



WIRTSCHAFT



Spektakulär

Ein Motocross-Stuntman (Red-Bull-X-Fighter) bei einem gewagten Sprung über dem Münchner Olympiastadion



Wagemutig

Red-Bull-Sky-Diver Michael Löberbauer sprang seit 1998 mehr als 3500-mal vom Himmel wie hier über St. Wolfgang

Im freien Fall **nach oben**

Ein Mann arbeitet am **Perpetuum mobile der Medienzeit**: Der Österreicher Dietrich Mateschitz, 68, und sein Milliarden-Imperium Red Bull, das längst mehr ist als nur ein Getränkehersteller

Helden nehmen gern alles größer, sogar die Dinge fürs kleine Geschäft. Der Notfallbeutel zwischen den Beinen, der den Stratosphärenspringer Felix Baumgartner bis auf 39045 Meter begleitete, hoch und retour, fasste drei Liter. Muss vielleicht so dimensioniert sein, wenn der Mensch sich in eine andere Dimension wagt. Zumal für einen Getränkehersteller.

Wobei Red Bull das am allerwenigsten ist. Getränke war gestern. Heute feiert der Konzern seinen Sensationserfolg, wenn Menschen auf der ganzen Welt den österreichischen Höhen-Gladiator bewundern, wie er mit Überschallgeschwindigkeit heim zur Erde purzelt. Und morgen? Da soll der Medienkonzern Red Bull stehen, ein Perpetuum mobile medialer Wirklichkeit, das die Ereignisse schafft, über die es berichtet, um damit

Werbung zu machen für ein Getränk, das die Ereignisse wieder finanziert.

Der Probelauf ist gemacht. Der Red-Bull-Fernsehsender Servus TV hat gerade Rekordquoten eingefahren rund um den Sprung des Felix Baumgartner. Das Red-Bull-Magazin „Red Bulletin“ wird in elf Ländern und fünf Sprachen über den neuen Helden berichten. Red Bull TV sendet in Endlosschleife die Bilder vom freien Fall. Und all das kreist und dreht sich um einen Mann: Dietrich Mateschitz, 68.

Wenigstens der ist nicht vom Himmel gefallen. Das hat den Vorteil, dass nicht alles an ihm sich ins Markenimage von strahlenden Siegern schmiegt. Es muss ein bescheidenes Leben gewesen sein, das Dietrich Mateschitz prägte, als er noch der kleine Didi war. Er wuchs mit Schwester Helga bei seiner Mutter Auguste in St. Marein im Mürtal auf. Die Volksschul-

lehrerin unterrichtete ihren Sohn in den ersten Klassen selbst. Ohrfeigen waren eher die Regel als die Ausnahme, glauben sich Mitschüler zu erinnern. Sie trafen auch den Didi, wohl allein schon, damit niemand der Lehrerin die Bevorzugung des eigenen Filius unterstellen konnte.

Flüüügel verliehen Prügel dem Sohn nicht. Mitschüler beschreiben einen Jungen, der sich noch nicht einmal im Sport mit besonderen Leistungen hervortat. Wenigstens schaffte er es aufs Realgymnasium. Nach einem 20-Semester-Langzeit-Studium brachte es Mateschitz zum Zahnpasta-Marketingmann bei Blendax.

Von hier an empfiehlt sich Vorsicht wie bei allzu strahlend aufgehellten Zähnen. Nein, Red Bull ist keine Gründergeschichte. Mateschitz musste noch nicht einmal die Idee fürs Logo selbst erbrüten. Die beiden roten Bullen übernahm er von



Unnachahmlich
Baumgartner beim Sprung aus 39 045 Meter Höhe. Der Österreicher verschob seine persönlichen Grenzen zunehmend

Felix Baumgartner

Ich war eine Dose – das Red-Bull-Reich

Umsatz des Unternehmens 2011: **4,25 Mrd. Euro**.
Etwa **1,4 Mrd.** fließen ins **Marketing**, davon ein **Drittel** ins **Sport-Sponsoring**.

GESCHÄFTSFELDER

Drinks:

- Red Bull
- Carpe Diem

Motorsport:

- Formel 1
- Motorrad

Fußball:

- Red Bull Salzburg
- RB Leipzig
- RB New York
- RB Brasil

Funsport:

- Cliff Diving, Crashed Ice

Medien:

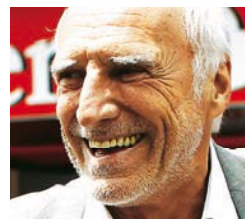
- Servus TV
- Magazine: „Red Bulletin“, „Speedwerk“, „Seitenblicke“, „Servus“
- Red Bull Mobile
- Wetterdienst Ubimet

Gastronomie:

- „Afro Café“, Salzburg
- „Carpe Diem“, Salzburg
- „Hangar 7“, Salzburg
- „Winterstellgut“, Annaberg

Immobilien:

- Südsee-Insel Laucala
- Hotel „Auhof“, St. Wolfgang



Energetisch Gründer Dietrich Mateschitz soll vier Milliarden Euro besitzen

thailändischen Geschäftspartnern, dem Pharmakonzern TC Pharmaceuticals. Der produzierte schon einen Energy-Drink unter dem Namen „Krating Daeng“. Übersetzt in Weltsprech: Red Bull.

4,6 Milliarden Dosen im Jahr 2011 hat der Konzern aus dem österreichischen Örtchen Fuschl am See verkauft, abgefüllt mit einem Zuckerwasser, das schmeckt, als hätten für jede einzelne Hunderte Gummibärchen ihr Leben lassen müssen. Neben Wasser und Zucker enthalten sie Koffein wie ein Mokka. Und pro Dose ein Gramm der Aminosäure Taurin, anno 1827 erstmals aus der Galle von Ochsen isoliert. Das erklärt die Rindviecher unterm Schriftzug.

