



## PRESSEMITTEILUNG

### **Erst die Wertschätzung, dann die Wertschöpfung**

Nach 30 Jahren Bionade setzt Braumeister Peter Kowalsky jetzt auf Nahrungsergänzungsmittel mit Mehrwert

**Deutschland hat gar keinen Durst. Und dennoch hat er 30 Jahre lang „Bionade“ gemacht. Jetzt widmet er sich einem neuen Projekt: der Lebensenergie zum Trinken. Er hat dem Kulturwandel sein Leben verschrieben. Daher erhielt er jetzt unter dem Motto „KulturenWandeln“ beim 58. Jahreskongress des Club 55 in Baveno am Logo Maggiore in Italien den begehrten Special Award. Dieser wird jährlich von der renommierten Gemeinschaft der Europäischen Marketing- und Vertriebsexperten verliehen. Peter Kowalskys Plädoyer für die starke Marke, den Glauben an die eigenen Fähigkeiten und gute Energie.**

Auf der Bühne trägt er heute ein großes Karomuster auf dem blauen Anzug. Dazu eine rosa Krawatte und geblümtes Einstecktuch. Die lockigen Haare erinnern ein wenig an den jungen Albert Einstein. Peter Kowalsky ist eben ein Typ. Ein Braumeister der etwas anderen Art – nicht nur, weil er aus der Rhön stammt. „Aus einer Gegend, die keiner kennt“, so sagt er. Als sich dort kein Bier mehr verkaufen ließ, dachte seine Familie neu. In einem völlig gesättigten Markt und inmitten eines harten Verdrängungswettbewerbs starteten die Braumeister 1985 eine ungewöhnliche Produktentwicklung. „Mache das, woran du glaubst und nicht das, was andere dir versuchen zu erklären.“

1996 wurde „Bionade“ eingeführt – eine Bio-Limo gebraut nach deutschem Reinheitsgebot und bestehend aus natürlichen Rohstoffen. Ein Getränk als Statement. Entgegen jeder Erwartung wurde die Produktpalette mehr als 20 Jahre später sogar um das Thema Quitte erweitert. „Wir machen es trotzdem – das war immer unser Motto.“ Gute Nahrungsmittel und gesunde Produkte für alle – das war Kowalskys Vision. Und die wollte er konsequent realisieren – auch mit der Partnerschaft zu einem namhaften Fastfood Restaurant. Verstehen konnte das in der Getränkebranche keiner. Und auch das Gros der Verbraucher tat sich zunächst schwer damit. Doch Wille und Leidenschaft sorgten dann doch für einen unglaublichen Markterfolg.

„Unser Ziel war es, so groß wie Fanta zu werden – nur wussten wir gar nicht, wie groß die wirklich waren“, erinnert sich der Gründer und ehemalige Geschäftsführer des Öko-Brausegetränks. Inzwischen gehört das Unternehmen zu 100 Prozent dem Oetker-Konzern. Auch weil die Familienunternehmer den ein oder anderen strategischen Fehler begingen. Aber er weiß auch um die Kraft der Marke! Kowalsky hat sie hautnah erlebt – er plädiert für kluge Investitionen in das Branding: „Ihre Marke trägt Sie durch schwere Zeiten – wenn keine Bank mehr an Ihrer Seite bleibt, wenn Gesellschafter wechseln und sich die Zielgruppe wandelt. Vernachlässigen Sie daher die Marke nicht!“

Kontakt Club 55:

Präsident Wolf Hirschmann  
c/o SLOGAN Strategieberatung  
Postfach 4166  
D-70794 Filderstadt  
Mail: [wolf.hirschmann@slogan.de](mailto:wolf.hirschmann@slogan.de)  
Telefon 0049 7158 939020

Pressekontakt:

Dr. Simone Richter  
Titania Kommunikation  
Rüderner Straße 46  
D-73733 Esslingen  
Mail: [richter@titania-pr.de](mailto:richter@titania-pr.de)  
Telefon 0049 170-9031182



## **PRESSEMITTEILUNG**

Und wie sieht die Ära nach Bionade aus? Kowalsky greift erneut ein Thema auf, das zum Kulturwandel in der Gesellschaft passt: INJU heißt sein neues Produkt, das mehr ist als ein Nahrungsergänzungsmittel. Es enthält wertvolle Substanzen aus dem tropischen Regenwald und anerkannte Wirkstoffe. In der Produktkategorie „Natural Cell Tonic“ verortet, ist die Botschaft von INJU klar: „Alles was du wert bist, ist in dir drin. Jeder ist super – so wie er ist. Wir mobilisieren jene Energie, die nichts kostet und jeder von uns geben kann“, erklärt Kowalsky. Über eine HighTech-Methode verbindet das Produkt altbewährtes Pflanzenwissen mit einer optimalen Bio-Verfügbarkeit der enthaltenen Stoffe.

