



24
25

Markus Bauer, Hans Schmölz und Viktor Fischer (MAHAVI), Fürstenfeldbruck:

DREI FREUNDE

... und die große Gastro-Lust

Ob eigene Läden, Kundenauftrag oder Eventgeschäft –
mit viel Gefühl und einem Gespür für zeitvolle Konzepte hat
sich das MAHAVI-Trio einen Namen gemacht.
Weit über die Heimat Fürstenfeldbruck hinaus.

Text: Benjamin Brouër, Fotos: Daniel Reiter

Drei Männer auf einem Bild: Beim Fototermin hieß es eng zusammenrücken. Noch ein bisschen enger. „Jetzt nehmt Euch mal in den Arm“, animierte unser Fotograf Daniel Reiter die drei Gastronomen Markus Bauer, Hans Schmölz und Viktor Fischer. „So ein richtiges Buddy-Bild?“, fragte Markus Bauer, das MA in MAHAVI. „Gerne, das sind genau wir“, stimmte er zu und zog seine Kollegen näher zu sich. Das entstandene Foto ist sinnbildlich: Die drei bilden ein eingeschworenes Team, samt ihren Frauen und Familien einen richtigen Freundeskreis – kurz: sie bilden ein Ganzes.

Die Wurzeln dieser engen Verbindung reichen gut und gerne 25 Jahre zurück. Die Wege von Hans Schmölz und Viktor Fischer, beide aus Fürstenfeldbruck stammend und dort nach wie vor lebend, kreuzten sich in der Kreisstadt 25 Kilometer westlich von München naturgemäß häufig. Fischer leitete eine ganze Weile das dortige „Parkcafé“, das mittlerweile wieder zum Unternehmen gehört. Hans Schmölz entstammt einer Gastronomenfamilie, wurde im Amperpark, einer Freizeitsportanlage in Emmerring, quasi groß. In der angeschlossenen „A Go Go Bar“ organisierten die beiden ihre erste Partyreihe. Bis sie gemeinsam Objekte entwickeln, sollte es hingegen noch etwas dauern, waren sie doch jeweils in anderen Gastropartnerschaften verstrickt. „Das fühlte sich an, als sei man verheiratet, liebe aber jemand anders“, erinnert sich Viktor Fischer lachend.

„Martha“ öffnet Türen

Die ersten bleibenden Abdrücke hinterließen Schmölz und Fischer in der „Brucker“ Szene dann mit dem Stadtstrand „Pavillon Beach“ und mit dem lässigen Burger-Hangout „Bottles’n’Burgers“. Im Jahr 2015 muss das gewesen sein... die Erinnerungen verschwimmen,

zu viel ist in den letzten Jahren passiert. Denn spätestens als mit Markus Bauer der Dritte an Bord kommt, nimmt die Sache richtig Fahrt auf. Langjährige freundschaftlich-familiäre Verbindungen und das Interesse an der innovativen und wachsenden Foodtruck-Szene bringen das Trio zusammen. Im Team heben sie das „Foodtruck Festival Fürstenfeldbruck“ aus der Taufe, das bereits bei der Premiere im Jahr 2016 einschlägt wie eine Bombe. Seit 2017 ist Kabel Eins als TV-Partner mit dabei und dokumentiert das Happening mit 30.000 Foodbegeisterten an zwei Tagen.

Als weiterer Karriere-Booster sollte sich die „Martha Pizzarei“ erweisen, ihre moderne Interpretation eines kommunikativen, mediterranen Restaurants, das im Februar 2017 eröffnete. „Über ein Jahr haben wir alles von A bis Z professionell durchgeplant, angefangen bei den Farben über die gesamte Markensprache bis hin zum Speisenangebot“, erzählt Hans Schmölz. Das Ergebnis verblüffte nicht nur die Macher selbst, aus München, aus Freiburg, aus der Schweiz reisten Interessierte an, um in das spezielle Martha-Feeling einzutauchen. Ein Feeling, das sein Vorbild im Sehnsuchts- und Inspirationsort Ibiza findet. „Wir alle lieben die Insel und das Gartenrestaurant La Paloma“, verrät Hans Schmölz. „Diese Gastfreundschaft, gepaart mit einem lässigen Service, wollten wir in unsere Heimat bringen.“

