

Der Tag der Käsekrainer

Das Wiener Unternehmen Radatz ruft den 30. April zum Welttag des beliebten Kultprodukts aus und startet dazu auch gleich ein paar Werbeaktionen



„Die Käsekrainer ist die beliebteste Grillwurst von Herrn und Frau Österreicher“, erläutert Franz Radatz, Geschäftsführer der Radatz Feine Wiener Fleischwaren. „Die Käsekrainer ist ein sehr österreichisches Produkt und ein kleiner, aber feiner Beitrag zur kulinarischen Vielfalt unserer heimischen Alltagsküche. Dieser Tatsache wollen wir Rechnung tragen und die Käsekrainer nun jedes Jahr rechtzeitig zum Start der Grillsaison mit diesem besonderen Tag ehren“, fügt Elisabeth Radatz-Fiebinger, Marketingleiterin von Radatz hinzu. Dass gerade der letzte Tag

im April von Radatz zum „Tag der Käsekraier“ ausgerufen wird, hat nicht zuletzt mit dem darauf folgenden ersten Tag im Mai zu tun. „Das erste Maiwochenende ist – abhängig vom Wetter – traditionell der Start der heimischen Bade- und Grill-Saison“, erläutert Verkaufsleiter Johann Pichler. „An kaum einem anderen Wochenende stehen Herr und Frau Österreicher so zahlreich am heimischen Griller. In den 30 Filialen und Abholmärkten des Produzenten wird der „Tag der Käsekraier“ daher mit speziellen Produkten und Sonderangeboten gefeiert.

Ein Kultprodukt entsteht

Die Geschichte der Käsekraier beginnt in den siebziger Jahren in Salzburg, als der damalige Radatz -Verkaufsleiter Helmut Brandl mit einem Einkäufer einer namhaften Supermarktkette zusammentrifft. Die beiden kommen ins Plauschen, und Brandl hört von einer „Käsegriller“, die außer Brät auch etwas Käse enthält. Brandl probiert einige Kombinationen aus. Die Würste, die den Namen „Käsekraier“ bekommen, werden paarweise verkauft, sind daumengroß, und spielen am Anfang im Sortiment von Radatz eine untergeordnete Rolle. Sie bleiben, wie Helmut Brandl konstatierte, „weitgehend unbeachtet.“ Man muss die Konsumgewohnheiten der siebziger Jahre betrachten, um den langsamen Anlauf, den die Käsekraier unternehmen musste, zu verstehen. Am Würstelstand, dem seit jeher wichtigsten Marktforschungsinstitut jedes Wurstherstellers, gab es ausschließlich Burenwurst, Debreziner und Frankfurter in großen Wurstkesseln.

Erst als sich ein Würstelstand beim Praterstadion bei seinem Schlosser eine Vorrichtung zusammenzimmern ließ, auf der man Würste auch braten konnte, horchte die Branche auf. Dank seiner enormen Verkaufserfolge wurden die anderen Wiener Würstelstände binnen kürzester Zeit ebenfalls mit Grilleinrichtungen aufgerüstet. So kam schließlich auch die Käsekraier erfolgreich auf den Grill. „Der Aufstieg der Käsekraier stellt alles in den Schatten“, sagt auch Christine

Palfrader, Würstelstand-Betreiberin in Wien und Wien-Umgebung. Und sie hat auch eine Erklärung dafür. Es wurde ein Nerv getroffen: „Der Wiener und seine Wurst. Das ist eine spezielle Liebe.“ „Plötzlich spielten alle Faktoren zusammen: die Rezeptur vom Brät, die Beschaffenheit des Emmentaler-Käses, die Vorbehandlung der Wurst, das „Stupfen“ und das sich daraus ergebende „Käsefusserl“.

