



social media akademie
für reise und touristik

Instagram Marketing im Tourismus

Lahntal Webinar-Reihe

Bad Soden-Salmünster, 06. Dezember 2022

Das erwartet Sie



1

Austausch

Beantwortung Ihrer Fragen

Theorie

Einführung in Instagram
Tipps & Handlungsempfehlungen



2



social media akademie
für reise und touristik

Warum überhaupt Instagram?

Meilensteine Instagram

Entwickelt von den US-Amerikanern Kevin Systrom und Mike Krieger

Erstmalige Veröffentlichung am 6. Oktober 2010 im Apple App-Store

Eine Mio. registrierte Benutzer im Dezember 2010

Seit 3. April 2012 auch für Android verfügbar

Im selben Monat Übernahme von Instagram durch den Facebook Konzern (heute Meta) für 1 Mrd. Dollar

Instagram hatte zu diesem Zeitpunkt gerade 12 Mitarbeiter und kein Businessmodell

Anstieg der Nutzerzahlen im September 2012 auf 100 Mio.

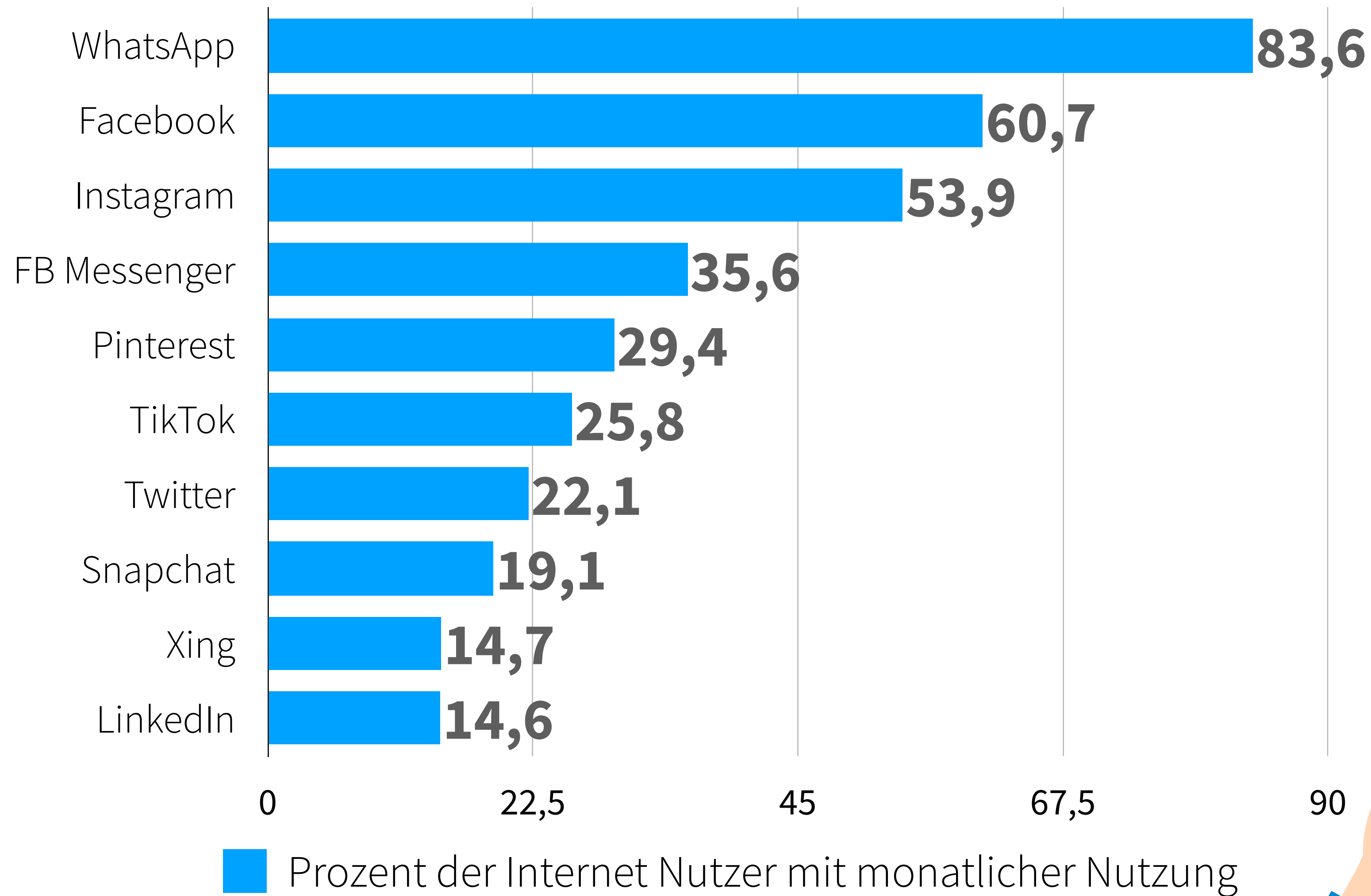
Anstieg der Nutzerzahlen im Juni 2018 auf über 1 Mrd.

Das Profil von Instagram hat mit 544 Mio. Nutzern die meisten Follower, danach folgen Cristiano Ronaldo (476 Mio.) und Kylie Jenner (365 Mio.)*

