

INTERVIEW

15 Jahre Gourmet Connection: Agenturchefin Susanne Drexler im Interview

Gourmet Connection ist eine der führenden spezialisierten Agenturen in der deutschen Marketing- und Kommunikationslandschaft. Gegründet mit Fokus auf Kulinarik, Wein und Kitchenware, hat die Agentur über die Jahre mit Prime und Click Connection zwei weitere Unternehmen an den Markt gebracht, die Kunden aus den Bereichen Lifestyle, Travel, Design und Digital betreuen. Gründerin und Inhaberin Susanne Drexler zieht im Interview Resümee über Hochs, Tiefs und Erkenntnisse und gibt einen Ausblick auf die Zukunft der Agentur.

Was war das Schönste, was Sie im Rahmen Ihrer 15-jährigen Agenturtätigkeit erlebt haben?

Man häuft über die Jahre so viele kleine und große wunderbare Puzzlestücke an, dass es wahnsinnig schwer ist, da ein einzelnes Erlebnis rauszupicken. Reisen, egal ob mit Journalisten, Influencern oder Profiköchen, sind auf jeden Fall ganz weit oben auf der Liste. In Neuseeland zum Beispiel war es immer toll, aber ich erinnere mich an einen Trip, der besonders magisch war. In Deutschland war es Winter, und wir sind nach 24 Stunden im Flieger zur Amisfield Winery gefahren, saßen auf einer wunderschönen Wiese im Schatten von riesigen Bäumen und haben lauter neuseeländische Köstlichkeiten serviert bekommen. Das war wie in einer anderen Welt.

Und was war Ihr schlimmstes Erlebnis?

Wir hatten ein Launch-Event bei einem Zwei-Sterne-Koch geplant und dafür das gesamte Restaurant gemietet. Vom Kunden waren extra Ansprechpartner aus Frankreich angereist, das Ganze war wahnsinnig hoch gehängt. Und dann haben uns ein paar Stunden vor der Veranstaltung reihenweise die Journalisten wegen Unwetter oder Deadlines abgesagt. Plötzlich standen wir mit der Hälfte der

Teilnehmer da, ein Alptraum. Also hat sich das ganze Team ans Telefon gehängt und versucht zu retten, was zu retten war. Am Ende haben uns viele Leute, die eigentlich absagen wollten, nicht im Stich gelassen, sind entweder trotz anderer Termine gekommen oder haben die Kollegen mobilisiert. Das Event war schließlich ein voller Erfolg, aber an dem Tag haben wir sehr geschwitzt.

Was waren die prägendsten Meilensteine in den letzten 15 Jahren?

Es ist immer prägend, wenn sich uns große Unternehmen wie die Deutsche Bahn, Aramark oder Rotkäppchen-Mumm anvertrauen, denn das bedeutet auch jedes Mal eine Vergrößerung der Agentur. Aber natürlich sind es ebenso die Mitarbeiter, die sehr wesentlich dafür verantwortlich sind, wo wir jetzt stehen.

Was ist Ihr größtes Learning?

Gehe niemals, niemals, NIEMALS unvorbereitet in ein Kennenlerngespräch mit einem potenziellen Neukunden. Auch wenn er Dir tausendmal sagt, dass er nur ein bisschen plaudern will. Das Risiko, dass man sich fünf Ansprechpartnern gegenüber sieht, die einen alle mit großen Augen anschauen und rätseln, wann man wohl endlich die Powerpoint auspackt, ist einfach zu groß.

Was würden Sie jemandem als guten Rat geben?

Dass immer alles für irgendetwas gut ist. Ich habe es zum Beispiel oft genug erlebt, dass ein Kunde im Pitch zuerst einer anderen Agentur den Vorzug gegeben hat, wenige Monate später dann aber doch zu uns kam. Häufig steht dann eine ganz andere Wertschätzung hinter der Zusammenarbeit.

Was war die spannendste Destination für eine Pressereise oder ein Event?

