

«Jeder Mensch hat eine Geschichte zu erzählen!»

Die Storytellerin **Claudia Salzmann** kreierte für Gastronominnen und Wirte **Social-Media-Inhalte** und verleiht den Betrieben so **mehr Sichtbarkeit**. Als Gastrojournalistin kennt sie deren Bedürfnisse und transportiert ihren analogen Alltag in die digitale Welt.

INTERVIEW CORINNE NUSSKERN — FOTO ADRIAN MOSER



Die Storytellerin: Claudia Salzmann (42), gestandene Bernerin und Gastrojournalistin mit einem Master in Multimediajournalismus, ist am Beizentisch genauso zu Hause wie in der Social-Media-Welt.

Claudia Salzmann, warum ist es heute für Gastronomen so wichtig, auf den Social-Media-Plattformen aktiv zu sein?
CLAUDIA SALZMANN: Mit Social Media ist ein Betrieb permanent im Hosensack seiner Gäste präsent. Die Gastrobranche ist so lebendig, sie lebt von Farben und Formen auf dem Teller, aber die Gäste wollen mehr sehen: die Menschen dahinter. Wir alle möchten doch dort Einblick haben, wo man selten hindarf – in die Küche. Mit gezielten Social-Media-Posts kann ein Betrieb zeigen, was dort alles so brutzelt und passiert. Und wenn die Gäste dann noch Essensbilder posten, ist das zusätzliche Gratiswerbung.

Viele Gastronomen sind heute mit der Social-Media-Arbeit überfordert.
Absolut verständlich. Nach zwölf Stunden in der Küche mögen die wenigsten noch Fotos bearbeiten, Texte schreiben, posten und Tags setzen. Es fehlt entweder an der Zeit oder am Know-how. Qualitativ schlechte Fotos oder Storys sind da eher kontraproduktiv. Zudem ist es wichtig, kanalgerecht zu kommunizieren, Tiktok, Facebook oder Linked-In verlangen nach verschiedenen Formaten.

Sie bieten Hilfe an und realisieren Inhalte in Form von Posts und Storys. Was ist auf diesen zu sehen?
Das ist individuell. Alles, was lebendig ist, kann eine Geschichte sein. Etwa ein Blick in die Küche. Versteht jemand viel von Wein, kann man eine Weinserie starten oder Lieblingsgerichte von Mitarbeitern präsentieren. Oder vielleicht kommt jeden Morgen ein Bauer vorbei und überreicht dem Wirt ein Karton Eier?

Das heisst, Sie müssen den Betrieb und seine Menschen kennenlernen, damit Sie ihre analoge Welt in die digitale transportieren können?
Genau. Es geht immer um Menschen, Emotionen und Erlebnisse.

Wie läuft es ab?
Erst telefonieren wir, dann treffen wir uns für ein Vorgespräch. Danach beobachte und fotografiere ich die Menschen, während sie in der Küche oder im Gastraum arbeiten. Das ist real und wirkt unverkrampft. Oft sind sie zu Beginn etwas schüchtern und denken, es sei nichts Spezielles, was sie da tun. Aber jeder Mensch hat eine Geschichte zu erzählen!

Und was kostet die Umsetzung?
Das kleinste einmalige Amuse-Bouche kostet 380 Franken. Bewährt haben sich zwei Posts pro Woche, einer bringt wenig, alles darüber ist den meisten Follower zu viel. Es gibt aber auch Monatsabos ab 890 Franken sowie das «Gourmetmenü» für

3500 Franken. Dieses eignet sich auch für Konzeptwechsel und Neueröffnungen.

Ist es für die Betriebe zeitaufwendig?
Das ist unterschiedlich, für das kleine Amuse-Bouche reicht eine gute Stunde, für die grösseren braucht es mehr Zeit. Wir erstellen gemeinsam einen Social-Media-Plan, eine Art Terminplan. Und, ich lasse alle Texte und Fotos von den Protagonisten immer erst freigeben. Sie müssen die Hoheit über die Inhalte behalten. Ich bin als Storytellerin nur ihr technischer verlängerte Arm.

Der Erfolg orientiert sich an Reichweite, Sichtbarkeit und Rückmeldungen. Wie garantieren Sie diesen?
Es ist wie im richtigen Leben, es gibt keine Garantien. Ich muss noch etwas festhalten: Ich bin keine Gastroberaterin! Mit Social Media bringt man einen Betrieb, der nicht läuft, nicht wieder zum Laufen. Ich bilde nur ab, was ist, und trage dies in die Welt hinaus.

diestorytellerin.ch



Essen ins beste Licht rücken: Saibling aus Lüscherz mit gelbem Tomatenschaum und fermentierter Zitrone von Manuel Zaugg, Restaurant Du Bourg in Biel BE.

ANZEIGE

LA CUISINE
DES JEUNES

Schweizer
Fleisch

THE
VEAL DEAL
KOCHWETTBEWERB – 4. MAI 2026

JETZT
ANMELDEN
lcdj.ch

Anmeldeschluss: 20. Februar 2026

Partner:

HOTELLERIE
GASTRONOMIE ZEITUNG

WORK
SPACE

WELLE
WORKSPACE.CH

4. Dezember 2025
JRE

HUGENTOBLER
Schweizer Kochgesellschaft

CHAMPAGNE
POMMERY
A. HENRI - FRANCE

BRAGARD

Villeroy & Boch

merat
VIANDES & COMESTIBLES

GASTRO
B
BURGENSTOCK
Resort - Lake Lucerne