„Stupfen“ ist Trumpf

„Die Rezeptur der Käsekraier ist seither jedenfalls gleichgeblieben „Alle Aufzeichnungen und Berichte aus dieser Zeit unterstreichen, dass Radatz der erste Produzent war, der die Käsekraier an die wichtigsten Supermärkte Österreichs geliefert hat“, erzählt Elisabeth Radatz-Fiebinger und ergänzt: „Die Zeit war einfach reif für den Käse in der Wurst!“ Dabei stand der Käsekraier der wichtigste Entwicklungsschritt noch bevor: Dass die Käsekraier am Grill ihre geschmacklichen Trümpfe schlussendlich voll ausspielen kann, hat sie auch Christine Palfrader zu verdanken. Denn diese – übrigens auch verwandtschaftlich eng mit der Familie Radatz verflochten – soll das „Stupfen“ erfunden haben. Als Schwester der Firmengründerin, war sie auch gleich das erste Lehrling und schon in den ersten Tagen mit von der Partie. Ihren Ehemann, den späteren Betriebsleiter, Pepi Palfrader hat sie auch dort kennen gelernt. So geht das bei Familienunternehmen. Wie das mit den Sprösslingen der Familie Palfrader weiter gegangen ist kann man sich im Fernsehen anschauen.

Robert Palfrader hat übrigens auch in so manchen Sommerferien Knack-Würstel verpackt. Davon erzählt er immer wieder gerne. Christine Palfrader vertritt jedenfalls folgende Zubereitung der Käsekraier: „Bevor man die Käsekraier auf die heiße Grillplatte legt, streicht man sie mit etwas Fett ein. Das ist nötig, damit die Haut aus Naturdarm nicht austrocknet. Dann greift man zu einer Gabel mit sehr spitzen, langen Zinken oder einer

Nadel und sticht die Käsekraier an“, erzählt die Expertin. Dieses Anstechen nennt man „Stupfen“, der Vorgang wird während des Bratens noch einige Male wiederholt. „Wenn die Käsekraier heiß genug ist, tritt der Emmentaler an manchen Stellen aus der Wurst aus, brät sanft weiter und erzeugt eine Kruste. Dann wendet man die Käsekraier nicht mehr, denn die Kruste ergibt als „Käsefusserl“ den intensiven Geschmack, den wir alle so besonders an der Käsekraier schätzen“, erzählt Christine Palfrader. Für das perfekte

„Käsefusserl“ braucht es also etwas Geduld, Geschick und Liebe. „Die Wurst mit dem Emmentaler begann ihren Siegeszug am Würstelstand. Denn die Zubereitung einer gegrillten Käsekraier ist eine Kunst, da sind sich viele Grill-Profis einig“, ergänzt Franz Radatz.

Gast und Wirt am Würstelstand

Viele Genießer überlassen das Stupfen also lieber den Profis am Würstelstand. Die Käsekraier ist mit Abstand das beliebteste Produkt ebendort, noch vor dem Leberkäse oder Käseleberkäse, der Burenwurst oder den Frankfurter Würstel. Serviert wird sie mit Senf, Ketchup und hier und da auch mal mit Curry – genauso vielfältig wie die Gäste selbst. „Zum Würstelstand kommt fast

jeder, quer durch alle Bevölkerungsschichten und Altersklassen“, meint Christine Palfrader, selbst Würstelstandbesitzerin und Wiener Original.

Die meisten Kunden hat man als Würstelstandler zu Mittag und am Abend, manche Standorte sind auch spätnachts noch ein beliebter Treffpunkt. „Unsere Gäste essen die Käsekraier und alle anderen Produkte genauso begeistert wie früher – vielleicht nicht so oft, aber wenn, dann mit vollem Genuss. So eine gebratene Wurst schmeckt halt einfach ausgezeichnet!“, sinniert die Würstelstandlerin aus Passion. Vielleicht ist das ja der Grund, warum gerade viele junge Menschen den Würstelstand besuchen. Und wohl auch aus Tradition und um österreichische

Alltagskultur hautnah zu erleben.

Junge Gäste verlangen übrigens fast ausschließlich nach gebratenen Würsten, fast nie nach gekochten Würsten, während ältere Jahrgänge auch eine gekochte Burenwurst „a Haaße“ im Wiener Jargon, schätzen.

Allzeit bereit

Dass die Käsekrainer nach umsichtiger Zubereitung immer frisch und doch fertig gebraten ist, genau dann, wenn die Gäste kommen, verdanken Palfrader und ihre Kollegen ihrer Erfahrung: „Die Qualität der Käsekrainer ist das Um und Auf! Eine Käsekrainer mit Käsefusserl braucht eben ihre Zeit, bis sie perfekt ist, denn der Käse, das Fleisch und die Gewürze müssen sich erst

langsam binden. Währenddessen muss man gefühlvoll mit der Temperatur spielen, wissen, wann man den Griller voll mit Würsten legt und wann es reicht, ein, zwei Paare aufzulegen. Jeder Gast hat das Recht, eine perfekte Wurst zu essen“, unterstreicht Christine Palfrader den Anspruch des

Berufsstandes.

