gastrotel

GASTROTEL WEEKLY

?In Gesellschaft um ein Feuer zu sitzen und zu essen, ist schon ein Urbedürfnis?

Susanne Drexler, Gründerin und Eigentümerin von Gourmet Connection / Foto: Gourmet Connection

35 Fragen an Susanne Drexler zum 15-jährigen Jubiläum ihrer Frankfurter Agentur Gourmet Connection. Die Fragen stellte Peter Erik Hillenbach.

15 Jahre?! Du liebe Güte, Susanne, das ist schon eine kleine Ewigkeit her. Die Nuller Jahre waren halb um ? wie war man damals drauf? Kannst Du Dich noch an einen Trend erinnern? Was trug man, was trank man, wohin ging man aus, wer war (Küchen-)Chef im Ring?

Ganz so anders war es eigentlich gar nicht, aber tatsächlich sind die alten Schlachtrösser, die damals den Ton angegeben haben, ein bisschen am Aussterben. Harald Wohlfahrt ist im Ruhestand, viele sind gestorben, Heinz Winkler ist und bleibt unverwüstlich. Aber es hat schon einen Generationswechsel gegeben. Es gab definitiv mehr Tischdecken (den Schwund der Tischdecke aus wirtschaftlichen Erwägungen bedaure ich ein wenig) und ich finde, die, die hoch hinauswollten, haben mutiger gekocht. Die Küche ist konservativer geworden. Das ist manchmal schön, weil man nicht mehr so das Versuchskaninchen ist, wie zum Beispiel als Volker Drkosch mit RedBull gekocht hat, aber stellenweise macht sich eine gewisse Langeweile breit. Ich mag es, wenn man etwas wagt und auch übers Ziel hinausschießt. Schön finde ich, dass sich das Thema Regionalität hält, aber nicht mehr so dogmatisch ist. Das Bewusstsein ist da, aber es ist kein Entweder-oder. Mittlerweile kann man regional kochen und trotzdem Hummer auf die Karte setzen. Getrunken wird viel weniger und generell ist die Maßlosigkeit von Jahr zu Jahr etwas mehr verpönt, das finde ich ein bisschen bedauerlich. Hin und wieder muss man einfach ein wenig über die Stränge schlagen.

