

Das richtige Rezept

Wie sich aus Leidenschaft einer Familie ein Erfolgsrezept entwickeln kann, beweist seit Jahren die Familie Molcho. Wobei Rezept hier im wahrsten Sinne des Wortes eine Rolle spielt. Denn die Rezepte für die beliebten Falafel und den Humus der mittlerweile international tätigen Marke Neni waren und sind eines der Erfolgsgeheimnisse des Familienunternehmens dessen Gaumenfreuden demnächst auch in Paris und Amsterdam genossen werden können. Gleichzeitig wird gerade gemeinsam mit der Firma Ulrich Etiketten eine neue Verpackung entworfen.

Doch vielleicht kurz zurück zum Start: Begonnen hat Haya Molchos Leidenschaft für das Kochen schon als Kind. Das war auch später noch so. Haya liebte es, für Nachbarn und Freunde aufzukochen, und half ihnen auch bereitwillig bei größeren Vorbereitungen. Als eine Nachbarin 2003 zu ihr kam und sie bat, das Catering für eines ihrer Feste zu übernehmen, wurde aus dem Hobby ein Nebenjob. Von da an wurde sie in den besten Kreisen gebucht. Der Schritt zum eigenen Lokal war die logische Konsequenz. Mit Neni am Naschmarkt gab und gibt es eine zusätzliche Attraktion auf Wiens größtem Markt. Neni war das erste Lokal in Wien, in dem es orientalisches Essen modern und trendig gab. Vom eingefleischten, alternativen Vegetarier bis hin zum Businessmann – hier treffen sich Touristen und Wiener zum gemeinsamen Essen und Genießen. Im Familienunternehmen integriert sind auch die Söhne Nuriel, Elior



Familien Molcho und Ulrich am Naschmarkt

und Ilan. Jeder in der Familie hat seine Aufgabe übernommen. Der eine kümmert sich um die Produktion, der eine um neue Projekte, einer um die Marke und Haya um die Küche. „Nirgends ist der Ferne Osten so nah wie im NENI am Naschmarkt. Vielleicht, weil es hier ge-

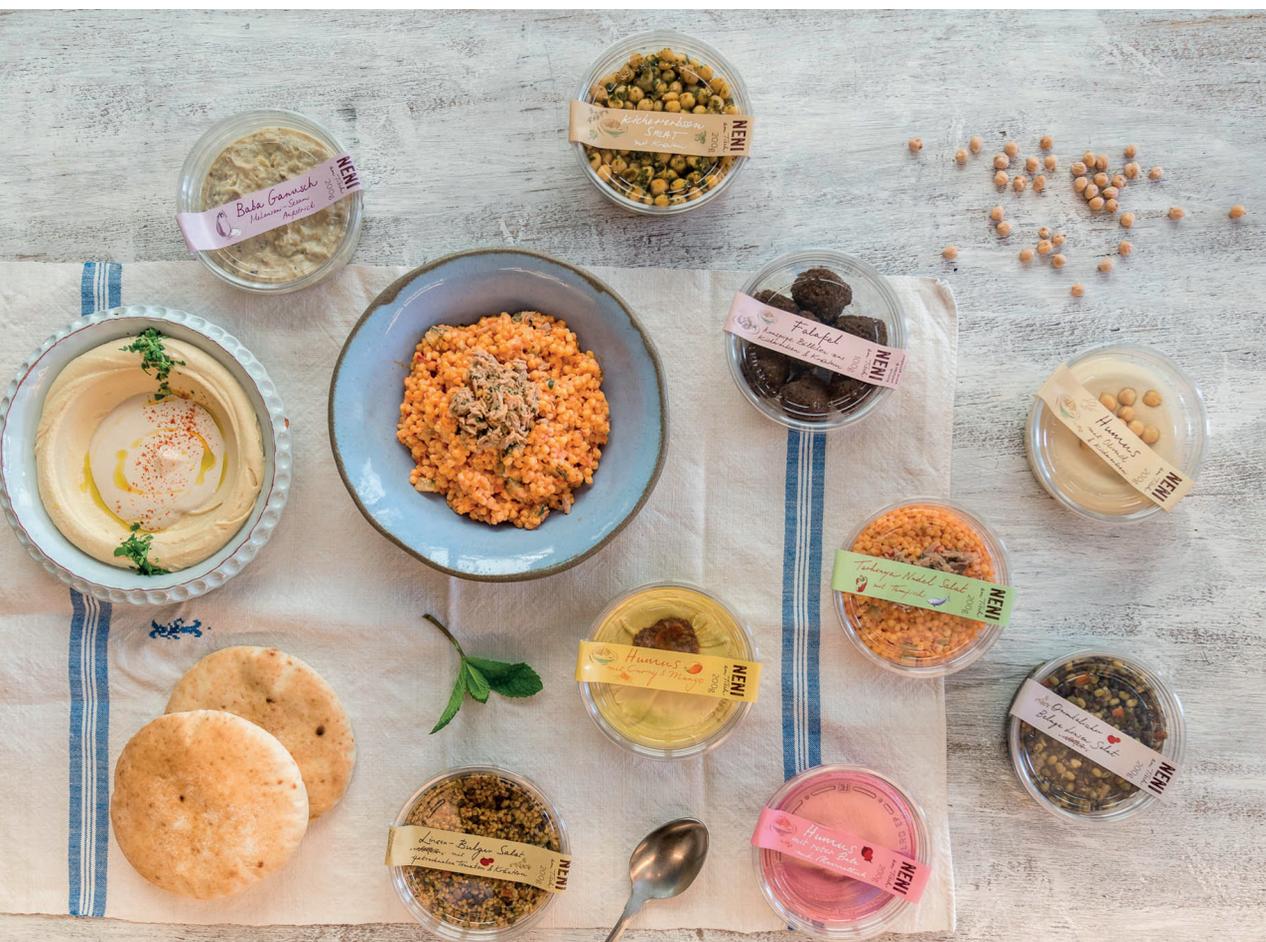
nauso drunter und drüber geht wie auf einem orientalischem Bazar - am Markt wie auch im Lokal. Inmitten des pulsierenden Markttreibens und umringt vom Duft nach Gewürzen fühlen wir uns so richtig wohl. Und das schmeckt man auch bei unseren Speisen“, so das Motto der Familie.