Da braucht es einiges an Gespür, denn „Warten geht heutzutage gar nicht. Vor allem bei der Laufkundschaft muss alles ganz schnell gehen“, erzählt Christine Palfrader, die den Grund dafür in der Konkurrenz des Fast Food Angebotes, aber auch im allgemein schnelleren Lebensablauf ortet. Ganz im Gegensatz dazu sind es vor allem die Stammkunden, die Ansprache und oft auch die geografische Nähe zum Zuhause schätzen. „Man hat am Würstelstand immer so etwas wie eine große Familie. Die Gäste kennen sich, treffen sich hier, schließen Freundschaften und manche kennen sich bei der Technik und Logistik am Würstelstand sogar besser aus als so mancher Mitarbeiter“, erzählt Christine Palfrader vom Alltag an ihrem „Big Mama“

Würstelstand. Und auch wenn die Zahl der Würstelstandler leicht sinkt, ist sie vom Überleben des Berufstandes überzeugt: „Die Menschen schätzen das Lebensgefühl am Würstelstand, das hat Bestand.“

Beliebtes Produkt bei Radatz

Die Begeisterung der Österreicher für die Käsekraier spiegelt sich im Produktabsatz wieder: „Pro Jahr werden in Österreich etwa 8 Millionen Radatz Käsekraier gegessen“, erläutert Verkaufsleiter Johann Pichler. Die Länge der damit verzehrten Käsekraier ergibt übrigens eine Strecke von etwa mehr als 1.300 km, in etwa die Strecke Wien-Barcelona. Dass Herr und Frau

Österreicher der Käsekraier weiterhin so treu verbunden sind, liegt wohl auch an der Innovationsfreude bei Radatz: „Bei Qualität und Sicherheit gibt es keinen Spielraum, das muss immer perfekt sein. Die Chance am Markt liegt in innovativen Produkten.“ Neben der klassischen Käsekraier bietet Radatz daher auch eine schärfere Chili-Käsekraier an, Käsekraier-Schnecken, die XXL-Käsekraier und natürlich die beliebten Minikäsekraier, die in keiner

Grillmixpackung fehlen – vom 27 g Babykäsekraier bis zum wirklichen Schwergewicht von 250 g ist alles dabei, was das Herz eines Fleischigers begehrt!

Würstelstand 2.0 - Würsteln im Netz

Radatz selbst sorgt in diesem Sommer jedenfalls mit einigen Aktivitäten für Bewegung und Begegnung am Würstelstand, die sich alle rund um die Käsekraier und den Würstelstand drehen. Auf der neuen Homepage gibt es etwa einen „Würstelstand Finder“. So findet man schnell die nächste Würstel-Quelle in unmittelbarer Nähe. Die Radatz -Selfie-Challenge spricht wiederum die mobile Generation an. „Gerade am Würstelstand

trifft man sich gerne mit seinen Freunden, bevor man abends loszieht oder auch nach einem ereignisreichen Abend“, erläutert Erika Löwenstein, die für das Marketing bei Radatz zuständig ist. Und dann ist es von Facebook zum Würstelstand auf einmal gar nicht mehr so weit: „Selfies zu posten, ist gerade der Renner. Und am Würstelstand treffen Menschen auf Menschen und auf Essen – das perfekte Umfeld für ein Selfie, das man auf Facebook mit Freunden teilt!“, nimmt Erika Löwenstein den Facebook-Trend auf und präsentiert die Radatz Selfie-Challenge: „Wir laden alle Kunden ein, ab 1. Mai 2014 ein Selfie an ihrem Lieblings-Würstelstand zu machen, dieses auf Facebook zu posten, und das Bild mit Freunden zu teilen.“ Als Hauptgewinn winkt den Teilnehmern bis zum 12. Juni 2014 der Gewinn von drei iPad Minis. Bis dahin gibt es regelmäßig bestens befüllte Käsekraier Fan Boxen zu gewinnen – mit Stupfgabel, Schürze, Grill-Gadgets und natürlich auch einer großen Radatz-Käsekraier-Sonderedition in einer eigens gebrandeten Radatz-Kühltasche.