Und was genau hat Dich dann bewogen, eine Agentur zu gründen? Gibt es einen

Aha-Moment?
Es gab keinen klassischen Aha-Moment für die Gründung, sondern es war der Hintergrund, das Thema Essen und Trinken zu meinem beruflichen Lebensinhalt zu machen. Die Agentur war dabei der zweite Step. Ich war mal auf einem Event in Spanien, dort hat mich ein Wildfremder gefragt, wofür ich brenne und was meine Leidenschaft ist. Ich habe an diesem Abend absolut alles dafür getan, noch zwischen den Programmpunkten bei einem Zweisterner, dem Neichel in Barcelona, zu essen. Das hat mich Kopf und Kragen gekostet und war ein unglaublicher Aufwand. Die Antwort auf die Frage ist einfach: Ich brenne für Essen und Trinken. Oder auch: Um Gastgeber zu sein fehlt mir die Geduld, für Koch der Fleiß, also wurde es eine Agentur.
Was war vor 15 Jahren wichtig in Deinem Agentur-Kosmos und wo würdest Du heute den Schwerpunkt setzen?
Als ich angefangen habe, war ich sehr auf High-End-Produkte konzentriert, heute finde ich es fast sogar ein bisschen spannender, in der breiten Menge etwas zu bewegen.
Gab es den heutigen Schwerpunkt vor 15 Jahren schon oder rangierte er unter ferner liefen?
Damals lag der Schwerpunkt etwas anders, der heutige Fokus hat sich auch während Corona bezahlt gemacht und uns durch die Krise gerettet. Wir sind breit aufgestellt und haben große und kleine Kunden, spitze Zielgruppen und die breite Masse. Die Mischung hat sich für uns bewährt.
Mit wie vielen Mitarbeiterinnen hast Du 2006 angefangen?
Ich habe mit einer Agenturpartnerschaft angefangen und mir dort Freelancer dazu geholt, bis ich nach ein paar Wochen die erste feste Mitarbeiterin eingestellt habe. Ich war nie eine One-Woman-Show, das war auch nicht mein Ziel. Mittlerweile sind wir immer zwischen zehn und 14 Mitarbeiter, mehr wollte ich auch nicht. Ich hatte eine klare Vorstellung, wie meine Agentur werden soll und so ist es auch gekommen.
Bei Euch haben immer Frauen gearbeitet, nie Männer, stimmt das?
Wir haben ihnen immer mal einen Versuch gegönnt und hatten auch mal einen Mitarbeiter für eineinhalb Jahre, das ist schon eine Weile her. Aber wir laden sie immer wieder zu Bewerbungsgesprächen ein und schließen nichts aus.
Gibt?s einen Grund? Außer dem, dass Frauen besser arbeiten, natürlich.
Lasse ich diese Aussage jetzt so stehen, wenn ich die Antwort auf die Frage verweigere?
Man sieht Dich häufig im Kreise Deiner Mitarbeiterinnen an gedeckten Tischen sitzen und Speis und Trank genießen. Ist das Teil der Agentur-DNA oder ?nur? Teambuilding-Maßnahme?
Das nennt man Fortbildung, ganz nach dem Motto ?Man kann einen Klugen nicht dumm machen?. Wir müssen natürlich wissen, wovon wir sprechen.
Genuss und Reise sind von Beginn an Deine Kernthemen. Übrigens eine prima Kombi für die Lockdowns, die hinter uns liegen. Haben sich die Wertigkeiten mit Corona verschoben, haben diese beiden Themen einen anderen Platz auf der Skala der wichtigsten Dinge im Leben eingenommen?
In meinem nicht, und ich bin im Herbst ein bisschen geschimpft worden, weil ich dem Reisen und Essen ganz viel nachgehen musste, habe aber für 2022 Besserung gelobt. Allgemein denke ich, dass diese Punkte für die Menschen wichtig bleiben, denen sie auch vor Corona wichtig waren. Die Frage ist immer, inwieweit man reisen darf und wie sinnvoll

es ist. Aber der Hunger der Menschen, neue Dinge zu sehen und gesellig zu essen, ist nach wie vor da.

Sind gutes Essen, guter Wein, gute Hotels ?nur? Lifestylethemen eines westlichen Lebensstils oder geht das tiefer, rührt das an echte Bedürfnisse des modernen Menschen?

Also ich war ja damals bei den Neandertalern nicht dabei, aber in Gesellschaft um ein Feuer zu sitzen, zu essen und zu trinken ist schon ein Urbedürfnis. Heute sind die Reisen kein notwendiges Übel mehr, was sie früher durch fehlende andere Kommunikationswege waren. Es ist mehr Luxus geworden, aber auch heute brauchen Menschen Tapetenwechsel und für die meisten ist ein tiefes inneres Bedürfnis, etwas anderes anzuschauen und abzuschalten.

Ehrlich? Echte Bedürfnisse? Nicht auch einfach Distinktion ? die Menschen ja sehr lieben?

Jeder Mensch ist verschieden, manchen sind Reisen oder Essen nicht so wichtig. Ich weiß nicht, ob man jemandem einreden kann, dass er Urlaub machen muss.

Was ist eigentlich aus dem guten, alten Sieben-Gänge-Menü geworden?

Das gibt es noch relativ häufig. Es gibt natürlich auch 20-Gänge-Menüs oder Restaurants, die überhaupt keine großen Menüs mehr anbieten, weil sie denken, man müsse Maß halten. Ich habe es aber gerade erst wieder bei Claus-Peter Lumpp gegessen, vielleicht waren es auch acht oder sechs Gänge, aber ungefähr sieben.

Kann Fine Dining heute nur noch Casual sein oder gar nicht?