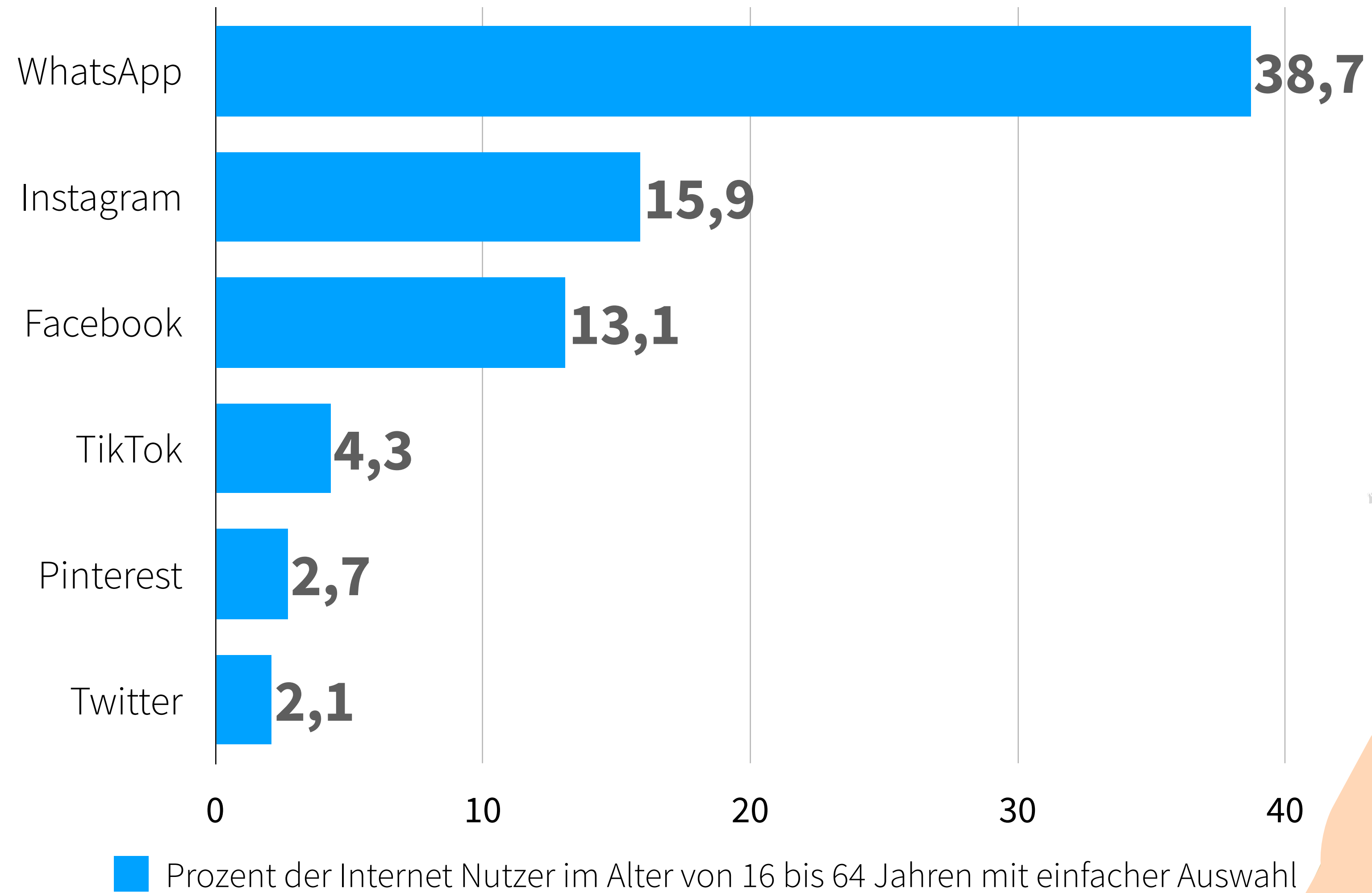
(*Stand: September 2022)



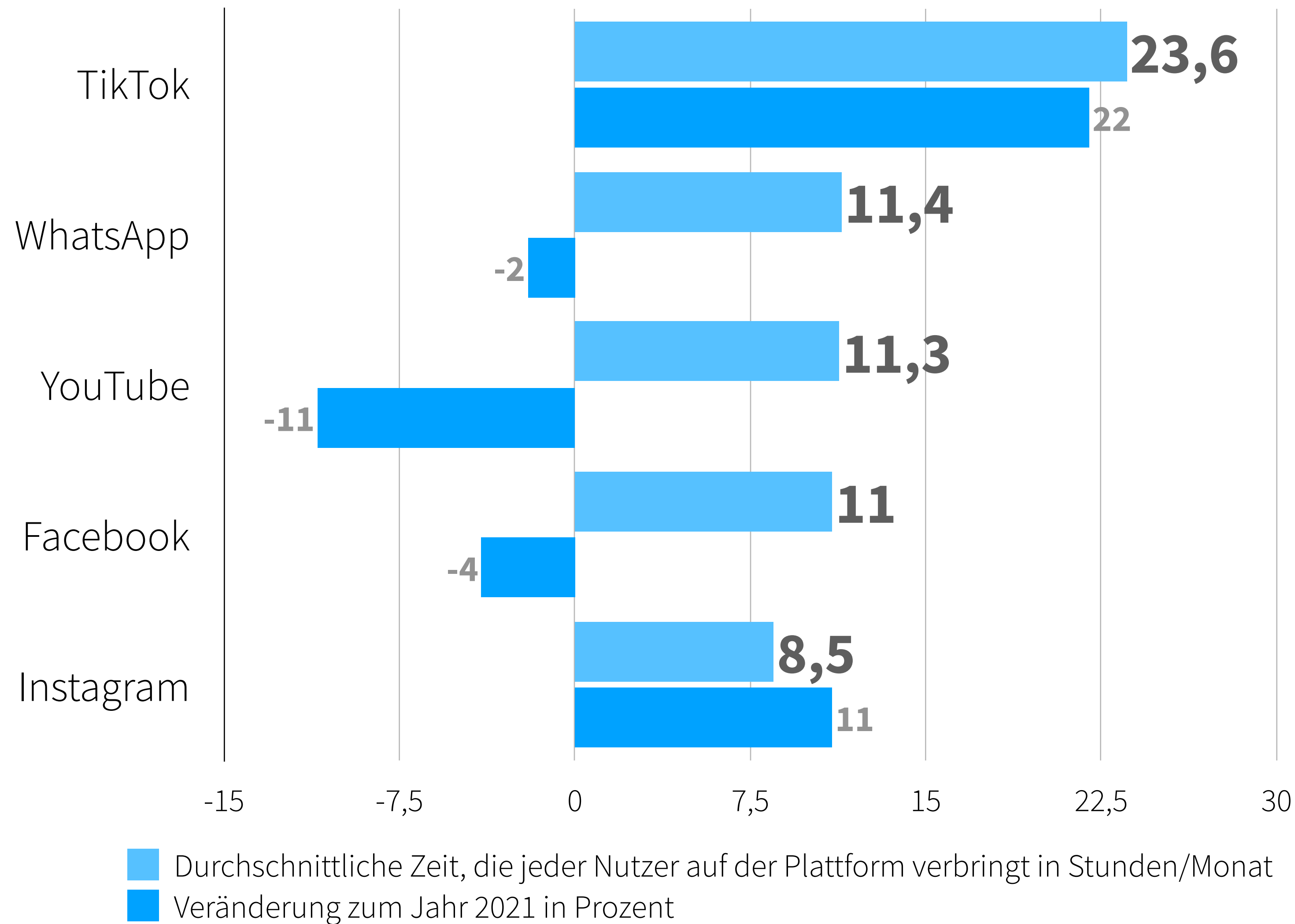
Social Media Nutzer in Deutschland



Beliebteste Social Media Plattformen



Zeitliche Nutzung der Social Media Plattformen



Daten: Februar 2022

Quelle: Studie von We Are Social und Hootsuite <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2022-germany-february-2022-v02>

Ist Ihre Zielgruppe auf Instagram?