Käsekraier to go

Keine Zeit zum Selfie-posten, manchmal nicht einmal zum gemütlichen Essen? Dann empfiehlt sich eine weitere Innovation: Ab sofort gibt es beim Würstelstand nämlich die „Radatz Käsekraier to go“. Eine perfekt zubereitete Käsekraier – gestupft und mit knusprigen Käsefüßerl natürlich – gaumenfreundlich geschnitten und essfreundlich portioniert in einem papiergestärkten Stanitzel zum Mitnehmen. „Die „Radatz Käsekraier to go“ sehen wir als Bereicherung unseres Angebotes. Das Stanitzel ist quasi die sympathische Verbindung aus Würstelstandessen und Fast Food“, stellt Erika Löwenstein das eigens gebrandete Stanitzel vor, das heißen Käsekraier-Genuss nun auch den eiligen Zeitgenossen ermöglicht.

Österreich ist bei der Fußball WM nicht dabei – a Wuarscht!

Wenn das runde Leder regiert, dann ist der nächste Griller nicht weit weg. Auch Radatz wandelt auf den Spuren der heurigen Fußball-WM in Brasilien und fordert die Kreativität der Fans zu Hause mit einem großen Gewinnspiel. Die Frage an die Fußballafficionados lautet: Welche Mannschaft feuert ihr an? Welche Nation soll gewinnen und warum? Radatz sammelt bis zum 30. Juni 2014 die originellsten Fan-Sprüche, die überzeugendsten Fotos und die besten

Schlachtrufe. Diese stehen dann auf der Radatz-Facebook Seite und rittern um die meisten „Likes“. Den Gewinner erwartet pünktlich zum WM-Finale am 13. Juli 2014 alles für ein Grillfest für 20 Personen.

Alles rund um die Käsekraier

Radatz nimmt den Sommer der Käsekraier auch gleich zum Anlass, die eigene Homepage zu überarbeiten. Neben schmackhaften Rezepten und Koch-Videos gibt es auch einen „Radatz-Blog“ über saisonale Themen. Die Mittagsmenüs mit Bestellfunktion sind ein wichtiges Filial-Thema. „Die Homepage sowie unser Facebook-Auftritt bilden die „Homebase“ unserer Marketingaktivitäten. Unter www.radatz.at/kaesekraier findet man alles für die richtige Zubereitung der Käsekraier, wie den „Käsekraier-Stupfkurs“. Ein Blick darauf lohnt sich immer“, fasst Erika Löwenstein die Kommunikationsaktivitäten zusammen.

Die Käsekraier - ein Produkt, viel Geschmack

Die Käsekraier besteht zu 62 % aus Schweinefleisch, zu 20 % aus Rindfleisch und zu 18 % aus gereiftem Emmentaler. Zuerst wird das Fleisch klein geschnitten und nach der weiteren Zerkleinerung im Kutter im Fleischwolf fein faschiert. Zurück im Kutter vermischt man dann das Brät mit Salz, Pfeffer und

Gewürzen, erst dann kommt der feingewürfelte Emmentaler zur Masse.

Danach erfolgt die Füllung in Naturdärme, wodurch die Käsekraier ihre Form erhält. Im darauf folgenden Selchvorgang, verliert die Käsekraier noch an Feuchtigkeit und gewinnt somit an Konsistenz. Die Räucherung mit Holzspänen verleiht ihr das typische Aroma. Bei der weiteren Zubereitung der Käsekraier kommt es vor allem auf die Bildung der köstlichen Käsekruste an. So wird´s gemacht: Die Wurst zuvor mit einer Spicknadel oder „Stupfgabel“ anstechen, bei geringer Hitze braten, die Haut mit Fett bepinseln und im Verlauf des Bratens

immer wieder anstechen und umdrehen. Vor dem Servieren etwa drei Minuten in der Pfanne rasten lassen, Hitze reduzieren und nicht mehr wenden. Das „Käsefusserl“ ist fertig!

(Red./Radatz)

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at