Zutaten

„Neben den Rezepten, die in jahrelanger Erfahrung als Weltenbummler auch vor Ort recherchiert wurden, sind natürlich die Zutaten das Um und Auf unserer Gerichte“, erklärt Nuriel Molcho, der auch gerne erzählt wie es kam, dass Neni langsam aber sicher international wurde. „Begonnen hat alles damit, dass einige Zeit Manager aus einem Hotel täglich bei uns frühstückten. Eines Tages hatten sie die Frage, ob wir nicht in ihrem Restaurant auch das Neni-Angebot anbieten möchten. Damals waren wir noch im ersten Jahr und wir sagten ab. Wir blieben allerdings im Kontakt und als vom gleichen Gast später die Anfrage kam ob wir nicht bei der Eröffnung eines Lokales in Zürich mithelfen möchten, sagten wir ja, halfen damals allerdings nur bei der Gestaltung der Speisekarte mit und gaben als Hilfe einige Gewürzmischungen mit denen unsere Gerichte umgesetzt werden können. Nachdem auch in Zürich das Konzept sofort auf Gegenliebe stieß, kam die Idee, Neni als Franchise-Unternehmen weiter auszubauen. So kamen auch Berlin und Zürich zu ihrem Neni. Bei den neuen Lokalen sind wir aber weitergegangen – hier wird von uns das Neni-Konzept vor Ort umgesetzt und die Köche lernen bei uns die Zubereitung unserer Speisen. Gleichzeitig sind die Restaurants aber auch eigenständig und es wird nicht alles standardisiert. München werden wir heuer noch eröffnen und Köln, Amsterdam und Paris folgen nächstes Jahr“. Dass Neni immer internationaler wird, beweist auch das neueste Kochbuch, das mehrsprachig erscheinen wird.

Spar

Seit einigen Jahren kann man sich das Flair von Neni aber auch vom Supermarkt mit nach Hause nehmen. „Zum Start belieferten wir nur zwei Spar Filialen – nachdem unsere Produkte dort vom Start weg ein Erfolg waren, wollte Spar das Sortiment in allen Filialen haben. Wir haben in der Garage mit der Produktion angefangen, alle Freunde mussten aushelfen“, sagt Ilan. Mittlerweile beliefert Neni 1.600 Filialen mit 25 unterschiedlichen Produkten – wobei Ilan erklärt, dass ohne die Unterstützung der Handelskette dieses Projekt nie diese Größe erreicht hätte.



Verpackte Leckereien mit Etiketten von Ulrich Etiketten

„Wir mussten ja erst lernen, dass man Lebensmittel auch anders verpacken kann als mit der Hand – dass es hier richtige Verpackungslösungen gibt, war mir zum Start ja nicht bekannt.“ Hand in Hand mit der Belieferung des Handels ging auch die Bekanntheit mit der Familie Ulrich.

Etiketten

„Wir waren auf der Suche nach einem Thermotransferdrucker für unsere Verpackungen – die richtige Lösung fanden wir bei der Firma Ulrich Etiketten. Die Firma Ulrich Etiketten ist für uns nicht nur ein Lieferant, sondern ein Partner der uns hilft, unsere Verpackung und unser Produkt weiterzuentwickeln. Die Etiketten zeigen heute nicht nur unsere Marke – gleichzeitig dienen sie als Öffnungsschutz. Die Partnerschaft geht aber über das reine Etikettengeschäft hinaus. Nicht nur, dass sich die Familien gut verstehen, entwickeln sie gerade gemeinsam auch ein neues Verpackungskonzept für zweiteilige Schalen, die demnächst auf den Markt kommen werden. Wir haben in Ulrich Etiketten einen flexiblen Partner der zu uns und unserer Firmenkultur passt.“ Damit man der steigenden Nachfrage des Handels auch Rechnung tragen kann, wird die Produktion an einen neuen, größeren Standort in Gumpoldskirchen (mit einer neuen Verpackungsanlage) verlegt werden.



Ulrich Etiketten

„Es macht ganz einfach Spaß, eine so innovative Familie auf ihrem Weg begleiten zu dürfen“, sagt Dr. Rainer Ulrich. „Abgesehen davon, dass ich den Humus von Neni liebe“, ergänzt schmunzelnd Mag. Florian Ulrich vom Familienunternehmen, das nächstes Jahr sein 150jähriges Jubiläum feiern wird. Im Jubiläumsjahr wird allerdings nicht nur gefeiert werden – die nächsten Großinvestitionen stehen vor der Tür und werden 2018 in Betrieb genommen werden damit das Unternehmen mit rund 30% Exportanteil auch in Zukunft seine Kunden erfolgreich bei der Umsetzung ihrer Konzepte unterstützen und begleiten kann.

Mehr über die zwei Familienunternehmen sehen Sie unter: www.neni.at und www.ulrich.at



austria
glasrecycling
www.agr.at

Drum trenne, was ewig weiterleben soll.

Glasrecycling bringt jedes Jahr rund 230.000 Tonnen Altglas wieder in den Wertstoffkreislauf zurück.