Am Ende will er mehr gute Laune, Aufmerksamkeit und Achtsamkeit in unsere Gesellschaft bringen. Daher will er für das neue Unternehmen auch eine völlig neue Gesellschaftsform entwickeln, die es bis dato auf dem Markt nicht gibt: Viele verschiedene Interessensgruppen sollen mittelfristig Bestandteil der Firma werden, sowohl mit Stimmengewalt als auch Gewinnbeteiligung. Mitarbeiter, Verbraucher, Logistiker, Investoren und alle anderen relevanten Gruppen sollen gleichermaßen in das neue Geschäftsmodell eingebunden werden – darunter auch die Natur selbst, die mit Gewinn- und Stimmanteilen vertreten sein soll. Die neue Unternehmenskultur wird also untermauert durch „designed by nature“. Kowalsky bringt es auf den Punkt: „Die Natur kann alles. Und da wir selbst Natur sind, steckt in uns das volle Potenzial. Nun geht es darum, die Verbindungen wieder herzustellen.“ Letztendlich will er das Produkt jedem bezahlbar zugänglich machen.

Natürlichkeit wieder zur Normalität machen. Menschen zurück in die Bahn bringen. Das Aufladen des Akkus ermöglichen. Und die Konsumenten mit Zufuhr fehlender Energie versorgen. Das alles steckt in INJU. Kowalsky gibt seinerseits Liebe und Leidenschaft dazu. „Jedes Produkt braucht seine Zeit, um erwachsen zu werden. Es muss laufen lernen, Krankheiten aushalten. Am Anfang muss man damit behutsam umgehen.“ Seine Erfahrung als Unternehmer und Ideengeber zeigt, dass anders Denken sehr wohl erfolgsversprechend ist. Und sein neues Unternehmenskonzept zeigt einmal mehr, dass sich Wertschöpfung erst aus der Wertschätzung bildet. Für den renommierten Club 55, die Gemeinschaft von Experten in Marketing und Vertrieb, repräsentiert Peter Kowalsky den „Kulturen Wandel“ auf eindrucksvolle Art und Weise. Der Special Award ist Wertschätzung und zugleich auch Ansporn für sein Wirken.

### **Informationen zu Peter Kowalsky**

Peter Kowalsky ist ein deutscher Unternehmer. In der eigenen Brauerei entwickelte seine Familie das „Öko-Brausegetränk“ Bionade. Die Geschichte der Firma ist ein spannender Beweis für Unternehmertum, für „Kultur-Kampf“, wenn ein Mittelständler sich mit den großen globalen Getränkekonzernen und dem Handel im Wettbewerb befindet. Nach dem Aufstieg von Bionade zum

Kontakt Club 55:

Präsident Wolf Hirschmann  
c/o SLOGAN Strategieberatung  
Postfach 4166  
D-70794 Filderstadt  
Mail: [wolf.hirschmann@slogan.de](mailto:wolf.hirschmann@slogan.de)  
Telefon 0049 7158 939020

Pressekontakt:

Dr. Simone Richter  
Titania Kommunikation  
Rüderner Straße 46  
D-73733 Esslingen  
Mail: [richter@titania-pr.de](mailto:richter@titania-pr.de)  
Telefon 0049 170-9031182



## **PRESSEMITTEILUNG**

Kultgetränk für „eine bessere Welt“ folgte der Unternehmensverkauf an die Radeberger-Gruppe als Teil des Oetker-Konzerns im Jahr 2012.

Heute ist Peter Kowalsky mit Getränken unter der Marke INJU aktiv – und greift erneut ein Thema auf, das zum Kulturwandel in der Gesellschaft passt: Lebensenergie zum Trinken. INJU enthält wertvolle Substanzen aus dem tropischen Regenwald und anerkannte Wirkstoffe.

### **Bildmaterial**

Die Bilder finden Sie unter folgendem Link:

<https://www.dropbox.com/sh/6o9jk11jttcp1uz/AACEiwJQCGc4J8LKIINACBsHa?dl=0>

Quellenhinweis: Wosilat Fotografie

### **Informationen zum Club 55**

Der Club 55 wurde im Jahr 1959 als Gemeinschaft europäischer Marketing- und Vertriebskoryphäen in Lugano gegründet. Das internationale Netzwerk für Trainer und Berater fungiert als Fachvereinigung hochkarätiger Experten und hat seinen juristischen Sitz in Genf (Schweiz). Die Mitgliederstruktur setzt sich aus maximal 55 Experten-Mitgliedern und einer Reihe an Spezialisten-Mitgliedern zusammen. Keine vergleichbare Organisation bringt so viele Kenner aus den Bereichen Marketing, Verkauf und Management zusammen. Die Mitglieder stammen aus Deutschland, der Schweiz, Österreich und Frankreich.

Langjährige Traditionen, anspruchsvolle Handlungen, innovativen Visionen – darauf fußt die „European Community of Experts in Marketing and Sales“. Die Mitglieder der Fachvereinigung sind nach einer eigenen Qualitäts- und Ethikcharta zu höchsten Standards in ihrer Arbeitsweise verpflichtet. Der Club 55 vergibt jährlich den „Award of Excellence“ an herausragende Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft.

[www.club55-experts.com](http://www.club55-experts.com)

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten.

#### **Kontakt Club 55:**

Präsident Wolf Hirschmann  
c/o SLOGAN Strategieberatung  
Postfach 4166  
D-70794 Filderstadt  
Mail: [wolf.hirschmann@slogan.de](mailto:wolf.hirschmann@slogan.de)  
Telefon 0049 7158 939020

#### **Pressekontakt:**

Dr. Simone Richter  
Titania Kommunikation  
Rüderner Straße 46  
D-73733 Esslingen  
Mail: [richter@titania-pr.de](mailto:richter@titania-pr.de)  
Telefon 0049 170-9031182