

Фото: Red Bull

# Милшаардер Didi из австрийской глубинки, или надо найти того, кому стоит «сесть на хвост»

**Дитрих Матешиц (Dietrich Mateschitz), о котором пойдет речь в этом материале, родился 20 мая 1944 года в небольшом местечке Sankt Marein im Mürztal в Штирии, где на 29,49 кв. км проживают 2 766 жителей.**

Оего семье известно очень мало. Родители – учителя из Хорватии – развелись, и Диди (так коротко называли Дитриха) жил с матерью Августой и старшей сестрой Хельгард. После окончания гимназии по настоянию семьи он поступил в Венский университет экономики и бизнеса (Wirtschaftsuniversität Wien), но учился там без особого рвения. Диплом получил только спустя 10 лет после начала учебы. Но получил же! Вот например, нынешний австрийский канцлер Себастьян Курц так университет и не окончил.

Студентом штириец обожал вечеринки и развлечения. Однако после окончания вуза, получив диплом специалиста по маркетингу, он решил серьезно взяться за дело. Сначала был торговым представителем фирмы Jacobs Kaffee, потом всемирно известной компании-изготовителя зубной пасты Blendax, где он стал директором по маркетингу. Он торговал зубной пастой в разных регионах мира достаточно долгое время, пока не понял, что созрел для того, чтобы открыть собственный бизнес. На тот момент ему было сорок лет.

Находясь в командировке в Таиланде, Матешиц обнаружил там тонизирующие напитки, состоящие из кофеина и таурина (таурин – вещество, способствующее улучшению энергетических процессов. – Прим. ред.). Таких в Европе он не встречал, а вот в Азии их употребление было совершенно обычным делом. Оказалось, что производителем подобного напитка под названием Krating Daeng («Красный бык»), который особенно понравился Дитриху, был его хороший знакомый Чалео Йювидья – владелец компании TC Pharmaceuticals.

Все сходилось, и амбициозный Дитрих решил заняться энергетическими напитками. Для Европы это

был совершенно неизвестный продукт, и Матешицу потребовалось три года на оформление разрешения для его продажи на территории Австрии.

В 1984 году он и таец Чалео Йювидьядз зарегустировали в австрийском городке Фушль-ам-Зее компанию **Red Bull GmbH**, вложив в нее **по 500 тыс. долларов** каждый. Они получили по 49 % акций, а оставшиеся 2 % достались сыну Йювидьядз. Мало кто верил в успех этого дела – многие считали, что Дитрих совершает ошибку.

Как говорил мой российский знакомый, «надо найти того, кому стоит сесть на хвост!» Итак, такой человек с раскрученным производством нашелся в Таиланде. Но в Европе всё гораздо сложнее, и компаниям пришлось преодолевать немало трудностей, в частности, доказывать Министерству здравоохранения Австрии, что необычный напиток безопасен для здоровья. Потом годами совершенствовали его рецепт – в результате остались кофеин и таурин в первоначальных пропорциях, но снизили количество сахара и добавили больше газа. Увы, владельцы заводов по изготовлению безалкогольных напитков отказывались принимать новинку в производство, и только один из них – **Роман Райх** – поддержал идею. Владелец рекламного агентства **Йоханнес Кастинер**, по совместительству школьный товарищ Дитриха, по его просьбе разработал дизайн банки и придумал легендарный слоган **«Red Bull окрыляет»**. Видите, как здорово повсюду иметь хороших друзей!

**Red Bull** поступил в продажу в 1987 году, и в течение трех лет друзья работали в убыток. Конкурировать с такими гигантами, как знаменитые **Pepsi** и **Coca-Cola**, было чрезвычайно сложно. Тогда бизнесмены пошли ва-банк: во-первых,

