

RADATZ

Schmeckt

MARKT

„Vorausschauend und verantwortungsbewusst planen, das Weiterbestehen des Betriebs für die Mitarbeiter, deren Familien und letztlich für uns selbst sichern - das steht seit jeher über einer kurzfristigen, in Quartalen gemessenen Gewinnmaximierung. Unsere Eltern haben den Betrieb vor 50 Jahren als Familienbetrieb im wörtlichen Sinn gegründet. So fühlt es sich noch heute an. In einem Betriebsklima, in dem sich die Mitarbeiter wohlfühlen und durchschnittlich 10 Jahre bleiben, ist zu spüren: „Familienunternehmen sind anders“, erläutert der Geschäftsführer Franz Radatz das Besondere an Radatz. Die 33 Filialen im Raum Wien sind der wichtigste Marken-Botschafter und der ideale Testmarkt für neue Produkte, die dann österreichweit in den wichtigsten Supermarktketten erhältlich sind.

ERRUNGENSCHAFTEN UND ERFOLGE

Radatz freute sich immer wieder über Platz 1 der ACNielsen/Winning Brand, überragend vor allem im Raum Wien, aber auch die Werte für Gesamt-Österreich sind sehr erfreulich. Die ACNielsen-Umfrage nach dem Brand Equity (Markenwert) Index 2015 für das Handelsmagazin CASH gewann Radatz im Gesamtranking (Warenkorb Wurst und Wurstwaren) erneut! Ebenfalls landet Radatz auf Platz 1 im Bereich „Kaufpräferenz“ und „Weiterempfehlung“.

FIRMENGESCHICHTE

Hinter der erfolgreichen Geschichte des Namens Radatz steht vor allem die Persönlichkeit des Firmengründers, Franz Radatz. Er war es, der in den



Elisabeth Radatz-Fiebinger und Dr. Franz Radatz

Nachkriegsjahren den Beruf des Fleischhauers wählte, um im hungernden Wien „etwas mit Essen zu tun zu haben“. Aus dieser praktischen Beziehung zum Essen entwickelte sich eine Leidenschaft für die Zubereitung von köstlichen Wurst- und Fleischprodukten, die sein Leben und das seiner Familie langfristig prägen wird. 1962 eröffnete Franz Radatz mit seiner Frau Elisabeth sein erstes eigenes Geschäft in der Karolinengasse „auf der Wieden“, im 4. Bezirk. Dort begann die Geschichte der Marke, die ein Synonym für feine Würste aus Wien werden sollte. In den nächsten Jahren erfolgte die Expansion des Unternehmens, und der Einzelhandel konnte in wachsendem Ausmaß mit Produkten aus der hauseigenen Herstellung beliefert werden. Heute beliefert Radatz neben den eigenen 23 Radatz-Filialen und 10 Radatz-Märkten, österreichweit die wichtigsten Handelsketten. Innovation und Tradition prägen auch weiterhin den Stil eines Unternehmens, das größten Wert auf die Ausbildung von Lehrlingen in den Filialen und die profunde Weiterbildung seiner Mitarbeiter legt. Und diese Qualität schmeckt den Kunden heute

wie vor über 50 Jahren, und das ist ja die Hauptsache.

Meilensteine in der Unternehmensgeschichte

- 1962 Gründung
- 1966 Übersiedlung an den heutigen Standort in Neu-Erlaa
- 1973 Anschaffung der ersten Verpackungsmaschine
- 1975 Radatz wird ein relevanter Billa-Lieferant
- 1988 Beginn der Mittagmenüs in der Filiale am Karmelitermarkt
- 1991 Thomas Zedrosser übernimmt das Filialmanagement von Elisabeth Radatz senior
- 1995 Qualitätssicherung: Radatz macht die ISO-Zertifizierung
- 1998 Kauf des Salami-Meisters STASTNIK
- 2003 Tochter Elisabeth übernimmt den Bereich Marketing und PR. IFS Zertifizierung für Lebensmittelsicherheit
- 2009 Verstärkter Ausbau der Slicing-Maschinen für Aufschnitt
- 2011 Der Verein für Konsumenteninformation kürt die Frankfurter und Debreziner von Radatz zu Testsiegern
- 2012 Listung bei McDonald's Österreich
- 2013 Die Umsätze übersteigen erstmals die 180-Millionen-Marke
- 2014 Radatz ruft am 30. April zum ersten Mal den „Tag der Käsekrainer“ aus, Kauf des Airstreamers „Susi“
- 2015 Auszeichnung zu Wiens bestem Familienunternehmen (WirtschaftsBlatt), Auszeichnung zum Top Lehrbetrieb (Wirtschaftskammer)

