

Gründer Dietrich Mateschitz zielt auf Chinas Millionenstädte ab. ▶



Fotomontage/Fokus: Peter Tomtschi, Rob Krist, Red Bull

Chinesen geben Red Bull Flügel

Kein Zweifel: Dietrich Mateschitz, Gründer von Red Bull, ist der „Weltmeister“ unter den heimischen Unternehmern. Er ist global in 165 Ländern erfolgreich. Aber just das bevölkerungsreichste Land der Erde war für ihn bis jetzt ein hartes Pflaster. Den Großen Preis von China in Schanghai gewann sein Formel-1-Team erst einmal. Und seinen Energy Drink konnte er den Chinesen bis dato nicht verkaufen, da sich die Zulassung lange verzögerte.

Doch wie die „Krone“ erfuhr, liegt jetzt in China die behördliche Genehmigung zum Verkauf vor, der Einstieg ist fix! Auf Anfrage bestätigt die Red-Bull-Zentrale in Salzburg: „Es ist richtig, dass wir nach Erhalt der Zulassung gerade dabei sind, ein Büro in Schanghai aufzubauen.“

Wie Red Bull nach Erhalt der Zulassung jetzt den chinesischen Markt aufmischt

Im ersten Schritt plane man den Start auf Testmärkten: „Es geht um eine selektive Distribution von Red Bull, die sich auf urbane Gebiete und eine

VON VERGIL SIEGL

Zielgruppe beschränkt, die die Marke aus dem Ausland kennt. Es geht uns darum, ein Gefühl für den Markt und die Verbraucher zu entwickeln.“ Das Potenzial ist freilich riesig. In China gibt es 175 Millionenstädte und bereits über 230 Millionen der 1,3 Milliarden Chinesen gehören der

kaufkräftigen Mittelschicht an.

Um dort expandieren zu können, hat sich Mateschitz auch mit der thailändischen Unternehmerfamilie Yoovidhya geeinigt. Seit der Gründung 1984 gehört ihr rund die Hälfte von Red Bull. Schon seit den 70er-Jahren bietet sie in Thailand ihren eigenen Energy Drink Krating Daeng an. Sie ist aber auch in China mittels eines chinesisch-thailändischen Joint Ventures, an dem Mateschitz nicht beteiligt ist, Marktführer. Ihr Energy Drink bedient in China künftig den Massenmarkt, Red Bull das Premium-Segment.

Klar ist, dass sich der Höhenflug von Red Bull fortsetzt. 2012 verkauften die 9000 Mitarbeiter 5,2 Milliarden Dosen und erzielten so 4,9 Milliarden Euro Umsatz.