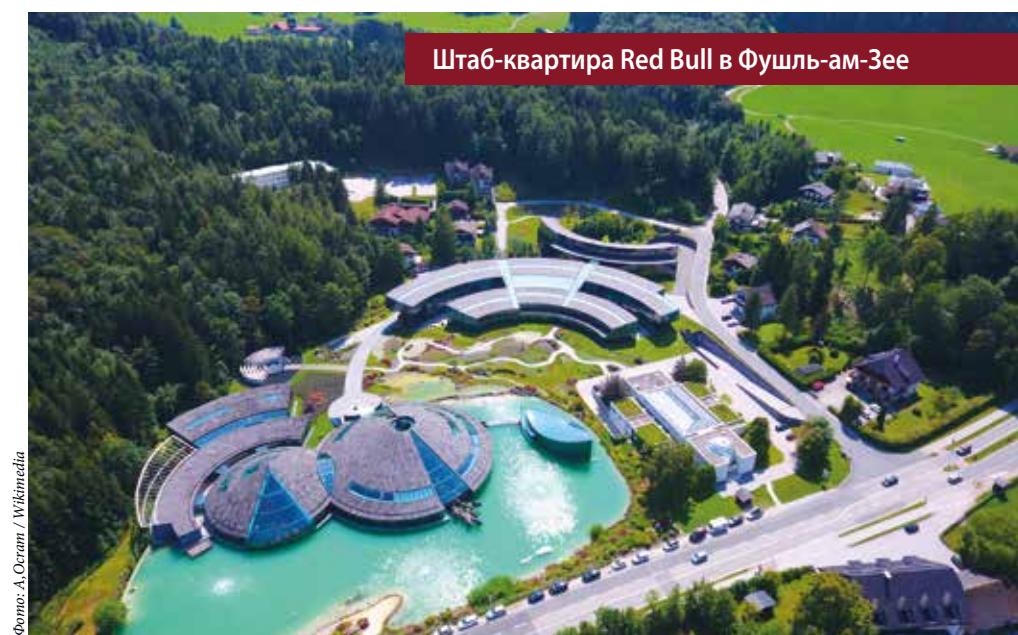


Фото: A.Ogram / Wikimedia

### Штаб-квартира Red Bull в Фушль-ам-Зее

попросили магазины не ставить баночки **Red Bull** в отделе безалкогольных напитков рядом с **Pepsi** и **Coca-Cola**, а кроме того, как это ни парадоксально, повысили цену на напиток, чтобы подчеркнуть его эксклюзивность. При этом они бесплатно ящиками раздавали **Red Bull** студентам, чтобы «посадить» их на энергетик. Кроме молодежи, они делали ставку на посетителей ночных клубов. Матешиц реализовал нестандартную рекламную стратегию: на багажниках машин, которые разъезжали по городам и весям, были прикреплены гигантские банки энергетика, и всем желающим давали попробовать на-

питок бесплатно. Воистину, чтобы получить, надо сначала отдать.

Потратив на реализацию проекта все свои сбережения, Матешиц в 1990 году уже был в плюсе, а через три года он решил, что пора выводить **«Красного быка»** на мировую арену. Первыми в списке были Венгрия и Словения, через два года напиток появился в Германии, в 1994 году он вышел на британский рынок. В США **Red Bull** начал продаваться с 1997 года – сначала в штате Калифорния. Во Франции и Дании в 2001 году реализовывали **Red Bull** не разрешили – посчитали, что высокое содержание таурина в напитке может плохо сказаться на

**ПРИЯТЕЛИ ПОШЛИ ВА-БАНК:  
ВО-ПЕРВЫХ, ПОПРОСИЛИ МА-  
ГАЗИНЫ НЕ СТАВИТЬ БАНОЧКИ  
RED BULL В ОТДЕЛЕ БЕЗАЛКО-  
ГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ РЯДОМ С  
PEPSI И COCA-COLA, А КРОМЕ  
ТОГО, КАК ЭТО НИ ПАРАДОК-  
САЛЬНО, ПОВЫСИЛИ ЦЕНУ НА  
НАПИТОК, ЧТОБЫ ПОДЧЕР-  
КНУТЬ ЕГО ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ.**



Фото: Adrian Michael / Wikimedia

организме человека. Тогда таурин заменили на аргинин и в 2008 году запустили продажу во Франции.

А что теперь? Сегодня *Red Bull* представлен **более чем в 160 странах мира**. Количество банок, наполненных этим энергетиком, исчисляется десятками миллиардов штук. В компании по всему миру трудятся около 8 тыс. сотрудников.