PRODUKT

Der Name Radatz steht für Qualität, Familie, Frische und Geschmack - und hat sich im

Binder, „Tiger“ Walter Zeman, „Wödmasta“ Ernst Happel, die Körner-Brüder Robert und Alfred, Rekordinternationaler Gerhard Hanappi, Weltpokalsieger Franz Hasi, und „Goleador“ Hans Krankl, um nur die Bekanntesten zu nennen, standen viele Jahre in den Reihen der „Hütteldorfer“ und verbreiteten das Ansehen des SK Rapid in der ganzen Welt.

Das kampfbetonte Spiel der Hütteldorfer zog von jeher die Zuschauermassen an. Die „Rapidviertelstunde“ und der „Rapidgeist“ sind kein Märchen, sondern eine Legende. Rapid gibt nie ein Spiel verloren und hat in der Vergangenheit zahllose verloren geglaubte Spiele noch in einen Sieg verwandelt.

Rapid spielte auf allen Kontinenten und hat die „Wiener Fußballschule“ weltweit bekannt gemacht. Vor dem Zweiten Weltkrieg und in den 50er-Jahren gehörte Rapid zu den besten Vereinskraften Europas. Die 80er-Jahre zählten zu den erfolgreichsten in der Vereinsgeschichte. Zwischen 1982 und 1988 erreichte der SK Rapid vier Meistertitel, vier Cupsiege, vier österreichische Supercupsiege und kam in der Saison 1984/85 über Besiktas Istanbul, Celtic Glasgow, Dynamo Dresden und Dinamo Moskau in das Europacupfinale der Pokalsieger. Im Endspiel in Rotterdam unterlag Rapid dem englischen Cupsieger FC Everton mit 3 : 1. Nur elf Jahre später erreichte Rapid über Petrolul Ploiesti, Sporting Lissabon, abermals Dinamo Moskau und Feyenoord Rotterdam das Europacupfinale, wo Rapid in Brüssel gegen Paris St. Germain unglücklich mit 0 : 1 verlor.

1999 feierte der SK Rapid sein 100-jähriges Bestandsjubiläum. Zehn Tage erstrahlte der Wiener Rathausplatz im grün-weißen Glanze. Außerdem fand im Juli ein großes Jubiläumsturnier mit internationalen Topmannschaften (AS Roma, SV Werder Bremen, Botafogo Rio de Janeiro) und Dutzenden Rapid-Spielern aus der glorieichen Vergangenheit statt.

In der Saison 2004/05 holte Rapid den ersten Meistertitel seit 1996, der Zuschauerschnitt explodierte förmlich, und mit fast 15.000 Besuchern pro Match wurde an die glorieichen Zeiten der 50er- und 60er-Jahre erinnert. Drei Jahre später konnte Rapid noch eins draufsetzen: In der Saison 2007/08 erspielten sich die Hütteldorfer den 32. Meistertitel der Vereinsgeschichte. Etliche Spiele der Grün-Weißen waren ausverkauft, sodass der Zuschauerschnitt noch einmal anstieg. In dieser Saison gelang Rapid auch das Kunststück, den damals amtierenden Meister

und Tabellenführer RB Salzburg im eigenen Stadion in Salzburg mit 7 : 0 zu deklassieren. Nachfolgend etablierte sich der Klub als Stammgast in der noch jungen UEFA Europa League und konnte sich zwischen 2009 und 2015 gleich fünfmal für die Gruppenphase dieses Bewerbes qualifizieren, gleich dreimal landete der mittlerweile mehr als 10.000 Mitglieder eingetragene Verein unter den Top 3 der Zuschauerstabelle.

