

Haya Molcho

Die Familie als Marke

Haya Molcho leitet ein kleines Gastronomieimperium. Sie setzt voll auf ihre Söhne und sich selbst als Markenbotschafter.

Von **Christina Pausackl**

28. Dezember 2015, 10:00 Uhr / DIE ZEIT Nr. 52/2015, 23. Dezember 2015



Haya Molcho, Szenewirtin, Köchin, Unternehmerin und Autorin

© Südwest Verlag/Peter Mayr

[<http://www.randomhouse.de/Autor/Haya-Molcho/p514127.rhd>]

Die Worte unterstreicht Haya Molcho mit großen Gesten, ihre Locken springen beim Sprechen mit. Während den meisten am Naschmarkt noch der Schlaf im Gesicht liegt, sind Molchos Augen schon hellwach. Als sie sich an den kleinen Tisch in der Ecke ihres Lokals setzt, beginnt sie mit einer Frage: "Wo soll ich anfangen?" Es ist klar, dass sie darauf selbst antworten will.

Haya Molcho möchte über ihre Familie reden und über ihre Restaurants, in denen Nahost-Küche aufgetischt wird. Über den Kichererbsenbrei Hummus oder die Sesampaste Tahina, die sie an eine Supermarktkette verkauft, und ihr viertes Kochbuch, das bald erscheinen wird. Am liebsten will sie dabei nicht unterbrochen werden. Zwischenfragen beantwortet sie nur kurz, hält dann inne, fragt: "Wo war ich?" Dann redet sie weiter über ihre Betriebe. Und über das Stück Land, das sie sich in Rumänien gekauft hat, um eigenes Gemüse anzubauen. Oder über die Flyer, von deren Vorderseite vier junge Männer lächeln. "Meine schönen Söhne", sagt sie. Wenn Haya Molcho über ihre Kinder spricht, klingt sie wie eine stolze Mutter. Und eine PR-Frau.

Es ist ein Montagmorgen und über dem Wiener Naschmarkt hängt ein grauer Himmel. Hier hat sich Haya Molcho 2009 einen Traum erfüllt: Sie eröffnete das orientalische Restaurant Neni.

Neni wie Nuriel, Elijor, Nadiv und Ilan – die Söhne. Drei von ihnen sind heute ihre Geschäftspartner, und das ist kein Zufall. In Molchos Leben steht die Familie über allem.

Was mit Neni am Naschmarkt begann, ist sechs Jahre später zu einer Gastronomiekette mit mehr als hundert Mitarbeitern geworden. Die Molchos betreiben den Tel Aviv Beach am Donaukanal, besitzen Lokale in Berlin, Zürich und Hamburg. Ihr Catering beliefert 1600 Spar-Filialen sowie die Hotelkette 25 Hours in ganz Europa. Neni ist eine Marke. Aber nicht nur das: Haya Molcho hat sich selbst zu einer Marke gemacht. Sie lacht aus Supermarktbrochüren und von Hummusverpackungen im Kühlregal, aus Kochbüchern und den Klatschspalten der Zeitschriften.



[[http://premium.zeit.de/aktuelle-zeit?](http://premium.zeit.de/aktuelle-zeit?wt_zmc=fix.int.zonpme.zeitde.artikelbox.ausgseite.bildtext.cover.cover&utm_medium=fix&utm_source=zeitde_zonpme_int&utm_campaign=artikelbox&utm_content=ausgseite_bildtext_cover_cover)

[wt_zmc=fix.int.zonpme.zeitde.artikelbox.ausgseite.bildtext.cover.cover&utm_medium=fix&utm_source=zeitde_zonpme_int&utm_campaign=artikelbox&utm_content=ausgseite_bildtext_cover_cover](http://premium.zeit.de/aktuelle-zeit?wt_zmc=fix.int.zonpme.zeitde.artikelbox.ausgseite.bildtext.cover.cover&utm_medium=fix&utm_source=zeitde_zonpme_int&utm_campaign=artikelbox&utm_content=ausgseite_bildtext_cover_cover)]

Dieser Artikel stammt aus der Österreich-Ausgabe der ZEIT Nr. 52 vom 23.12.2015. Sie finden diese Seiten jede Woche auch in der digitalen ZEIT.

"Wir haben noch viel vor", sagt Haya Molcho so, als hätte ihr Leben erst gerade begonnen. Dabei ist sie sechzig Jahre alt, und ihre vier Söhne sind längst erwachsen. Wenn sie von ihren Plänen spricht, spricht sie immer im Plural. Sie sagt stets: "Wir".

"Wir", meint sie, "wir sind sehr eng." Ihr größter Erfolg sei, dass ihre Söhne "so zusammenhalten". Heimat sei für sie kein Land auf dieser Welt. Nicht Rumänien, aus dem ihre jüdischen Eltern stammen, nicht Israel, wohin sie nach dem Zweiten Weltkrieg emigriert waren und wo Molcho geboren wurde. Nicht Deutschland, wohin sie 1964 ausgewandert war, nicht Österreich, wo sie sich mit ihrem Mann Samy Molcho, einem berühmten Pantomimekünstler, vor dreißig Jahren niedergelassen hat. Heimat ist, sagt sie, wo ihre Familie ist.

Haya Molcho spricht mit lauter, kräftiger Stimme. Man kann sich gut vorstellen, wie sie eine Festgesellschaft alleine unterhält. Sie kann ihrem Gegenüber in kürzester Zeit ein Gefühl von Nähe vermitteln, weil sie, ohne zu zögern, intimste Dinge aus ihrem Leben erzählt. Von den sieben Jahren zum Beispiel, als sie nicht und nicht schwanger wurde und am Ende fast aufgegeben hatte. Von dem Tag, als ihr Vater von zu Hause wegging und sie unglücklich zurückließ. Von den ersten Monaten im Neni, als sie abends oft weinte, weil sie fürchtete, es nicht zu schaffen. Oder von der besonderen Liebe zwischen ihr und Samy, der zwanzig Jahre älter ist als sie. All das erzählt sie einfach so. Und stellt im selben Moment eine unüberbrückbare Distanz her. Etwas Unnahbares umgibt sie. Jede Anekdote folgt einer perfekten Dramaturgie, und man merkt, dass sie ihre Geschichten geplant und schon unzählige Male erzählt hat. Sie sind Teil der Marke Molcho. Ein Produkt, das sie verkauft.

Die aktuelle ZEIT können
Sie am Kiosk oder hier
erwerben.

[[http://premium.zeit.de/aktuelle-zeit?
wt_zmc=fix.int.zonpme.z
eitde.artikelbox.ausgseite.bildtext.text.text&
utm_medium=fix&utm_source=zeitde_zonp
me_int&utm_campaign=artikelbox&utm_content=ausgseite_bil
dtext_text_text](http://premium.zeit.de/aktuelle-zeit?wt_zmc=fix.int.zonpme.z
eitde.artikelbox.ausgseite.bildtext.text.text&utm_medium=fix&utm_source=zeitde_zonp
me_int&utm_campaign=artikelbox&utm_content=ausgseite_bildtext_text_text)]