Instagram users in Germany

November 2022



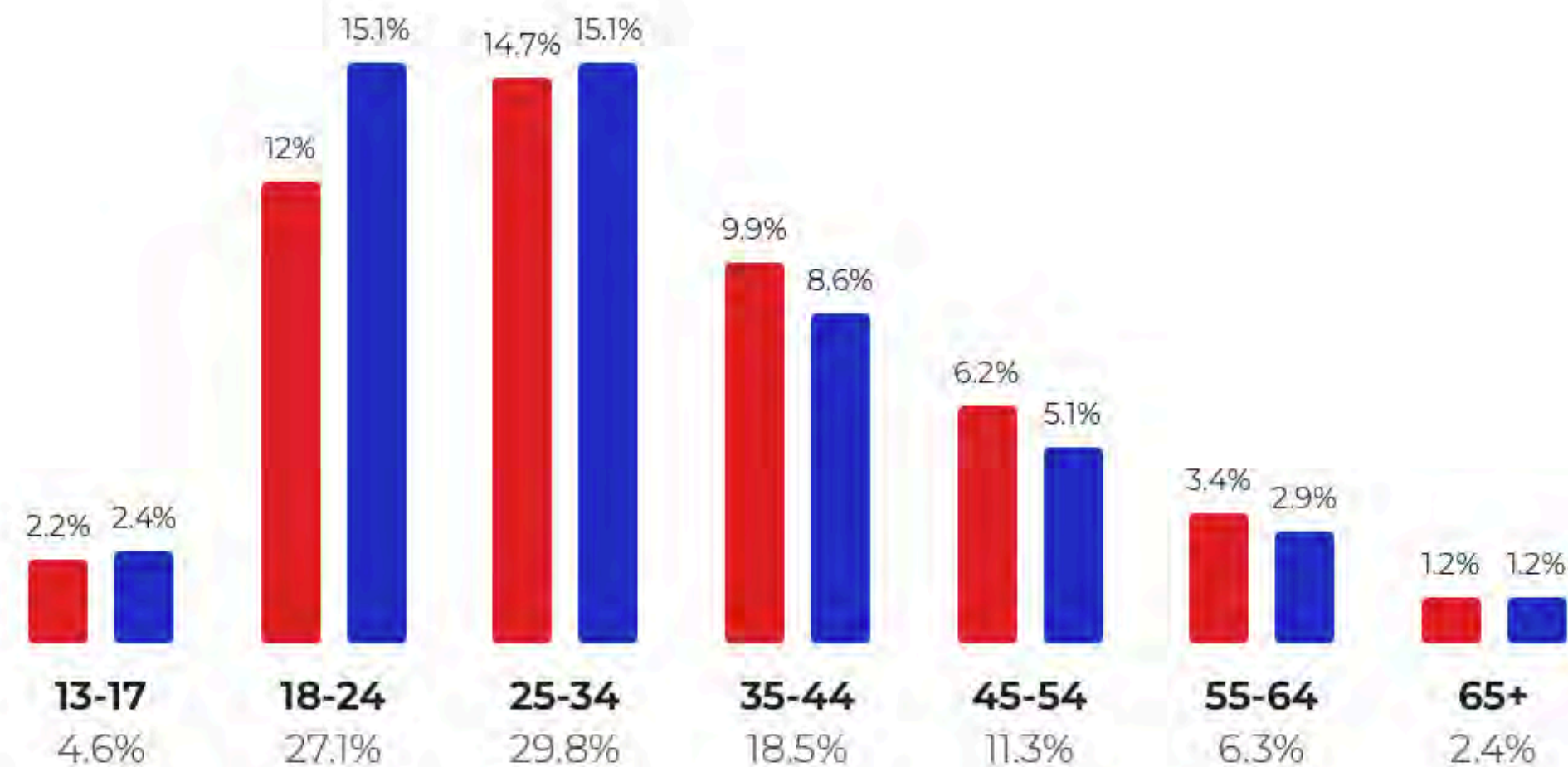
29 164 100



49.7%
women



50.3%
men



Im November 2022 waren 29.164.100 Nutzer bei Instagram angemeldet, was einem Anteil von 35,5% der deutschen Bevölkerung entspricht

Die knappe Mehrzahl davon sind Männer mit 50,3%

Die größte Altersgruppe bilden dabei die 25- bis 34-Jährigen (In Summe 8.700.000 Personen)

Den größten Geschlechterunterschied bildet die Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen

(Nebenstehende Zahlen sind Auszüge aus der Marketing API von Instagram)



social media akademie
für reise und touristik

Workflow

Wie fange ich an? Instagram Workflow

Bevor Sie mit Instagram anfangen, sollten Sie folgende Punkte zur Verfügung haben:

1. Social Media Strategie

2. Bilder- und Videopool

Falls Sie noch keine Social Media Strategie haben, sollten Sie damit beginnen, bevor Sie sich blind in die Arbeit stürzen.

Danach geht es an die Umsetzung:

- Redaktionsplan erstellen
- Evtl. Kampagnenplanung über das Jahr verteilt (Frühling, Sommer, Herbst, Weihnachten, Fahrradsaison, Wandersaison, etc.)
- Planung und Umsetzung von kontinuierlicher Content Produktion (intern/extern)
- Posten von Reels, Storys und normalen Feedposts





Planer

Marketingplan erstellen und Inhalte dafür erstellen, planen und verwalten

Anzeige erstellen

Erstellen



Woche **Monat** < Heute >

September 2022

Content-Art: Alle

Geteilt mit: Instagram-Konto



Sonntag	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag
28	29	30	31	1 Weltfriedenstag	2	3
4	5	6 15:01	7	8	9 11:21	10
11	12	13 15:01	14	15 18:04	16	17 Start des...
18	19	20 Internationaler... 11:49	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	1

Ereignisse

Entwürfe

Ereignisse



Keine bevorstehenden Ereignisse
Für die nächsten 75 Tage gibt es keine bevorstehenden Ereignisse. Erinnerungen zu bevorstehenden Ereignissen siehst du hier.