Ich hoffe nicht. Ich finde es schrecklich und habe für mich ein bisschen die Schweiz entdeckt, dort ist man oft noch sehr konservativ. Ich finde es schön, wenn Schwellenängste genommen werden und Menschen keine Scheu haben, in ein Restaurant zu gehen. Aber ob Casual so zielführend ist, um Schwellen zu senken, weiß ich nicht. So ein Menü ist eine große Arie, warum muss die unbedingt auf einem Schrottplatz aufgeführt werden? Ich finde es wichtig, mit Kellnern auf Augenhöhe zu arbeiten, mag aber auch, nicht ununterbrochen gemaßregelt und belehrt werden, sondern finde es toll, verwöhnt zu werden. Letztendlich ist es eine Vielfalt, die dahintersteht.

Ich liebe es, ganz lässig bei Billy Wagner im Nobelhart & Schmutzig an der Theke zu lungern, aber ich liebe es auch, im Cheval Blanc in Basel prinzessinengleich zu dinieren. Ich glaube, dass jedes dieser Konzepte gut geht, wenn es gut gemacht ist. Nur die halbherzigen Projekte bleiben auf der Strecke und negativ in Erinnerung. Die Guten sind gut, egal in welche Richtung sie sich bewegen.

Regionalität ist ein weiteres Megathema, nicht nur im Gastgewerbe. Wie spielst Du das als Agenturchefin für Deine Kunden, wie definierst Du Regionalität und entwickelst auf dieser Basis Strategien?

Das ist einer von mehreren Parametern, für mich sind zum Beispiel Animal Welfare und der Carbon Footprint ebenfalls entscheidend. Zwischen allen drei Punkten muss man eine Balance finden. An dieser Stelle möchte ich Harald Wohlfahrt zitieren, der einmal sagte: Lieber esse ich ein glückliches Tier, das auf der anderen Seite der Erde gelebt hat und nachhaltig transportiert wurde, als eines, das im gleichen Dorf an einer viel zu kurzen Kette gehalten wurde und ein elendes Dasein hatte. Ich persönlich möchte dazu noch ergänzen, dass Stallhaltung immer viele Emissionen bedeutet, allein durch Heizung und Fütterung. Dabei sind wiederum viele Menschen involviert, die für die CO2-Emissionen besonders scheußlich sind. Natürlich ist es gut, wenn ein Tier regional lebt und geschlachtet wird, aber die Wahrheit liegt nicht in einem der Parameter. Bei einem reinen Fokus auf Regionalität

blieben mir die anderen Punkte zu sehr auf Strecke.
Du kommst aus Würzburg. Ausgezeichnete Weingegend! Bist Du früh vinifiziert worden?
Ja, bin ich, aber nicht vom Wein aus Würzburg. Die ersten Berührungen waren griechischer Imyglicos und italienischer Lambrusco (nicht der Gute von heute, sondern der Süße von früher). Mein Vater hat mir damals auf die Schulter geklopft und meinte, das sei das Limo-Wein-Stadium, ein guter Ausgangspunkt für später. In Franken haben wir später gelernt, je süßer desto billiger und je trockener desto cooler. Da musste uns der weltberühmte Horst Sauer mit seinen international prämierten Süßweinen erstmal klarmachen, dass süß auch hochwertig sein kann.
Weiß oder Rot?
Wein.
Silvaner oder Sauvignon?
Silvaner ? Ich bin doch aus Franken!
Bordeaux oder Burgunder?
Burgunder (danke, Paul Fürst).
Was sollte jemand mitbringen, den Gourmet Connection agenturmäßig vertreten soll? Ein bisschen Geld und was noch?
Am liebsten sind mir Produkte, die viel besser als ihr Ruf sind. Dann hat man bei Journalisten oft das Aha-Erlebnis, weil sie nicht mit so einer tollen Qualität gerechnet hätten. Ansonsten müssen sie eigentlich nur aufgeschlossen sein und meine Leute gut behandeln, denn die sind mir sehr wichtig.
Auf welchem Feld liegt Deine eigene größte Expertise? Sternegastronomie? Unternehmensführung? Kommunikation?
Ich bin der Chef! Ich kann alles.
Woher rührt diese Expertise, bei wem bist Du in die Lehre gegangen, wem verdankst Du vor allem Deine Kenntnisse?
Meine Kenntnisse verdanke ich unfassbar vielen Menschen, weil ich mich mit so vielen Gebieten beschäftigt habe. In meiner Schulzeit und während des Studiums habe ich sehr, sehr viel für unsere Tageszeitung geschrieben und dort viel über Schreiben und Journalismus gelernt. Jedem Koch und jedem Kellner, der mir etwas erklärt oder mich etwas hat probieren lassen, verdanke ich mein Wissen. Ich habe sehr, sehr viel gelesen und auch sonst bei jeder Gelegenheit alles aufgesogen, was mich weitergebildet hat. Meine sechs Jahre als Marketingleitung haben mir Struktur nähergebracht und während meines Jura-Studiums hatte ich viel Zeit, um andere Dinge zu tun, auch das war sehr wertvoll. Angeblich lernt man währenddessen ja das analytische Denken. Das Schöne ist: Es hört nie auf, ich lerne jeden Tag etwas Neues. Das sagt man oft so daher, aber es ist wirklich genauso. Ach ja, und natürlich muss man sehr viel Essen gehen und das berühmte Einfamilienhaus verfressen. Ich habe vor vielen Jahren bei 600 Sternen aufgehört zu zählen.
Was sagst Du zu den folgenden Themenfeldern:
Plant Based?
Das finde ich eine gute Sache, weil es meines Erachtens einen Kontrapunkt zur Massentierhaltung setzt. Es gibt viele Gerichte, die sehr soßengetrieben sind, wo es kein tolles Fleisch sein muss. Zum Beispiel sind Plant-Based-Produkte für Burger eine spannende Geschichte. Mir ist bewusst, dass viele Produkte wiederum mit Zusatzstoffen zu tun haben,

