

Fleischermeister Franz Maurer setzt auf wilde Hausmannskost

Franz und Susanne Maurer haben sich mit Wildspezialitäten zu „alten Hasen“ im Catering gemausert



© Weippl

Das 44-kg-Wildschein, das am Grillspieß knusprig heiß seine Runden dreht, ist Blickfang und Publikumsmagnet bei der Firmenfeier in Schloss Hof bei Carnuntum. Der Asterixfaktor, der hier mitschwingt, entfaltet seine Wirkung, beim Anschnitt bildet sich eine erwartungsvolle Schlange. Da zeigt sich, wie wichtig die richtige Präsentation ist – das Auge isst einfach mit –, kommentiert Fleischermeister Franz Maurer den Andrang. Während dem Zerteilen des Fleisches beantwortet er bereitwillig die Fragen der neugierigen Esser. Die meisten wollen das Gewicht des Borstentieres erfahren, auch die Herkunft interessiert viele.

Natürlich aus der Region, erwidert Maurer, dessen Geschäft im nahegelegenen Ort an der Donau einen Stammpatz besitzt.

Dabei setzt er nicht ohne Stolz hinzu: Die Marchfelder Gegend hier ist ideal für Wildtiere. Nicht nur deswegen hat er sich gemeinsam mit Ehefrau Susanne auf Spezialitäten vom Wild als besonderes Verkaufsargument im Cateringbereich fokussiert.

Wild ist im Kommen, meint Maurer: Die freie Standort- und Äsungswahl garantieren beste Qualität. Gerade die junge Kundschaft legt darauf Wert, und hier wird es immer beliebter.

Maurer setzt auf externe Partner

Das Wild-Sortiment der Maurers reicht von Reh-, Hirsch- und Wildschweinrohschinken über Wildpastete und Wildschweinleberkäse. Und das weitere Catering-Angebot? Wir setzen auf Hausmannskost, meint Susanne. Die jüngeren Leute oder auch einfach diejenigen, die den ganzen Tag arbeiten, haben immer weniger Gelegenheit zu kochen und freuen sich, wenn es traditionelle Gerichte gibt, erklärt sie das Konzept.

Ernährungsbewusste Kunden kommen beim variationsreichen Salatbuffet auf ihre Kosten, auch Fisch und Gemüse vervollständigen die Nährstoffbilanz. Gibt es dennoch spezielle Kundenwünsche, wird mit externen Partnern zusammengearbeitet. Das gilt auch für die Desserts. Blechkuchen mit Marille oder Zwetschken bäckt Frau Maurer selbst, alle weiteren Nachspeisen werden bei einer Konditorei im Ort bestellt.

Gute Planung: Schwer kalkulierbare Personalkosten

Die richtige Kombination aus eigenem Angebot und externer Erweiterung dafür bedarf es im Vorfeld sorgfältiger interner Dokumentation und Planung. Hier ist Susanne Maurer ganz in ihrem Element. Will man Erfolg haben, muss man auf jeden Fall sehr gut kalkulieren, ist sie überzeugt. Es beginnt dabei, dass man die Kunden schon im Vorfeld berät und den Bedarf

möglichst genau festlegt, damit man knapp, aber nicht zu knapp kalkulieren kann.

Eine schwer zu berechnende Konstante ist hier das Personal, Wochenendarbeitszeiten machen es schwer, längerfristige Arbeitskräfte zu finden. Zumeist wird daher mit der Gastronomie vor Ort zusammengearbeitet, das Servicepersonal von dieser dem Kunden zur Verfügung gestellt. Die größte logistische Herausforderung bilden die vielen Positionen, die zu berechnen sind. Ich zähle das gesamte Geschirr und Besteck vor und nach dem Auftrag ab – jeder Bestandteil, der kaputt wird oder verlorenggeht, wird entweder verrechnet oder reklamiert, führt Susanne aus. Durch diese genaue Logistik hat sich, seit die Maurers um die Jahrtausendwende den Catering- und Partyservice zu ihrem Geschäftsfeld hinzufügten, ein Ausrüstungsbestand für etwa 200 Personen angesammelt.

Wir sind nach und nach immer mehr in das Geschäft eingestiegen und haben den Bestand kontinuierlich vergrößert, so Maurer. Sogar ein Zelt steht zur Verfügung, vor kurzem wurde auch die Küche erweitert und auf den neuesten Stand gebracht. Auch wenn uns die Kosten dann schon aus den Socken geworfen haben, setzt Franz nach. Wir versuchen, aus den Ressourcen das Wirtschaftlichste herauszuholen und möglichst wenig Fremdkapital zu verwenden, erklärt die Fleischerin den wirtschaftlichen Ansatz, der auch zur Motivation beiträgt: Denn dann ist der Zwang da, dann muss man Geschäfte machen.

Fleischermeister Franz Maurer froh: Auftragsstarker Sommer

Die aktuelle Veranstaltung ist die vierte in dieser Woche, und damit ist auch das Limit erreicht. Im Sommer gibt es für uns generell mehr Aufträge, da kann das vorkommen, erklärt Susanne weiter, aber mehr ginge nicht. Dann könnte man die Qualität nicht garantieren, und das wäre fatal. Mundpropaganda ist unser wichtigstes Werbemittel. Gibt es zwei oder drei

schlechte Aufträge, dann ist man weg vom Fenster. Dann muss sie auch schon wieder weiter, nach dem großen Buffetansturm geht es ans Wegräumen, auch das Wildschein hat seine letzten Umdrehungen beendet, oder besser gesagt, die Reste, denn viel ist nicht von dem Fleisch übriggeblieben.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at