Diesen Beitrag einplanen



Einige Funktionen wie das Crossposten in anderen Konten können für das Planen von Content nicht genutzt werden.

Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben und Aufrufe

Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben und Aufrufe für diesen Beitrag verbergen



Nur du kannst sehen, wie oft dieser Beitrag mit „Gefällt mir“ markiert und angesehen wurde. Du kannst dies später über das Menü ... oben im Beitrag wieder ändern. Wenn du die Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben für Beiträge anderer Personen verbergen möchtest, kannst du das in deinen Kontoeinstellungen tun. [Mehr dazu](#)

Beitrag planen

Wähle unten Datum und Uhrzeit aus. Die Zeitzone richtet sich nach deinen Geräteeinstellungen.

So. 6. Nov.	16	45
Mo. 7. Nov.	17	50
Di. 8. Nov.	18	55
Heute	19	00
Do. 10. Nov.	20	05
Fr. 11. Nov.	21	10
Sa. 12. Nov.	22	15

Zeit festlegen

Content planen

Diesen Beitrag einplanen



Fr., Nov. 11 um 19:00 MEZ

Einige Funktionen wie das Crossposten in anderen Konten können für das Planen von Content nicht genutzt werden.

Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben und Aufrufe

Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben und Aufrufe für diesen Beitrag verbergen



Nur du kannst sehen, wie oft dieser Beitrag mit „Gefällt mir“ markiert und angesehen wurde. Du kannst dies später über das Menü ... oben im Beitrag wieder ändern. Wenn du die Anzahl der „Gefällt mir“-Angaben für Beiträge anderer Personen verbergen möchtest, kannst du das in deinen Kontoeinstellungen tun. [Mehr dazu](#)

Kommentare

Kommentarfunktion deaktivieren



Du kannst das später ändern, indem du oben in deinem Beitrag zum Menü ... gehst.