Belebender als das Taurin, das angeblich „die Aufmerksamkeit und den Wachstumsgrad erhöht“, ist die Idee der Marke. Grenzen sind dazu da, verschoben zu werden. Höher? Schneller? Weiter? Das sind die klassischen, die guten alten, die konservativen olympischen Ziele. Red Bull will das vierte Attribut. Es heißt: extremer.

Dafür wurde auch schon gestorben. 2010 schickte Red Bull seine Flugzeugrennen in die Dauerpause, nachdem Pilot Alejandro Maclean bei einem Absturz gestorben war. Im Jahr 2009 verunglückten ►





WIRTSCHAFT

Hasenbein, Geschäftsführer des Rechtevermarkters Sportfive. Kritisch äußert sich der Trendbeobachter Mathias Haas. „Die ganze Gesellschaft ist gedopt“, findet der Stuttgarter. „Doping ist salonfähig, und Red Bull bietet die Einstiegsdroge.“

Verrückt
Bei der Red-Bull-Crashed-Ice-WM wie 2012 in Kanada rasen Schlittschuhfahrer auf Eispisten durch die Stadt



Verwegen
Formel-1-Weltmeister und Red-Bull-Pilot Sebastian Vettel wurde seit dem 13. Lebensjahr von Mateschitz gefördert

drei Menschen tödlich für Red Bull: Eli Thompson aus den USA, der Schweizer Ueli Gegenschatz, der Kanadier Shane McConkey. Im selben Jahr verkaufte Red Bull 15 Millionen Dosen weniger. Ohnehin brachte 2009 Ärger. Sechs deutsche Bundesländer verboten einen Sommer lang die gerade gestartete Red Bull Cola. Die Lebensmittelaufsicht hatte Spuren von Kokain in der Brause gefunden. Und ein Gesundheitsminister befand: „Auch wenn die nachgewiesene Substanz unbedenklich ist, handelt es sich rechtlich bei dem Getränk um kein Lebensmittel, sondern ein Betäubungsmittel.“ 2011 stellte Mateschitz seine Cola für die USA ein.

Nein, Red Bull ist keine reine Erfolgsgeschichte. Erfolg hat Red Bull als Familiengeschichte. Dietrich Mateschitz scharf um sich Sportler wie andere ihre Kinder und Enkel. Den Formel-1-Weltmeister Sebastian Vettel, der für Red Bull siegt, fördert er seit dessen 13. Lebensjahr. Den Himmelspringer Felix Baumgartner hat der Konzern seit 1997 unter Vertrag. Das ist Prinzip. Red Bull bemüht sich, Talente früh zu entdecken und dauerhaft zu binden. Fast 600 Mitglieder zählt diese Extremisten-Familie inzwischen, und Familienoberhaupt Mateschitz entscheidet, wer

aufgenommen wird. Medizinische Betreuung? Eigene Leistungszentren? Medienschulung? Der Konzern kümmert sich.

Fast eineinhalb Milliarden Euro fließen aus den Red-Bull-Dosen direkt ins Marketing. „Bei den Engagements von Red Bull geht es immer um langfristige, strategisch ausgerichtete Partnerschaften, deren Wert im Lauf der Zeit steigt“, lobt Philipp Hasenbein, Geschäftsführer des Rechtevermarkters Sportfive. Kritisch äußert sich der Trendbeobachter Mathias Haas. „Die ganze Gesellschaft ist gedopt“, findet der Stuttgarter. „Doping ist salonfähig, und Red Bull bietet die Einstiegsdroge.“

Auch wenn sich Mateschitz allein die Formel 1 dieses Jahr 120 Millionen Euro kosten lässt, die zuverlässigsten Marketingfolge liefert eine geniale Idee. Der einzig wirklich sichere Weg, in einem Sport der Allerbeste zu sein, ist es, die Sportart selbst zu schaffen. Deshalb jagt Red Bull Schlittschuhläufer über Kurvenparcours mitten in Städten. Zur Weltmeisterschaft 2012 im kanadischen Quebec kamen 100 000 Zuschauer.

Eine WM der Stratosphärenspringer wird es bis auf Weiteres nicht geben. Zumal der einzige Aktive gerade seinen Abschied eingereicht hat. Höher, schneller, weiter –

extremer? Felix Baumgartner hält seinen Sprung für nicht steigerungsfähig.

Der Mann, der zum Beruf gemacht hatte zu überleben, wenn er selbst sein Leben in Gefahr brachte, will künftig andere retten. Als Pilot für Rettungshubschrauber muss er mit 43 Jahren als Schüler anfangen. Er besitzt zwar einen in den USA erworbenen Pilotenschein und „ist fliegerisch hochtalentiert“, wie Roy Knaus versichert, Eigentümer des Helikopter-Flugunternehmens Heli Austria. Allerdings fehlen dem Extremsportler a. D. noch 200 Stunden Außenlastflüge, berichtet der künftige Teilzeitarbeitgeber. Knaus' Vater kam bei einem Absturz ums Leben. Im April starb ein Alpinpolizist, als der Pilot ihn mit dem Transportseil ausklinkte. Manchmal ist auch Arbeit gefährlich extrem und extrem gefährlich. ■

J. SEITZ / C. ELFLIN / A. HASLAUER / A. KUSITZKY / K.-M. MAYER / T. TRESER



Wie der Österreicher heim zur Erde fiel:

Scannen Sie den QR-Code mit einem Smartphone. Sie brauchen eine spezielle App wie „Scan“