



Bionade-Erfinder Peter Kowalsky mit seinem neuen Getränk „Flash“ zu Gast beim Marketing-Club Göttingen.

FOTO: PFÖRTNER

## Kowalskys neue Energie

Weltpremiere in Göttingen: Bionade-Erfinder stellt sein neues Getränk in Göttingen vor

Von Britta Bielefeld

**Göttingen.** Bionade kennt jeder. Den Namen Peter Kowalsky nicht unbedingt. Der 49-Jährige Franke hat die Bionade erfunden und eine ausgesprochen bewegte Unternehmer-Geschichte. Jetzt hat er ein neues Getränk kreiert, „flash by INJU“. In Göttingen war am Dienstagabend Weltpremiere.

In seinem türkisfarbenen T-Shirt und in Jeans steht der einstige Shooting-Star der Deutschen Gründer-Szene in den Räumen der „Coworking by pro office“. Zwischen den meist Sakko tragenden Gästen des Marketing-Clubs Göttingen wirkt er fast ein wenig studentisch, zumindest deutlich jünger als fast 50. Ob das an seiner neuen Produktlinie liegt? „Energie“ ist ein Wort, das Kowalsky oft benutzt – und ausstrahlt. „Es geht darum, den Zeitgeist vorherzusehen“, sagt er im Gespräch. Der Wahlberliner ist durch und durch davon überzeugt, dass seine Inju-Produkte dem modernen Men-

schen helfen, und zwar durch „zeitgemäße Energieversorgung“.

In seinem Vortrag skizzierte der gelernte Braumeister zunächst auch das Auf und Ab der Bionade-Geschichte. „Wir haben zehn Jahre gebraucht, von der Idee bis zur Einführung“, sagte er, „und noch einmal zehn Jahre, bis wir damit mehr Geld eingenommen als ausgegeben haben.“ In seiner kleinen Familienbrauerei in der Rhön wollte er eine „gesunde Limonade für Kinder“ entwickeln. Zehn Jahre lang sei er täglich in den Keller gegangen, habe in den Kessel geguckt und „geforscht, geforscht, geforscht“. Dann war sie da, die erste Bionade. Natur statt Chemie, gebraut statt gemischt und mit wenig Zucker. Nur: „Niemand wollte sie haben“, sagt Kowalsky.

Bis die Hipster-Bars in Hamburg und Berlin das Getränk für sich entdeckten. Der Siegeszug habe in der Szenegastronomie und nicht wie geplant in den Rhöner Kindergärten stattgefunden. „Wir haben uns nie angebiedert“, sagt er. Und ge-

nau das fanden die Kunden super. In den Jahren 2005 bis 2007 erlebte Bionade die „Hochphase“, Kowalsky räumte Preise ab. Die Anteile seines Firmenpartners wurden im Jahr 2009 von einer Bank an den



Wir haben zehn Jahre gebraucht, von der Idee bis zur Einführung.

Peter Kowalsky,  
Braumeister

Oetker-Konzern verkauft. „Drei Jahre später haben auch wir verkauft, das war sehr schmerzhaft“, sagt Kowalsky. Eine Übernahme seiner Firma durch den Coca-Cola-

Konzern hatte seine Familie zuvor abgelehnt.

### Das Getränk gegen das „Energieloch“

Die Frage war: „Und jetzt?“, so der Unternehmer. Der Verkauf habe ihm kein finanziell sorgenfreies Leben bis zum Ende eingebracht. „Und dann kam Manuel“, sagt er. Mit einem Fläschen und einer Idee. Mit Manuel Kirsch, einem ehemaligen Fußball-Jugend-Nationalspieler, hat Kowalsky dann Inju, ein „Natural Cell Tonic“, entwickelt. Mit Inhaltsstoffen wie Q10, Propolis und Ginseng. Wenig später bringen sie die „Energie zum Trinken“ auf den Markt. Das war 2015. Ein halber Liter für 69 Euro – das war vielen Verbrauchern zu teuer. Aktuell will Kowalsky die Preise senken. Und: Er will mit einem ganz neuen Produkt die Firmen, Universitäten und Lokale der Republik erobern. Mit „Flash by Inju“.

Einem Erfrischungsgetränk, Ladenpreis etwas mehr als 1,50 Euro. Das Getränk gegen das „Energie-

loch“. Kowalsky spricht über Mitochondrien, die Kraftwerke in den Zellen, und darüber, dass der Körper keine Sinnesorgane dafür hat, Schwächen anzuzeigen, bevor er krank wird. Statt von „Litschi, Holunder und Gerste“ ist er heute von „Ginseng Q10 und Propolis“ überzeugt. Das neue Getränk „schmeckt wie Bionade, nur ganz anders“, sagt er. „Wir haben es gestern zum ersten Mal überhaupt abgefüllt.“ Die Wirkstoffe in der Limo würden dank des „Schweizer Verfahrens“ in maximaler Geschwindigkeit vom Körper aufgenommen. „Das können nur wir“, sagt der 49-Jährige.

Und dann dürfen die Mitglieder und Gäste des Göttinger Marketing-Clubs die nagelneue Brause probieren. Sie schmeckt nach Maracuja und Grapefruit und hat eine leicht scharfe Note, dank Pfeffer und Ginseng. „Flash“ ist auf jeden Fall ein leckerer Durstlöcher, auch wenn man nicht gleich an die Wirkung glaubt. Beim Erfinder scheint es allemal zu wirken.