Präferenzen

Deine Beiträge auf Facebook teilen



Deine Foto- und Videobeiträge automatisch auch auf Facebook teilen

Barrierefreiheit

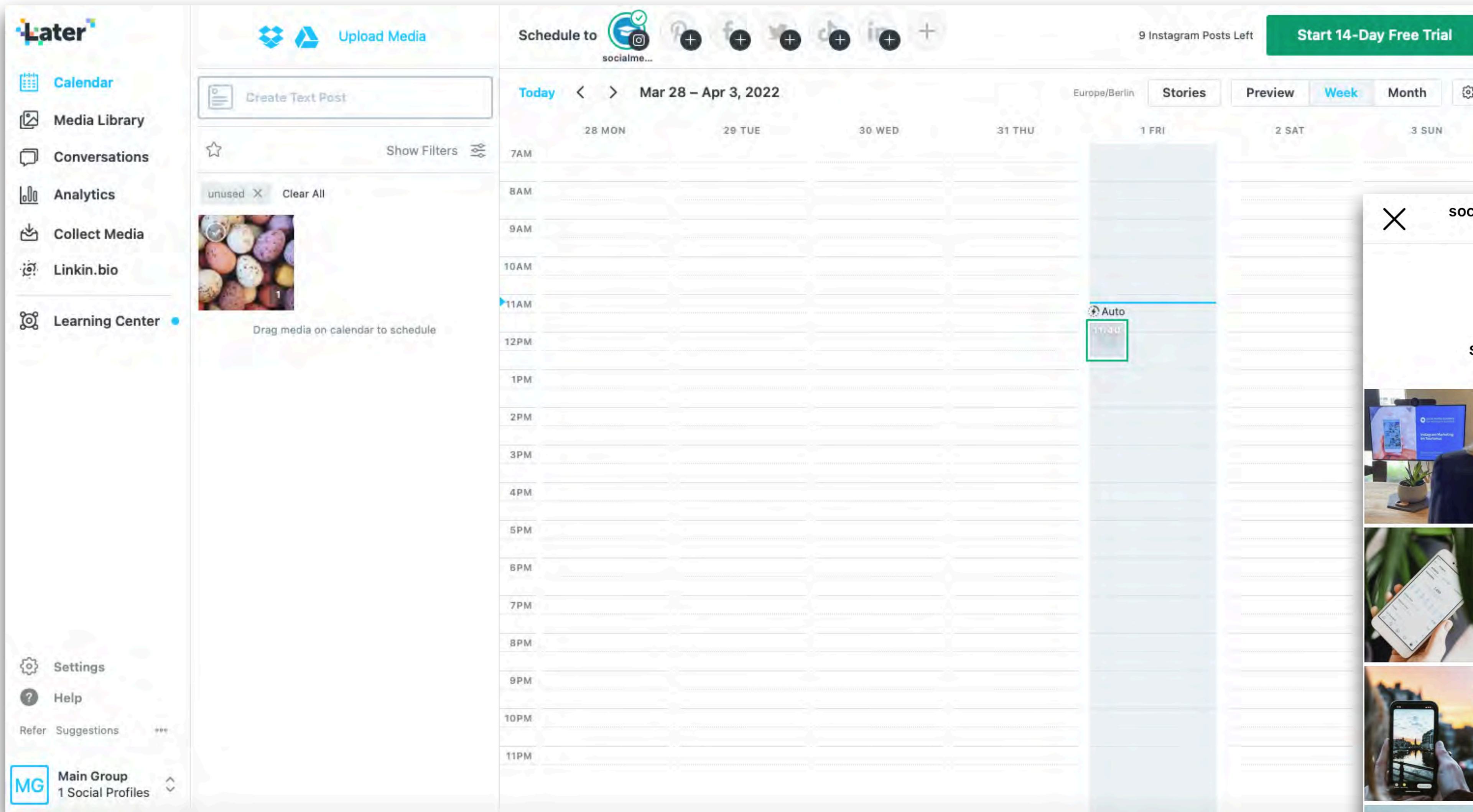


intensive senses
Mayschoß

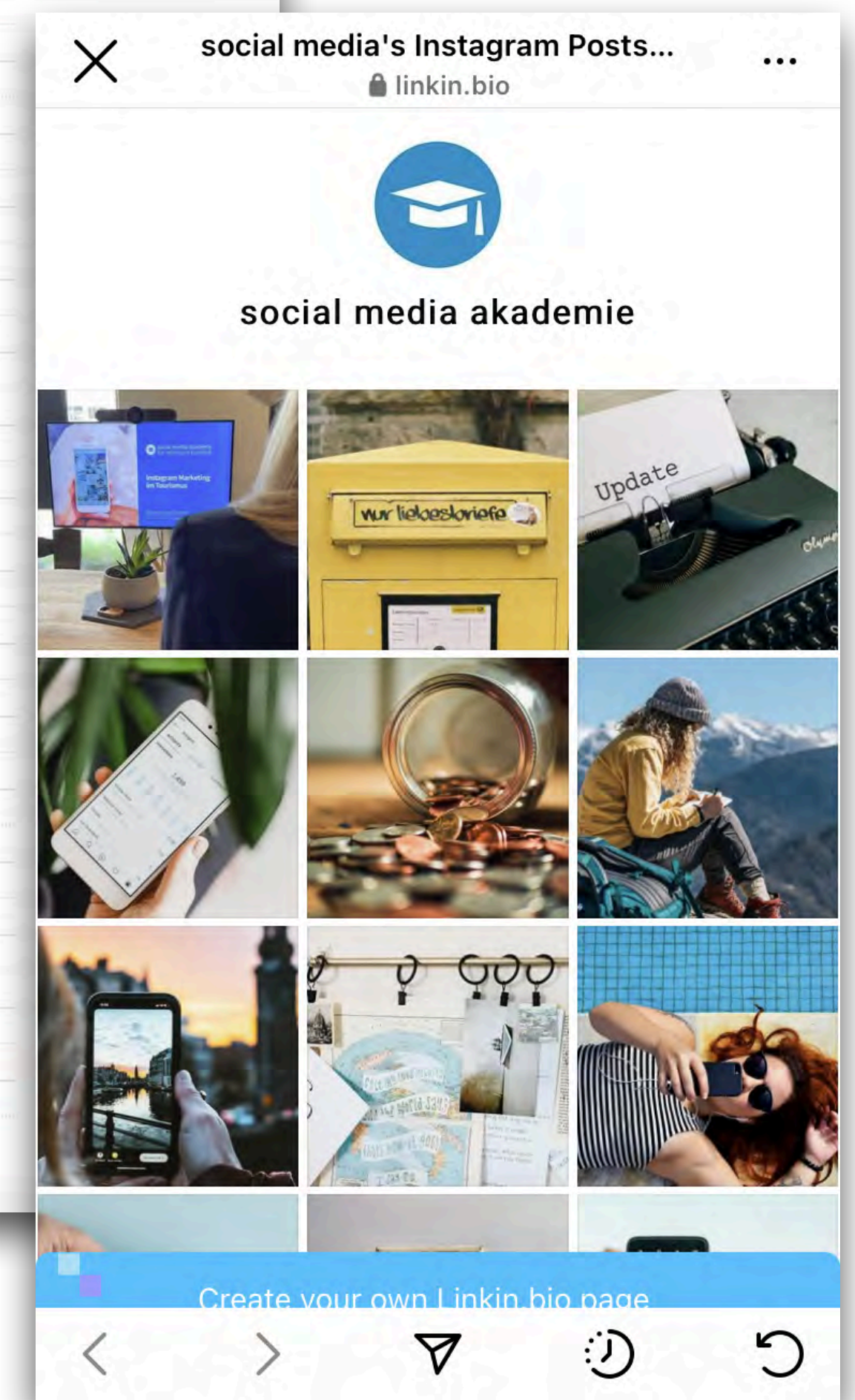


Dein Beitrag ist geplant für
Fr., Nov. 11 um 19:00 MEZ [Ansehen](#)





Later.com interface showing a calendar for scheduling posts from March 28 to April 3, 2022. The interface includes a sidebar with navigation options (Calendar, Media Library, Conversations, Analytics, Collect Media, Linkin.bio, Learning Center) and a main area for creating and scheduling posts. A 'Start 14-Day Free Trial' button is visible in the top right corner.



social media's Instagram Posts...
linkin.bio

social media akademie

Create your own Linkin.bio page



social media akademie
für reise und touristik

Basics

Aufbau des Profils

Vergewissern Sie sich, dass Sie einen Business Account haben.