Es gab wahnsinnig viele tolle Reisen und Veranstaltungen, aber mich persönlich haben Island und Kanada ganz besonders beeindruckt. Panama hätte eigentlich auch das Zeug für die Best-of-Liste gehabt. Aber nachdem die Mitarbeiterin, mit der ich dort war, leider unwissentlich einen sehr großen Skorpion in ihrem Koffer nach Deutschland eingeschleppt hat, schauen wir auf diese Reise zwar nostalgisch, aber durchaus mit gemischten Gefühlen zurück.



Was sind No-Gos bei Ihnen in der Agentur?

Im Umgang mit Kunden ist für mich ein zentraler Punkt, dass es keinen wichtigen oder unwichtigen Ansprechpartner gibt. Der Chef ist wichtig, der Praktikant aber ganz genauso – alle sind Teil des Ganzen. Uns liegt jeder am Herzen, und wir bringen allen Kontakten Wertschätzung entgegen. Arroganz kann ich in jeglicher Hinsicht nicht ausstehen.

Im Umgang untereinander ist für mich das absolute No-Go, wenn sich jemand auf Kosten anderer profilieren will, petzt oder sich sonst irgendwie in den Vordergrund spielt. Glücklicherweise hatten wir mit solchem Verhalten so gut wie keine Berührungspunkte, aber wer gegenseitigen Respekt und kollegialen Umgang miteinander nicht pflegt, hat bei uns einfach keinen Platz. Mit dieser Einstellung sind wir 15 Jahre lang sehr gut gefahren.

Was war die größte Herausforderung, mit der Sie sich je konfrontiert gesehen haben?

Das kann ich sehr eindeutig beantworten: Corona. Die Zeit war und ist für unsere Branche einfach wahnsinnig herausfordernd. Und auch, wenn wir selbst keinen Kunden aufgrund der Pandemie verloren haben, ist es schrecklich, mit anzusehen, wie schwer das Leben für Gastronomen, Hoteliers und Produzenten geworden ist.

Abschließend, was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Am meisten wünsche ich mir, dass unsere gebeutelte Branche endlich wieder nach vorne schauen kann. Ich freue mich darauf, anderen Menschen wieder die Hand zu geben, Bloggern und Journalisten die Ursprungsgebiete toller Produkte ohne Einschränkungen zu zeigen, Servicekräfte im Restaurant wieder lächeln zu sehen. Sonst darf gerne alles so bleiben, wie es ist!

Vielen Dank für das Gespräch!

Weitere Informationen finden Sie auf www.gourmet-connection.de



Dieses und weiteres Bildmaterial senden wir Ihnen gerne in druckfähiger Qualität zu.

Gourmet Connection entwickelt seit der Gründung 2006 maßgeschneiderte Kommunikation und anspruchsvolle Konzepte für hochwertige nationale und internationale Kunden, Unternehmen und Produzenten aus den Bereichen Kulinarik, Genuss und Reise. 2014 kam Prime Connection hinzu, wo der Fokus auf den Themen Design, Lifestyle, Interior und Franchise liegt. Seit 2019 komplettiert Click Connection als Digitalagentur das Full-Service-Angebot, außerdem ist Gourmet Connection Gründer des internationalen Agenturnetzwerks World Gourmet Connection mit Partnern in zwölf Ländern. Für kleinere Unternehmen und Start-Ups bietet die Agentur mit PR Light ein Baukastensystem mit neun Modulen, aus denen Kunden individuelle Dienstleistungen wählen und frei miteinander kombinieren können. Im Dezember 2020 ging die erste Folge des Food&Beverage-Podcasts „Am Küchentisch“ der Frankfurter Agentur online.

Kontakt:

Gourmet Connection GmbH
Patricia Freyer
Telefon: + 49 (0) 69 - 2578128-15
p.freyer@gourmet-connection.de

Wenn Sie keine Mitteilungen mehr zu Gourmet Connection empfangen möchten, wenden Sie sich bitte an p.freyer@gourmet-connection.de.