aber ich denke, dass wir am Anfang einer interessanten Entwicklung stehen.
Clean Meat?
Das ist auch sehr spannend. Zwar klingt es spooky, aber ist auch eine sehr interessante Möglichkeit. Entweder wir essen weniger Fleisch oder es gibt entsprechende Alternativen, anders werden wir nie von der Massentierhaltung wegkommen.
Convenience-Produkte in der Profiküche?
Ich glaube, da muss man unterscheiden. Wenn wir von Convenience sprechen, haben die meisten nur irgendwelche Pulver vor Augen, aber es gibt auch sehr hochwertige Produkte wie Demi-Glace. Convenience heißt ja eigentlich nur, dass es in irgendeiner Form vorbereitet ist. Nicht alle Convenience-Produkte sind per se böse. Außerdem muss man immer sehen, in welchem Kontext sie eingesetzt werden, oft können sie durchaus hilfreich und gut sein.
Regenerative Landwirtschaft, biodynamischer Weinbau?
Ich muss sagen, dass ich beim biodynamischen Weinbau relativ nah dran war, als Alois Lageder das intensiv in die Hand genommen und sein Wissen mit mir geteilt hat. Ich verstehe nicht alles davon, manche Sachen habe ich mit der Zeit begriffen und bei manchen Punkten kann man auch einfach nicht erklären, warum sie funktionieren, aber sie tun es. Heute finde ich das einen wichtigen und spannenden Bereich. Gerade gestern stand ich im Basic-Biomarkt am Glühweinregal und habe gesehen, dass die ganzen lifestyligen Marken, die man sonst eher aus einem Rewe oder Edeka kennt, alle bio sind. Das ist natürlich eine tolle Entwicklung, denn da wir diesen Planeten länger beleben wollen, wird es allerhöchste Zeit, dass in vielen Punkten ein Umdenken stattfindet.
Schnelle Sportwagen?
Da gibt es ja oft den Zwiespalt, zum Beispiel dass man angeblich nicht Bio essen kann und danach in seinen Sportwagen steigt. Jeder hat seine Stellschrauben und die Verantwortung, etwas zu tun. Wenn der Sportwagen das größte Glück der Welt ist, wird derjenige vielleicht weniger fliegen, andersrum wird jemand, der gerne fliegt, öfter mal aufs Rad steigen und das Auto stehen lassen. Eine reine Verzichtkultur ist für mich nicht der richtige Weg, wir haben einen Marathon vor uns und keinen Sprint. Wenn man alles verbietet, machen die Menschen es in der Regel erst recht, es muss vielmehr motiviert werden. Zu sagen, große und schnelle Autos sind böse, bringt doch nichts.
Gucci?
Gucci selbst ist nicht mein Style, ich trage aber gern mal Designerklamotten. Trotzdem habe ich dabei manchmal das Gefühl, dass das wie H&M für Reiche ist, auch in den Designer-Läden gibt es überall das gleiche. Ob ich in Rom oder Frankfurt durch die teuerste Straße laufe ist egal, es sind die gleichen Produkte in den gleichen Läden. Das ist mir ein bisschen zu langweilig, auch wenn ich mich nicht davon freimachen kann und selbst manchmal das ein oder andere Stück kaufe. Generell wäre es mir lieber, wenn die Firmen transparenter arbeiten würden, was Nachhaltigkeit angeht. Insbesondere bei Daunen oder Leder. Wir wissen über das Huhn auf dem Teller mehr als über den Ledergürtel, den wir tragen. Da würde ich mir dringend mehr Aufklärungspflicht und auch mehr freiwillige Aufklärung wünschen.
Island oder Toskana?
Toskana (aber noch viel lieber Piemont)

