

Надер Тавассоли (Nader Tavassoli)

CS-22-016  
Сентябрь 2022 г.

## Red Bull расправляет крылья

«У Red Bull нет своего рынка — значит мы его создадим».

Дитрих Матешци, апрель 1987 г.



Компания Red Bull создала сегмент энергетических напитков в 1987 году и с тех пор является его лидером. По версии рейтинга Brand Finance, Red Bull занял третье место среди наиболее дорогих брендов безалкогольных напитков в 2021 году (8,1 миллиарда долл. США, что на 15% больше по сравнению с предыдущим 2020 годом), уступив лишь таким компаниям, как Coca-Cola (33,2 миллиарда долл. США; снижение на 13%) и Pepsi (18,4 миллиарда долл. США; снижение на 3%), и с большим отрывом опередив своего прямого конкурента — компанию Monster (4,9 миллиардов долл. США; увеличение на 3%). В 2021 году продажи Red Bull на 172 рынках мира достигли рекордного размера — 8,9 миллиардов долл. США, что почти на 10 миллиардов проданных банок энергетика больше (24,3%), чем в 2020 году. Бренд сохранил сильный потенциал роста, несмотря на почти в два раза более высокую стоимость за объем по сравнению с конкурентами, а также потребление на душу населения в США, составляющего треть от объема потребления этого напитка в Австрии.

Ингредиенты энергетического напитка Red Bull включают сахара, витамины группы B, аминокислоту таурин, а также кофеин в количестве, равном кружке свежесваренного кофе. В лозунге напитка «Red Bull окрыляет» утверждается, что энергетик увеличивает физическую выносливость, улучшает концентрацию, внимание и скорость реакции, а также стимулирует метаболизм. Несмотря на то, что исследования подтверждают заявленные свойства напитка<sup>1</sup>, Управление по рекламным стандартам Великобритании недавно вынесло предупреждение компании за подразумеваемую пользу напитка для здоровья человека согласно комичного текста на рекламном щите в лондонском метро, в котором говорилось: «Секрет того, как всё успеть... Чтобы справляться с любыми трудностями, которые порой приносит день, достаточно лишь знать: Red Bull окрыляет».



Это тематическое исследование было подготовлено Надером Тавассоли (Nader Tavassoli) из Лондонской школы бизнеса.

Учебные задачи и методические рекомендации Лондонской школы бизнеса разрабатываются исключительно в качестве материалов для обсуждения на аудиторных занятиях и не являются выражением одобрения со стороны Школы, а также источником первичных данных и иллюстрацией эффективного или неэффективного менеджмента.

© 2022 Лондонская школа бизнеса Все права защищены. Воспроизведение, хранение в информационно-поисковой системе, а также передача какой-либо части настоящих материалов в любой форме и с использованием любых средств, включая электронные, фотокопирующие, записывающие и другие устройства, запрещены без письменного согласия Лондонской школы бизнеса.