Schon bald nach Eröffnung der „Martha“ häuften sich die Anfragen, ob sie so etwas in der Art nicht auch für andere Betreiber entwickeln würden. Markus Bauer: „Das war der Moment, als wir gemerkt haben, wie stark wir mit unseren unterschiedlichen Schwerpunkten als Trio sind.“ Hans Schmölz: der Visionär, der einen leeren Raum bereits im Kopf mit Leben füllt. Viktor Fischer: das operative Herz, das dafür sorgt, dass Mitarbeiter und Gäste glücklich sind. Und schließlich Markus Bauer, der lange Jahre bei den Catering-

Größen Käfer und Kofler das Markendenken eingehaucht bekommen hat. So steht MAHAVI nicht nur für die Anfangsbuchstaben der drei Geschäftsführer, sondern ebenso für Marketing, Handling und Visionen. Eine klare Aufgabenverteilung und Struktur, in der jeder den anderen so lässt, wie er ist.

Ehrlich und zeitvoll

Dass da in der Nähe von München drei Vollprofis sitzen, die es verstehen, „einem gastronomischen Betrieb ein Gefühl zu geben“ (Markus Bauer) spricht sich schnell herum. Auch dank guter Kontakte zu Brauereien wie Augustiner und König Ludwig füllt sich das Auftragsbuch stetig – vom mobilen Wurst-Konzept über das Hotel-Restaurant samt Rooftop-Bar bis hin zum modernen bayerischen Wirtshauskonzept vertrauen Auftraggeber ganz unterschiedlicher Couleur auf die MAHAVI-Dienste. So variantenreich die Kunden sind, so flexibel zeigt sich auch das Angebotsportfolio des Trios. „Du kannst bei uns einen einzelnen Workshop oder ein Mitarbeiterhandbuch ebenso bekommen wie eine Gesamtkonzeption bis hin zum schlüsselfertigen Laden“, verdeutlicht der Marketing-Fachmann Markus Bauer.

Was zeichnet MAHAVI als Konzepter und Berater aus? Was suchen und finden die Kunden bei den dreien? „Zu allererst sind wir ganz ehrliche Berater – und sind dabei auch ehrlich zu uns selbst“, so Bauer. Am Anfang eines jeden Projek-



„Wer kein Unternehmer-Gen hat, sollte die Finger von der Branche lassen.“

Markus Bauer

i Männer

26
27



„MAHAVI ist ein Zugehörigkeitsgefühl, eine Gemeinschaft.“

Hans Schmölz

tes steht daher ein Kennenlern- und Orientierungsworkshop, bei dem auch die gemeinsame Chemie abgeklopft wird. Denn: „Wenn es menschlich nicht passt, dann passt gar nichts.“

Eines der häufigsten Schlagwörter im Interview lautet „Gefühl“: Vertrauen, Wertschätzung und ein respektvoller, ja liebevoller Umgang untereinander, mit den Mitarbeitern und auch mit den Auftraggebern gehört für MAHAVI zum unveräußerlichen Unternehmenskern. Und die Objekte? Die planen die drei immer so, als würden sie

den Laden nach Fertigstellung selbst betreiben müssen respektive dürfen. Die Ergebnisse sind dann im besten Fall so zeitlos, oder besser „zeitvoll“ (Hans Schmölz) wie die „Martha Pizzeria“ und gehorchen nicht einfach kurzlebigen Trends. „Wir würden bei uns in der Stadt beispielsweise niemandem raten, einen Poke-Bowl-Laden zu

