



Interview mit Martin Drohsel

Es ist nicht egal, was du wo einkaufst!

Martin Drohsel ist seit 20 Jahren Journalist, TV-Reporter und TV-Produzent. Für diverse Fernsehmagazine ist er vor allem als Verbraucherreporter im Einsatz und berichtet investigativ und unterhaltsam aus dem Lebensmitteleinzelhandel. In seinem neuen Podcast „radikal & reduziert“ widmet er sich seit Februar 2024 jeden zweiten Donnerstag



gemeinsam mit Gesprächspartner*innen einem aktuellen Thema rund um Lebensmittel und deren Einkauf. Produziert wird „radikal & reduziert“ von Martin Drohsels Firma Brandnord Stories.

Wie ist die Idee zum Podcast „radikal & reduziert“ entstanden?

„Durch meine bisherige Arbeit habe ich vor allem die Lebensmittelbranche auf eine Weise kennengelernt, wie sonst kaum jemand von uns ‚normalen‘ Kund:innen. Ich stand oft vor der Situation, dass ich in der Branche auf wirklich unglaubliche Dinge gestoßen bin, die uns alle angehen, – aber keiner meiner Auftraggeber:innen hatte das Thema gerade im Redaktionsplan. Wie vermittele ich so eine wichtige News dann der Öffentlichkeit, habe ich mich gefragt? Ein eigener Podcast ist dafür einfach der beste Weg! Hinzukommt: Er ist für alle Hörer:innen kostenlos, sodass wirklich jeder und jede Zugang zu meinen Recherchen hat.“

Podcasts gibt es viele. Warum brauchen die Hörer:innen deinen?

„Der Lebensmitteleinzelhandel ist systemrelevant, so wie Polizei, Feuerwehr oder Krankenhäuser – dabei handelt es sich um private Unternehmen, die auf Gewinnmaximierung aus sind. Höchste Zeit, sich diese Branche endlich einmal genauer anzuschauen! Dass es bisher offenbar keinen vergleichbaren Podcast gab, hat mich gewundert und zeigt mir, dass das, worüber wir reden, tatsächlich gebraucht wird ... Es gibt viele unglaublich gute Podcasts, ich bin froh, wenn ich mich in die Rotation bei manchen Hörer:innen reinmogeln darf.“

Welches ist die Grundidee von „radikal & reduziert“?

„Bei ‚radikal & reduziert‘ sollen Geschäftspraktiken entlarvt werden, die Lebensmittelhändler:innen und -hersteller:innen wohl lieber für sich behalten würden. Alles wird immer teurer, gleichzeitig haben immer mehr Menschen immer weniger Geld zur Verfügung. Aber essen müssen wir alle, also gehen wir natürlich mehrmals pro



Woche zu Aldi, Lidl, Edeka, Rewe und Co. Die Discounter und Supermärkte machen bis zu 700 Millionen Euro Umsatz – am Tag! Dabei wissen wir so gut wie nichts über die, denen wir regelmäßig unser Geld für Lebensmittel geben.“

Wie kommst du zu deinen Themen und den gut informierten Experten?

„Tja, ich kann schon mit drei Ideen vom privaten Einkauf wiederkommen, das passiert mir regelmäßig. Ich bekomme auch Ideen und Vorschläge aus meinem Umfeld. Zu Lebensmitteln, Preisen und so weiter erleben wir ja alle ständig etwas. Oder – und das ist auch ein Anlass für diesen Podcast – es ergibt sich aus einem eigentlich klar umrissenen Thema fürs Fernsehen eine viel breiter gefächerte Thematik. Das ergibt sich dann oft in den Gesprächen mit den Expert:innen, während gerade keine Kamera oder kein Mikro läuft. Dann denke ich, dass man dieser Person doch viel mehr Zeit und Raum geben sollte. Ein Glück, dass es dafür dann ‚radikal & reduziert‘ gibt! Mittlerweile empfehlen mir meine Gesprächspartner:innen auch von sich aus andere spannende Expert:innen.“



Welche Wirkung erhoffst du dir von deiner Arbeit?

„Das klingt vielleicht etwas philosophisch, aber ich erhoffe mir von meiner Arbeit gar keine konkrete Wirkung. Ich denke mir, wenn Menschen die einzelnen Episoden tatsächlich durchhören und sich dann auf den Donnerstag freuen, dann entfaltet sich vielleicht eine eigene, individuelle Wirkung. Wir nutzen das Jingle ‚Es ist nicht egal, was du wo einkaufst‘. Das ist meine Grundhaltung für diesen Podcast. Dass diese Aussage stimmt, zeigt sich immer wieder.“

Wie bereitest du dich auf die Podcasts vor?

Ich lese viel, sowohl News als auch Hintergrundstücke, schaue Dokus und TV-Beiträge. Für eigene TV-Produktionen gerade eine Recherche beendet zu haben, hilft natürlich auch ...

Wie viel Zeit steckst du in die Recherche vor jeder Folge?

„Viel, viel mehr Zeit, als ich anfangs erwartet hätte, aber es macht mir Spaß. Ein Interviewthema zu Sonderangeboten und Preissteigerungen ist mittlerweile fast Routine. Aber für Themen wie Kinderarbeit im Kakaoanbau oder Kritik am





Fairtrade-Siegel gilt das nicht. Dafür sind solche Themen nicht nur zu vielschichtig, sondern auch einfach zu wichtig. Mich interessieren die Hintergründe enorm, und die muss ich kennen, um dann Fragen zur Mitverantwortung bekannter Hersteller:innen oder Einzelhändler:innen überhaupt stellen zu können. Auf solche Gespräche bereite ich mich schon intensiv vor, das sind oft viele Stunden.“

Was war die bislang schönste Rückmeldung auf eine deiner Podcast-Episoden?

„Zum einen, ‚Ich bin gespannt auf nächste Woche!‘. Und zum anderen, wenn meine Gesprächspartner:innen nach einer Aufnahme bereit sind, auch noch ein zweites oder drittes Mal zur Verfügung zu stehen.“

Presseservice und -kontakt

Druckfähige Fotos von Martin Drohsel zum Download finden Sie unter:

<https://www.kuehlpr.de/download/podcast-radikal-reduziert>

KÜHL PR

Michael Tschiggerl

Behringstraße 16a, 22765 Hamburg

Mobil: 0172 / 427 82 46

E-Mail: michael.tschiggerl@kuehlpr.de

www.kuehlpr.de