

auch in mehreren TV-Dokumentationen als Experte mitwirken.

Die vorliegende Ausgabe erschien anlässlich des 75. Geburtstags von Dietrich Mateschitz im Ueberreuter-Verlag, für den ich inzwischen neun Wirtschaftsbiografien geschrieben habe – unter anderem über die Familien Porsche und Piëch, über den mittlerweile ehemaligen VW-Patriarchen Ferdinand Piëch oder Hans Peter Haselsteiner, schillernder Politiker und Gründer des Baukonzerns Strabag. Auch ein Buch über die schlimmste Hexenverfolgung im Heiligen Römischen Reich Deutscher Nation konnte ich unter dem Titel *Verbrannte Kindheit* veröffentlichen und gewann damit ex aequo mit dem Buch *Die Alpen* den Preis für das *Wissenschaftsbuch des Jahres 2016*. Diese, die mittlerweile siebte, Ausgabe der *Red-Bull-Story* entspricht dem Stand von April 2019.

Seit dem Erscheinen der ersten Auflage begegnete ich Dietrich Mateschitz zwar mehrere Male persönlich, ich konnte jedoch nur ein einziges, kurzes persönliches Gespräch mit ihm führen – am Rande einer Red-Bull-Veranstaltung. In diesem bezeichnete der Red-Bull-Gründer das Erscheinen eines Buches, das er nicht autorisiert hatte, als »Katastrophe«: Genauso gut hätte er ein Buch über den Papst schreiben können. Ich habe seit dieser kurzen Begegnung Hausverbot im *Hangar 7*, da ich beschuldigt wurde, ich hätte mich in die Veranstaltung eingeschlichen. Das war natürlich nicht der Fall, schließlich war ich ganz offiziell eingeladen worden. Bis dato gab es weder von Mateschitz noch von Red Bull öffentlich eine einzige inhaltliche Anmerkung oder Korrektur zu diesem Buch, das in Österreich über Wochen auf der Bestsellerliste stand.

Teil I

Der Bulle lernt fliegen

1. Das Dosen- Imperium entsteht

»Für Red Bull gibt es keinen Markt. Wir werden einen schaffen«, stand in den ersten Präsentationsbroschüren, die Dietrich Mateschitz Mitte der Achtzigerjahre verteilte. Selten wurde in der Welt der Wirtschaft eine großspurige Ankündigung so in die Realität umgesetzt wie diese. Red Bull ist bei Erscheinen dieses Buches mit seinem Hauptprodukt 32 Jahre auf dem Markt. In

dieser Zeitspanne hat sich die Firma vom Kleinstunternehmen zum weltumspannenden Konzern entwickelt. Am Anfang des schier unglaublichen Erfolges steht eine Gründungsgeschichte, die sich fast wie ein Märchen liest.

Eine Reise verändert alles

Anfang der Achtzigerjahre war Mateschitz ein agiler, kreativer Diplomkaufmann in den besten Berufsjahren und für den holländisch-britischen Konsumgüterkonzern *Unilever* tätig. Konkret war er Marketing-Direktor der internationalen Division der *Unilever*-Tochter *Blendax* und nicht wie meist geschrieben von *Blendax* Deutschland. 1987 verkaufte