eröffnen“, verdeutlicht Viktor Fischer. Die besondere Konstellation, dass das Trio parallel zur Planung und Entwicklung von Kundenobjekten selbst sechs eigene Läden managt, dazu Events schmeißt und überdies Eventlocations vermarktet, macht das Team besonders feinfühlig für die Sorgen und Probleme heutiger Gastronomen. Ob Auswertung einer betriebswirtschaftlichen Analyse, Personalsorgen oder ausbleibende Gewinne trotz guter Umsätze: „Wir wissen, wo der Schmerz sitzt, und wir wissen, dass Gastronomie heute nicht mehr so funktioniert wie vor 20 Jahren.“ Dieses Know-how lassen sie nun in den jüngsten Baustein ihres ohnehin schon breit gefächerten Unternehmens-Portfolios einfließen: Die MAHAVI-Akademie hat es sich zur Aufgabe gesetzt, Gastro-Mitarbeiter fit zu machen für die aktuellen Herausforderungen.

Leitplanken und Perspektiven

Von der vielzitierten Personalnot in der Gastronomie spüren Bauer, Schmölz und Fischer selbst nichts. Die Anzahl an qualifizierten Bewerbungen von beispielsweise Betriebsleitern übersteigt die Anzahl der Stellen bei weitem, MAHAVI wird als attraktiver Arbeitgeber per Mund-zu-Mund-Propaganda weiterempfohlen. „Wir geben unseren Mitarbeitern Leitplanken vor und zeigen ihnen Perspektiven auf“, erklärt sich Hans Schmölz die komfortable Situation. Angesichts der Viel-

zahl an Aufgabengebieten im MAHAVI-Kosmos könne man unter Umständen im Service beginnen und später Events leiten oder in der Grafikabteilung arbeiten.

Ein Dutzend Mitarbeiter teilt sich das MAHAVI-Headquarter, ein kommunikativ gestaltetes Büroloft in der Innenstadt. In den eigenen Gastro-Objekten arbeiten etwa 40 weitere Festangestellte, dazu kommen je nach Saison mehr als 100 Teilzeitkräfte. „Wir wertschätzen unsere Leute sehr und kämpfen um jeden langjährigen Mitarbeiter“, betont Markus Bauer. „Bei uns gibt es kein Schreien, keine Cholerik.“ Dafür aber klare Zielvereinbarungen und bei positivem Ergebnis auch mal einen Führungskräfte-Trip nach Ibiza. Von dort importieren die drei übrigens seit neuestem mit dem Café Caleta und dem Hierbas Payesas zwei Spirituosen. „Wenn uns etwas anspringt, dann machen wir das einfach“, unterstreicht Hans Schmölz die Bereitschaft zum unternehmerischen Risiko.

Aktuell gilt es, die internen Strukturen an das expandierende Geschäft anzupassen, denn viel zu tun gibt es allemal. Für eine große Brauerei planen sie das neue Stammhaus samt Veranstaltungshalle für 400 Personen, außerdem ein Hütendorf in Österreich sowie ein orientalisches Take-away-Konzept in einer der lauffähigsten Lagen Münchens. Trotz aller Herausforderungen, die es heute für Gastronomen zu meistern gilt – in die allgemeine Schwarzmalerei der Branche wollen Markus Bauer, Hans Schmölz und



„Wir sind nicht nur Chefs, wir sind auch Freunde.“

Viktor Fischer

Viktor Fischer nicht einstimmen: „Wir sehen die Gastronomie als einen äußerst komplexen, schönen und sehr qualifizierten Beruf!“, sind sie sich – wieder einmal – einig. ■

MAHAVI – die eigenen Objekte:

Pavillon Beach

Pavillongarten, Sonnendeck, Stadtstrand
www.pavillon-beach.de

Bottles 'n' Burgers

Bier, Burger, Beisammensein
www.bottlesnburgers.de

Pucher Meer

Biergarten, Beachbar, Eventlocation
www.puchermeer.com

Martha Pizzarei

Modern Italian Restaurant
www.martha-pizzarei.de

Alte Druckerei

(früher „Buck Rogers Club“)
Live, Kultur, Club
www.diealtedruckerei.de

Parkcafé

Café, Bar, Restaurant
www.parkcafe-ffb.com

www.mahavi-group.de



WEIHNACHTEN WIRD GRÜN!



NEU

WWW.WINDSPIEL-MANUFAKTUR.COM