



Bundesverband Deutscher
Unternehmensberater BDU e.V.

Laudatio

anlässlich der Preisverleihung

BDU ManagerAward 2008

Peter Kowalsky, Geschäftsführer Bionade GmbH

Stuttgart
30.10.2008

vorgetragen durch

Malte W. Wilkes
Unternehmensberater CMC

Ehren-Präsident des

Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V.

Vorstand
IFAM AG

Es gilt das gesprochene Wort



Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Gäste des heutigen BDU-Festabends,

außergewöhnliche Geschichten des wirtschaftlichen Aufstiegs hören wir in der Regel aus den USA. Amerikaner können ihre Stories nämlich gut erzählen. Story telling ist so ein eigenständiges werbliches Stilmittel geworden. Die Menschen sind gerne von einer nicht alltäglichen Idee oder einem unscheinbaren Nischenprodukt fasziniert, wenn daraus im Laufe der Zeit eine außergewöhnliche Erfolgsstory wird.

Wir Deutschen halten uns mit dieser Kultur des Staunens und Bewunderns deutlich zurück. Gleichwohl gibt es auch hier immer wieder großartige Beispiele besonderer unternehmerischer Gestaltung. Gleichwohl haben Menschen Mut und Kraft etwas aufzubauen, Rückschläge hinzunehmen und letztendlich auch unternehmerisch durchzusetzen. Joseph Schumpeter, der große Denker über die Innovation, schrieb uns schon 1912 in seiner „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ ins Stammbuch: *„Eine Minorität von Leuten mit einer schärferen Intelligenz und einer beweglicheren Phantasie sehen zahllose neue Kombinationen. Mit offeneren Augen blicken sie in die alltäglichen Vorkommnisse und eine Menge Ideen suggerieren sich ihnen wie von selbst... Dann aber gibt es eine noch geringere Minorität – und diese handelt!... Die neuen Kombinationen kann man immer haben, aber das Unentbehrliche und Entscheidende ist die Tat und die Kraft zur Tat ... Es ist jener Typus, der hedonisches Gleichgewicht weachtet und nicht ängstlich auf das Risiko blickt...“*

Es ist die Tat, die ihn lockt.“

Die Ausgangslage

Der Name "Limonade" leitet sich vermutlich vom spanischen "Limonata" ab, einem Erfrischungsgetränk aus Wasser, Zucker und Limonen- oder Zitronensaft, das bereits im 16./17. Jahrhundert in Spanien und Italien bekannt war. Und seit dem hat sich an dem Produkt bis in die 90er Jahre so gut wie nichts geändert.

Bis nach hunderten von Jahren ein intelligenter Täter kam. Ein Überzeugungstäter. Der ManagerAward-Preisträger 2008, Peter Kowalsky. Er ist geschäftsführender Gesellschafter der fränkischen Bionade GmbH mit Sitz in Ostheim.

Bionade - ein Wortspiel aus biologisch und Limonade - gilt als erstes alkoholfreies Erfrischungsgetränk, das durch die Vergärung – der Fermentation - von Malz, ohne jeglichen chemischen Zusatz und ausschließlich aus kontrolliert-biologischen Rohstoffen hergestellt wird. Das patentierte Herstellungsverfahren ähnelt dem von Bier. Nur Brauereien können die Biobrause produzieren.

Die besondere Leistung

An der technischen Universität Weihenstephan bei München studierte Peter Kowalsky Brauingenieurwesen und steht in der Nachfolge einer im Jahr 1827 gegründeten Familienbrauerei – der Peter-Brauerei mit der Marke Rhön Pils –, die in den 80er und 90er Jahren immer stärker mit wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu kämpfen hatte. Das von seinem Stiefvater Dieter Leipold in den 90er-Jahren entwickelte Limonadengetränk - er träumte von einer „Fanta ohne Chemie“ - macht unser diesjähriger Preisträger aber in der Folge zu einer besonderen Erfolgsgeschichte.

Die Herausforderung ist von Beginn an groß: Wie schaffe ich es, eine echte Innovation in der Getränkeherstellung zum Endverbraucher zu bringen? Der Start mit dem neuen Produkt fällt holprig aus. Große deutsche Brauereien winken nur ab, als ihnen die Lizenz zur Patentnutzung angeboten wird. Selbst Risikokapitalgeber lassen sich nicht überzeugen. Geld für aufwendige Werbe- und Marketing-



kampagnen ist daher nicht vorhanden. Von Millionen-Budgets zur Produkteinführung und zur Listung im Handel - wie bei den Branchenschwergewichten üblich - kann man in Ostheim nur träumen. Die Bionade und ihre Macher stecken im Teufelskreis: kein Geld – keine Werbung – keine Marktchance.

Trotzdem glauben Peter Kowalsky und Familie hartnäckig an ihr Produkt. Ende der 90er-Jahre kommt der unerwartete Durchbruch. Mit Unterstützung eines großen Hamburger Getränkehändlers und bekennenden Bionade-Anhänger entwickelt sich die Biolimo in der Hansestadt zum Szenegerränk. Anschließend wird es in das Verkaufsprogramm einer norddeutschen Drogeriekette aufgenommen. Eine Logistikkoooperation öffnet anschließend die Tür zum bundesweiten Vertrieb.

Die Nachfrage ist seitdem rasant gestiegen: Verließen im Jahr 2003 rund 2 Millionen Flaschen der Bio-Limonade die Produktionsstätte in der Rhön, so sind es heute mittlerweile rund 200 Millionen.

Auf der Vertriebsseite hat Kowalsky dabei in den letzten Jahren beachtliche Ergebnisse erzielt. Bionade gibt es jetzt in fast jedem Supermarkt, in Kneipen, Bars und Restaurants, bei der Bahn oder bei Cafe-Ketten wie zum Beispiel Starbucks. Kürzlich schaffte Kowalsky auch den Einstieg bei McCafé. Die nächsten Pläne des Bionade-Geschäftsführers: Er plant, den Verkauf seiner gebrauten Limonade auf den amerikanischen Markt auszudehnen.

Die Jury-Begründung

Die Jury des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater BDU e.V., – bestehend aus Roland Berger, Jochen Kienbaum, Rémi Redley, Antonio Schnieder, Tom Sommerlatte und Malte W. Wilkes – sieht in den Leistungen ein Musterbeispiel für erforderliche Hartnäckigkeit und kreative Problemlösungskompetenz. So werden unternehmerische Visionen umgesetzt.

Deshalb zeichnet die Jury mit dem BDU-ManagerAward 2008 Bionade Inhaber Peter Kowalsky als „innovativen Täter“ aus. Für die Verwirklichung einer innovativen Geschäftsidee mit langem Atem und die beeindruckenden Leistungen im Produktvertrieb.

Herzlichen Glückwunsch.