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

Der SK Rapid arbeitet an einer neuen Heimstätte. Der Neubau des Stadions erfolgt bis zum Sommer 2016 mit einem Gesamtbudget von 53 Millionen Euro, anstelle des den internationalen Standards nicht mehr gerecht werdenden und wirtschaftlich unrentablen Gerhard-Hanappi-Stadions. Der um 90 Grad gedrehte Entwurf mit 24.000 (Sitz-) Plätzen, einschließlich 2.500 Business Seats und 41 Logen für VIP-Gäste sowie zwei Eventlogen, konnte sich nach einem mehrstufigen Auswahlverfahren bei der Entschlussfassung des Präsidiums Anfang Mai 2014 durchsetzen. Bereits im Oktober 2014 begannen die Abrissarbeiten für das ohnehin baufällige Hanappi-Stadion, und auch die neue Spielstätte hat bereits einen Namen: Sie wird zumindest bis ins Jahr 2026 Allianz Stadion heißen. Die neue Vereinsadresse wird zu Ehren und im Gedenken an den ehemaligen Kapitän und Architekten der Gerhard-Hanappi-Platz sein.

DIE MARKE

Der SK Rapid ist ein Mythos, für manche gar Religion. Nicht nur aufgrund der unvergleichlichen Erfolge, die Grün-Weiß bereits gefeiert hat, und der unvergesslichen Spieler, die für Rapid ihr Bestes gegeben haben. Ein Mythos auch, weil Rapid die meisten und besten Anhänger im österreichischen Sport hat.

MARKETING UND UNTERNEHMENSIDENTITÄT

In der Marketing- und Sponsoring-Philosophie des SK Rapid wird auf faire Leistung und Gegenleistung Wert gelegt. Flexible Vertragslösungen in professioneller Umsetzung garantieren eine Stärkung der Marke. Dies spiegelt sich auch in der Öffentlichkeitsarbeit wider. Der SK Rapid genießt unter Österreichs Fußballvereinen die höchste Medienpräsenz und hat zudem durch Eigenmedien und gezielte Medienkooperationen ein starkes, strategisches Netzwerk entwickelt und aufgebaut.



MICHAEL KRAMMER

PRÄSIDENT

SK RAPID BUSINESS CLUB

Als Inhaber von Logen und Business Packages ist man beim SK Rapid automatisch Mitglied und daher Teil des SK Rapid Business Clubs. Egal, ob man ein Ein-Personen-Unternehmen ist, einen Mittelstandsbetrieb leitet oder einem internationalen Konzern gehört, der SK Rapid Business Club bietet jedem die Möglichkeit, Networking auf höchstem Niveau zu betreiben. Mehr Informationen: Webseite: hospitality.skrapid.at, Business-Hotline: 0820 92 819 (werktags von 9 bis 12 Uhr; österreichweit 20 Cent pro Minute aus allen Netzen), E-Mail: rapid.businessclub@skrapid.com

WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- RAPID-FANS NATIONAL UND INTERNATIONAL: 1.000.000
- RAPID-FANS NATIONAL: 700.000
- STADIONBESUCHER 2014/2015: 301.865 GESAMT, 16.775 PRO SPIEL
- DER VEREIN HAT SEIT JAHREN ÖSTERREICHWEIT DEN HÖCHSTEN ZUSCHAUERSCHNITT BEI HEIMSPIELN IN DER BUNDESLIGA
- STADIONBESUCHER EUROPA LEAGUE GRUPPENPHASE 2015: 110.418 GESAMT, 36.806 PRO SPIEL
- ABONNENTEN 2014/2015: 10.500
- VIP-GÄSTE 2014/2015: 13.400
- MITGLIEDER: 10048 (STAND: DEZ. 2015)
- GREENIES (MITGLIEDER DES KINDER- UND JUGENDCLUBS): 2172 (STAND: DEZ. 2015)
- FANKLUBS/FANKLUBMITGLIEDER: 182/7.000