Wählen Sie Ihr Logo als Profilbild

Wählen Sie einen Klarnamen, den man leicht finden kann

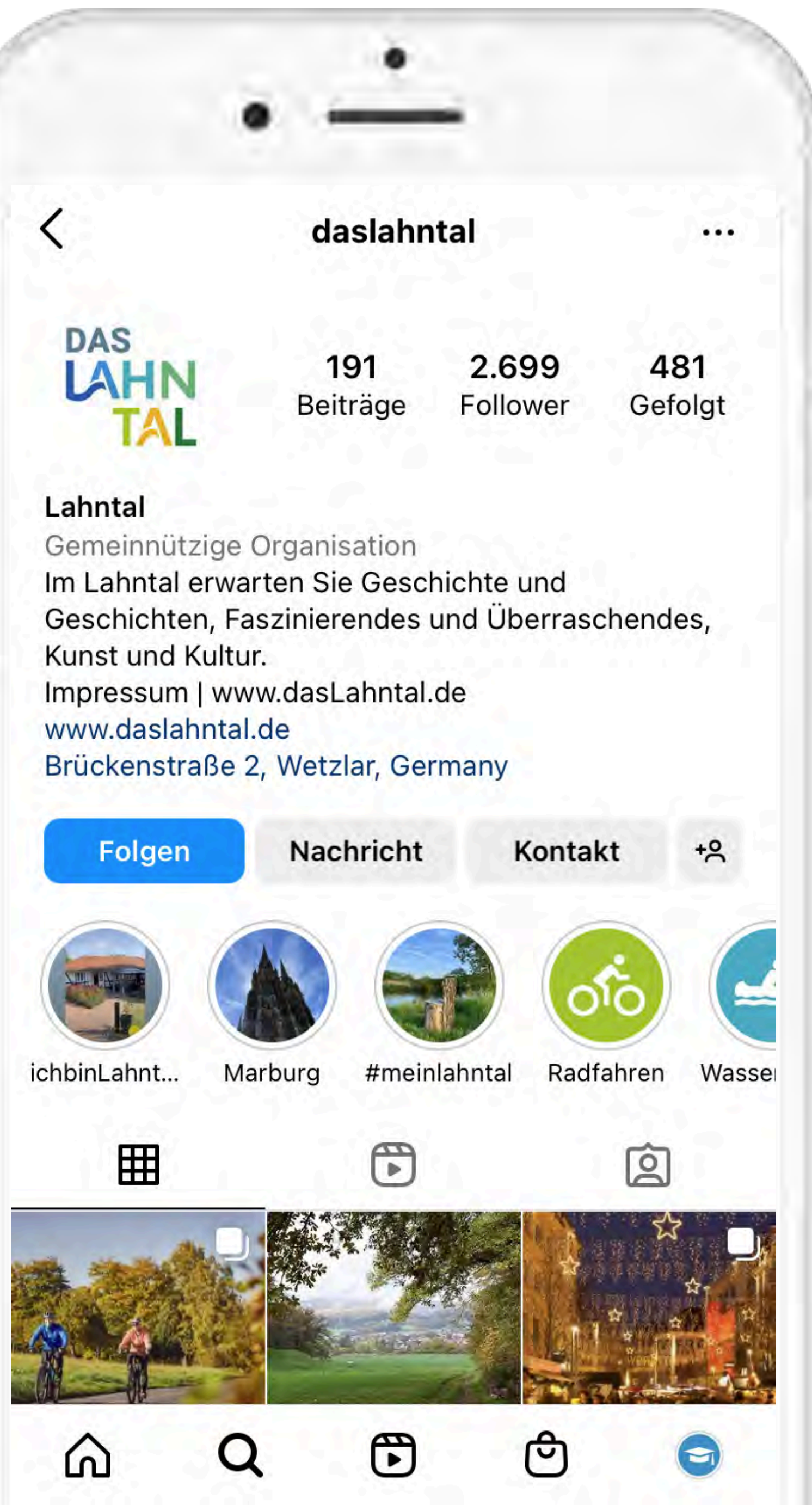
Wählen Sie die richtige Kategorie aus

Geben Sie Ihre Kontaktoptionen an - so kann der User Sie erreichen!

Gestalten Sie Ihre Bio interessant: Einleitungstext, Hinweis zum Impressum, Link, Hinweis auf eigenen Hashtag und Repost, weisen Sie evtl. auf Partner Accounts hin

Tipp für den richtigen Link: hier gibt es viele Möglichkeiten. Entweder Sie nehmen einfach nur Ihre Homepage, was nicht sehr zielführend ist oder Sie bauen sich eine Unterseite auf Ihrer eigenen Webseite, die nur Artikel passend zu den Instagramposts enthält.

Alternativ wären z.B. noch Dienste wie Linktr.ee oder Later möglich.





