wollen.

Die kleine Brauerei hat ein großes Ziel: „Wir wollen, dass unser Getränk ein Volksgetränk wird“, sagt Kowalsky. Um das zu erreichen, wolle man noch viel umbauen und verbessern, sollen die Vertriebswege weiter ausgebaut werden. „Wir haben jetzt in Deutschland einen Bekanntheitsgrad von etwa 30 Prozent,

in den ländlichen Gebieten kennt uns noch kaum jemand. Allein in Deutschland gibt es da noch unheimlich viel Potenzial. Solange die Leute unser Getränk wollen, werden wir deshalb den Bedarf stillen“, verspricht der Braumeister.

Die Großen der internationalen Getränkeindustrie knirschen schon mit den Zähnen. Coca Cola hat bereits ein Kaufangebot eingereicht. Aber Kowalsky sagt: „Wir werden uns nicht an die Großen verkaufen.“ Goliath hat keine Chance gegen David. Kowalsky ist überzeugt: „Das, was wir hier machen, ist echt und ehrlich zum Anfassen, das ist nicht irgendeine Nummer von einem Giganten, der die x-te Brause rausbringt. Die Großen können solche Geschichten gar nicht erfinden, nicht solch eine Aura aufbauen.“ ☺

Kontakt: Bionade, Nordheimer Str. 14, 97645 Ostheim/Rhön, Tel. 09777-910112, www.bionade.de