Eastcoast oder Südostasien?
Südostasien!! Nichts gegen die East Coast, dort ist es auch schön! Besonders in meiner Lieblingsstadt New York. Aber Asien ist eben Asien.
Wird das Reisen nicht eigentlich überschätzt? Können die Leute nicht mal zuhause bleiben?
Andere vielleicht, ich würde mich da schwertun. Für mich ist Reisen etwas Besonderes, Gucci ist viel eher überschätzt. Reisen gibt mir etwas, Gucci nicht so.
Was ist heute wichtig, wenn man reist? Worauf achtet der Post-Corona-Reisende?
Da wir noch kein Post Corona haben, ist das eine interessante Frage, aber ich glaube, dass sich gar nichts ändert. Wir glauben immer, dass wir nach etwas so viel klüger sind, aber ob sich dann wirklich so viel ändert, bezweifle ich.
Warum nochmal ist digitale Kommunikation so wichtig?
Zum einen, weil man bei fast allen Produkten und Dienstleistungen, die wir vertreten, nur einen Klick vom nächsten Kauf entfernt ist. Das ist über Printmedien nicht machbar, da muss erstmal jemand den PC hochfahren, um zu bestellen. Die meisten informieren sich online, gehen in Buchungsportale oder schauen bei Amazon, was etwas kostet. Da ist man online viel näher dran. Zum anderen ist digitale Kommunikation durch das Informationsbedürfnis wichtig, wenn jemand mehr über Wein oder Weinbauregion wissen will, kann es sein, dass er ein Buch kauft, meistens wird er aber erstmal googeln. Da ist es spannend, die Menschen genau dort einzufangen. Und über Social Media kann man seine Zielgruppe sehr genau treffen und auch den Spirit einer Marke mehr ausleben als am PoS.
Lässt sich Digitalisierung mit Nachhaltigkeit kombinieren?
Absolut! Man denke allein an die ganzen nicht abgeholzten Bäume oder an Transportwege von Zeitungen. Ich möchte nicht nur digital leben und finde Print einen wichtigen Aspekt, aber vieles, das früher aus Papier verschickt wurde, kann digital stattfinden. Es wäre sicher interessant zu wissen, wie viel Wald dafür nicht gerodet wurde. Das ist aber nur ein Punkt von einem sehr komplexen Thema.
Was werden die Themen im Jahr des 20. Agenturjubiläums sein, wer wird Kunde sein?
Das ist es, was meinen Job so spannend macht: Ich habe keine Ahnung. Ich hoffe sehr, dass Kunden, die uns schon viele Jahre die Treue halten, noch da sein werden und wir in viele vertraute Gesichter blicken.
Und Du bist sicher, Du wirst dann Christian Lindner keine Kurse in grünem Hedonismus geben?
Ich bin mir sicher, dass ich das nicht tun werde. Denn ich bin mir sicher, dass ich überhaupt niemandem einen Kurs geben werde und etwas beibringe, weil ich ein ungeduldiger Lehrer bin und meine Stärken viel mehr im Marketing sehe.