Штаб-квартира *Red Bull* традиционно расположена там, где ее в 1984 году зарегистрировали амбициозные приятели, – в Фушль-ам-Зее, недалеко от Зальцбурга.

В рейтинге мировых миллиардеров по версии *Forbes* состояние Матешица было оценено в **5,3 млрд долларов США**. Увы, его партнер и друг Чалео Йювидья скончался в 2012 году в возрасте 89 лет. Посчитайте, сколько сейчас лет самому неутомимому выдумщику и генератору идей! Не молод, но даст фору более молодым.

В 2000-х годах Дитрих Матешиц начал приобретать **спортивные активы**. В 2004 году он купил у Ford Motors команду *Jaguar Racing* «Формулы-1», вы не поверите – всего за один доллар, но при этом дал обещание вкладывать в нее по 400 млн долларов на протяжении трех лет. И уже впоследствии команда была переименована в *Red Bull Racing*. В 2005-м он приобрел еще одну команду – *Scuderia Toro Rosso*, через которую молодые пилоты могли попасть в «Формулу-1». *Red Bull Racing* стала обладателем четырех Кубков конструкторов и четырехкратным чемпионом мира, а с 2020 года выступает в «Формуле-1» под именем *«Scuderia AlphaTauri Honda»*.

Матешиц владеет **двумя футбольными клубами**: «Ред Булл Зальцбург» – 11-кратным чемпионом Австрии, семикратным обладателем Кубка и полуфиналистом



Фото: Bundesheer Fotos / Wikimedia



Фото: Mario / Wikimedia

Лиги Европы УЕФА, и одной из сильнейших команд Германии «РБ Лейпциг», а кроме того, спонсирует **сборную Австрии по биатлону, чемпионаты по хоккею, ралли, мотофристайлу, воздушные гонки, парапланеризм, лыжный фристайл, серфинг, аэробатику, маунтинбайк, уличные гонки и др.**

Сегодня *Red Bull* имеет две собственные «конюшни» в «Формуле-1», несколько раллийных команд, доли в пяти футбольных клубах и продолжает спонсорскую экспансию – в списке уже **500 спортсменов и 600 турниров**. А кульминацией этой тактики, пожалуй, стал триумфальный прыжок скайдайвера **Феликса Баумgartнера** с высоты 39 км.

Засветить свой баннер во время финала чемпионата мира – не для Матешица. Идея состоит не в том, чтобы появиться на существующей платформе, а в том, чтобы стать ее владельцем. В общем, везде, где присутствуют риск и адреналин, где весело и зрелищно, появляется *Red Bull*. Пример тому – фестиваль «*Flugtag*», на котором все желающие могут совершить рисковый прыжок с трамплина в воду на любом самодельном летательном аппарате.

Австрийский миллиардер продолжает скупать целые автодромы, например, **местную гоночную трассу «Эстеррайхинг»**, которая к

середине 2000-х обветшала и больше не могла принимать крупные соревнования. Матешиц ее отремонтировал, переименовал трассу в ***Red Bull Ring*** и патриотично вернул на родину этап «Формулы-1».

Матешицу также принадлежат курорт на Фиджи и коллекция исторических летательных аппаратов, статью о которой вы можете прочитать в «НВЖ» (№ 3/2021) и на нашем сайте.

А не так давно рисковый австриец заказал еще один необычный аппарат – **субмарину DeepFlight Super Falcon**, мчащуюся на огромной скорости под водой. Это его любимая игрушка, за которую он заплатил ни много ни мало **1,7 млн долларов**. Хотя и на своем любимом детище Ди迪 тоже зарабатывает: гости его курорта на острове Лаукала (Фиджи) могут полюбоваться подводным миром, заплатив за 2-часовую прогулку всего 1 700 долларов.

А в родной ему Штирии миллиардеру принадлежат **2 000 га леса, гостиница на берегу озера Грундльзее и великолепный замок Габельхоффен**, переоборудованный в четырехзвездочный отель с галереей искусств.

Боюсь, что, ознакомившись с этим материалом, молодые и не очень читатели журнала задумаются: «*А не бросить ли свою скучную работу и не придумать ли что-нибудь эдакое в духе Дитриха Матешица?*»

По материалам  
из открытых источников  
Кира Лесникова