social media akademie
für reise und touristik

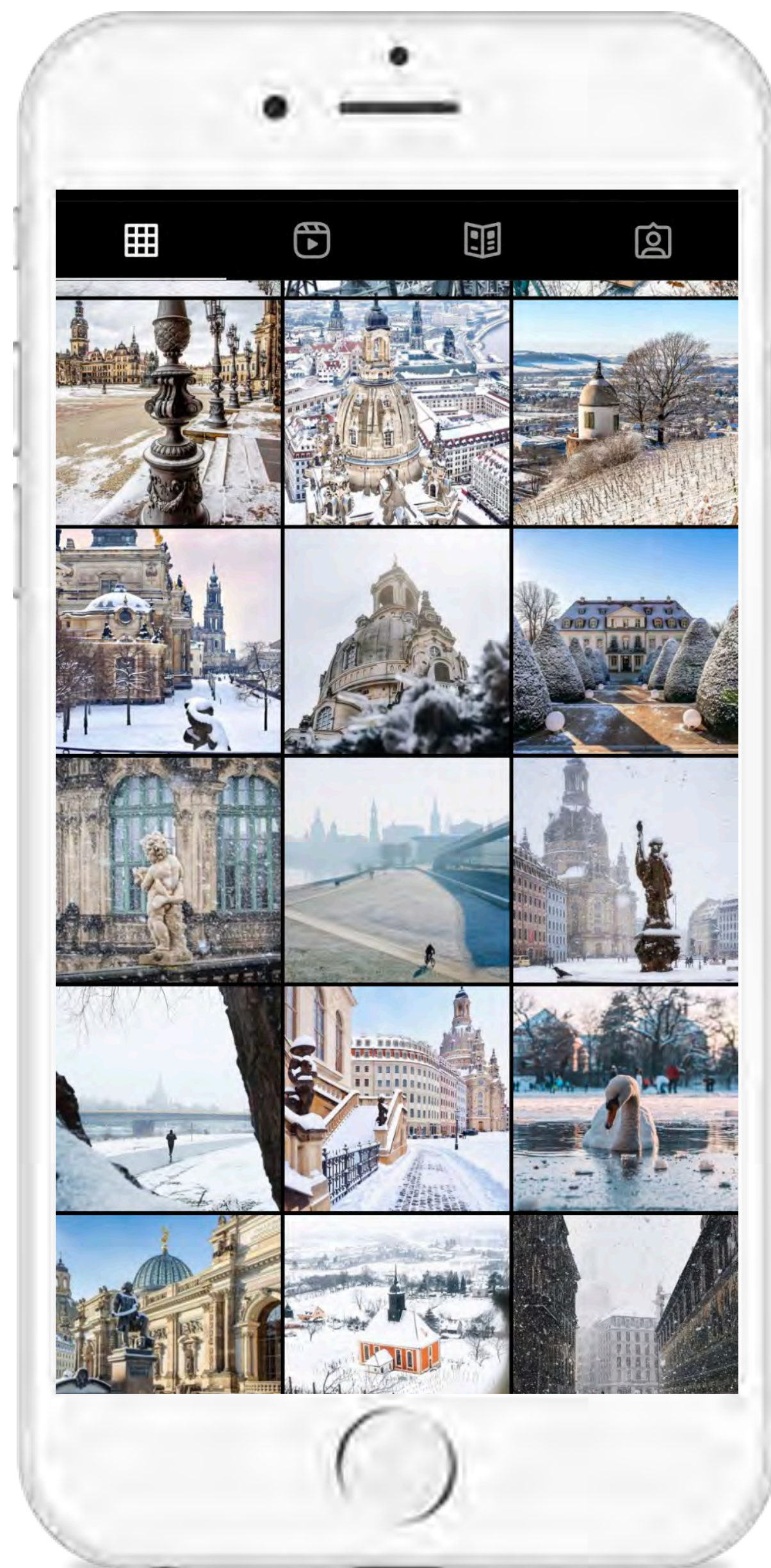
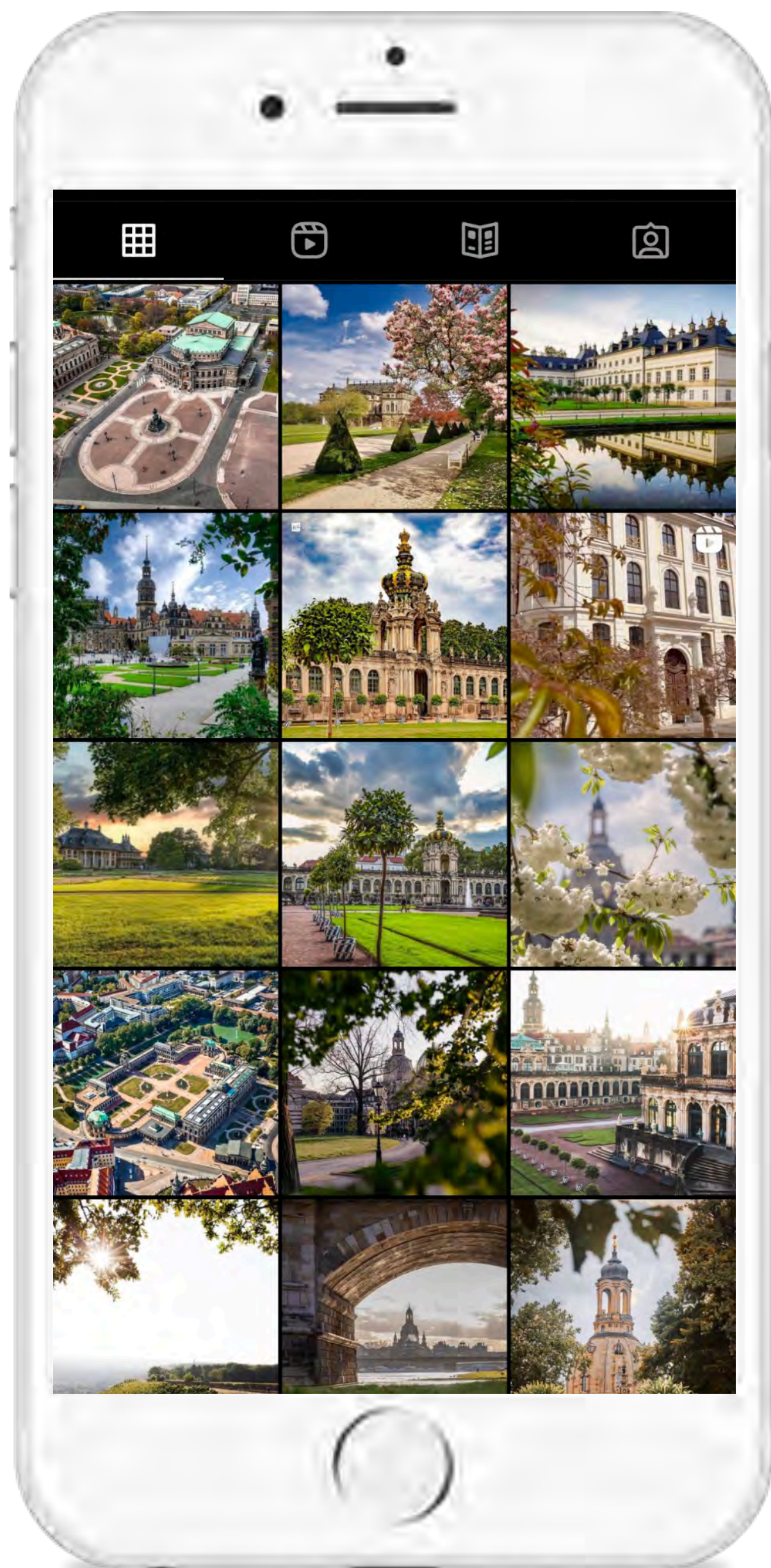
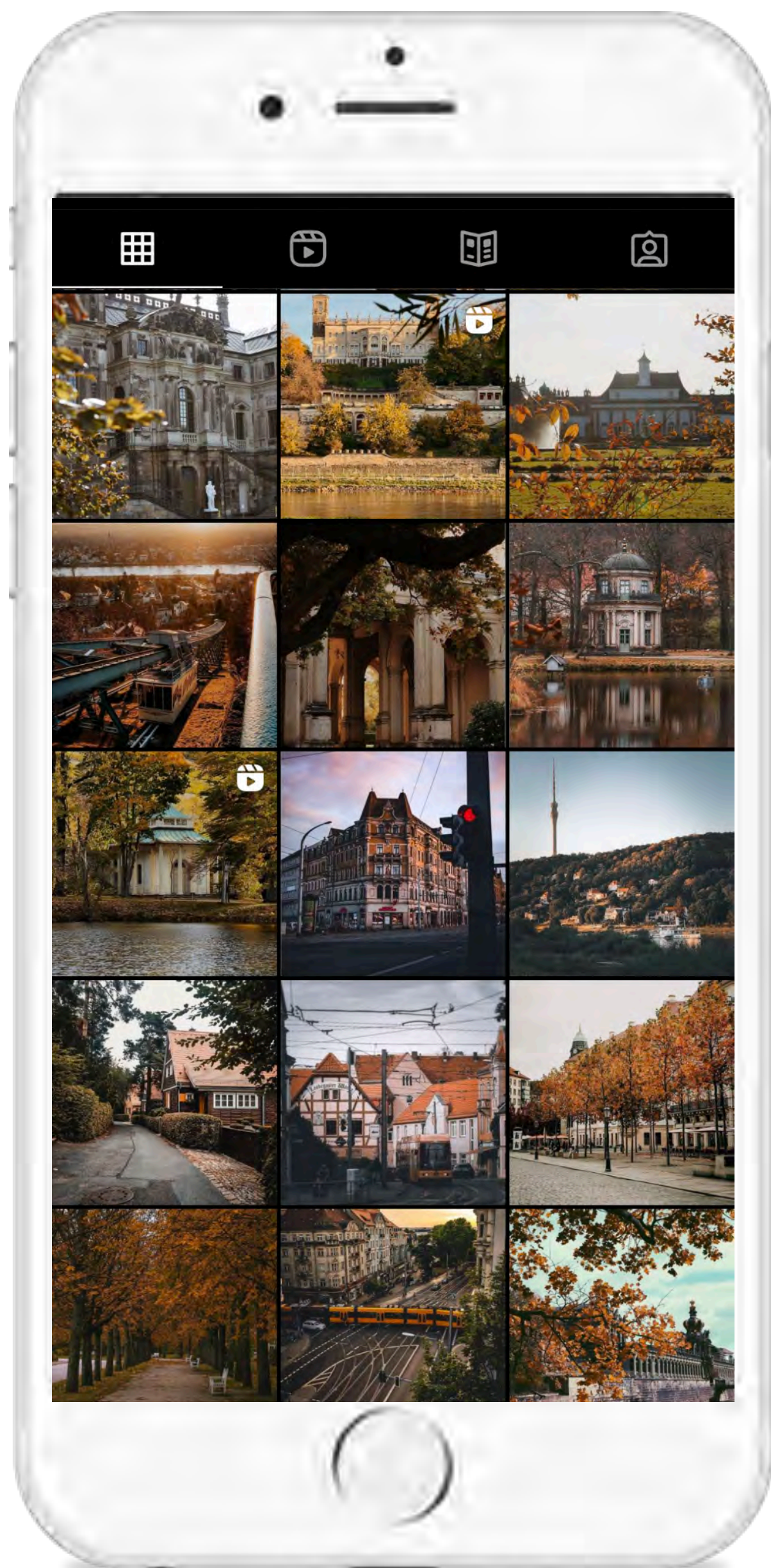
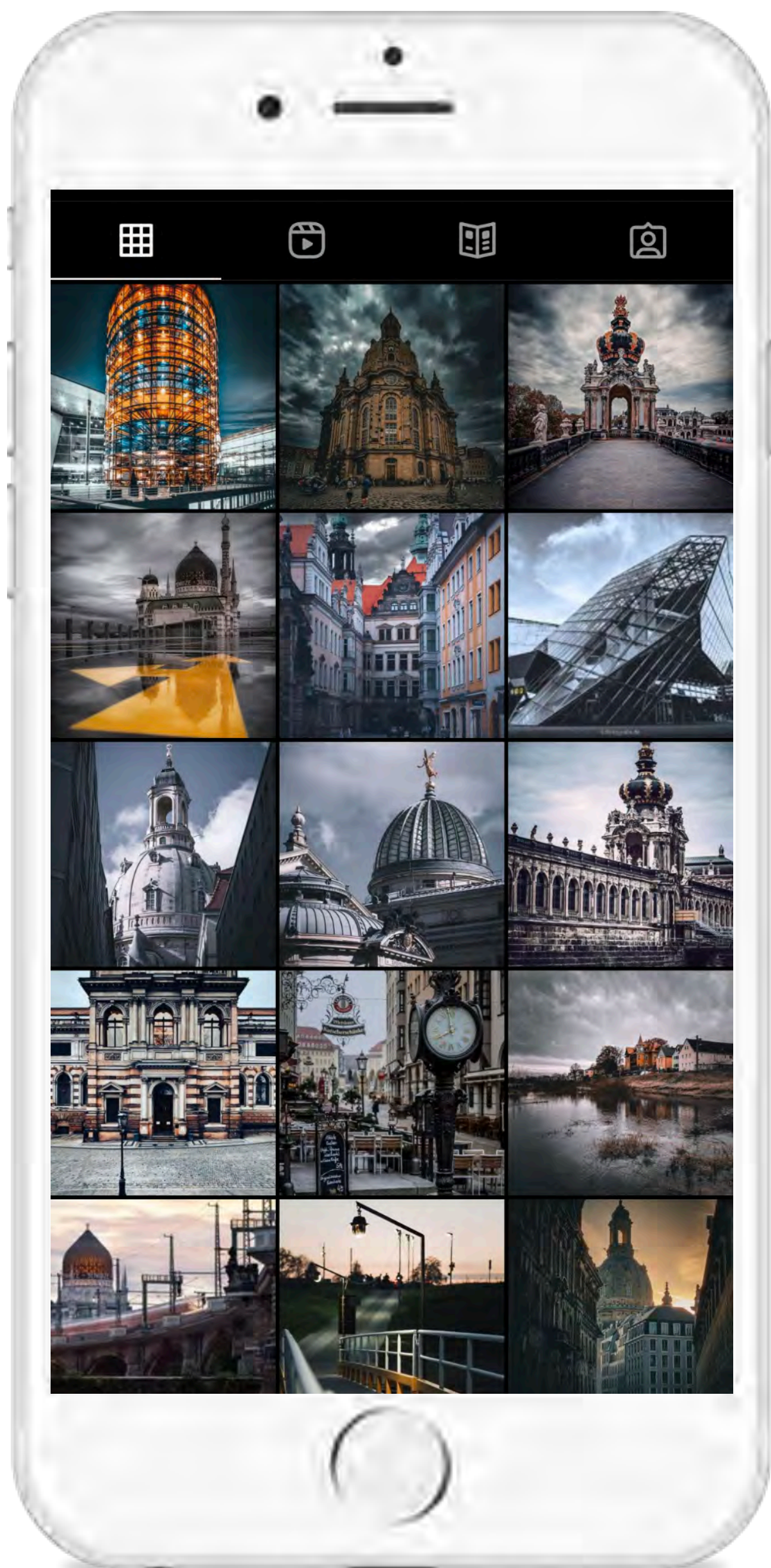
Feed Post



Herausforderung

Jeder Beitrag muss einzeln im Home- und Explore-Feed auffallen und im Profil-Feed harmonisieren.

@visit.dresden Profil Feed im Laufe des Jahres



Feed Post

Hochkantbild steht im **Fokus** (früher quadratisch)

Einzelne Bilder oder **Karussell möglich**.

Empfehlung: keine Fotocollagen mit Text

2 Textzeilen in der Vorschau

Der Text steht **unter dem Bild**

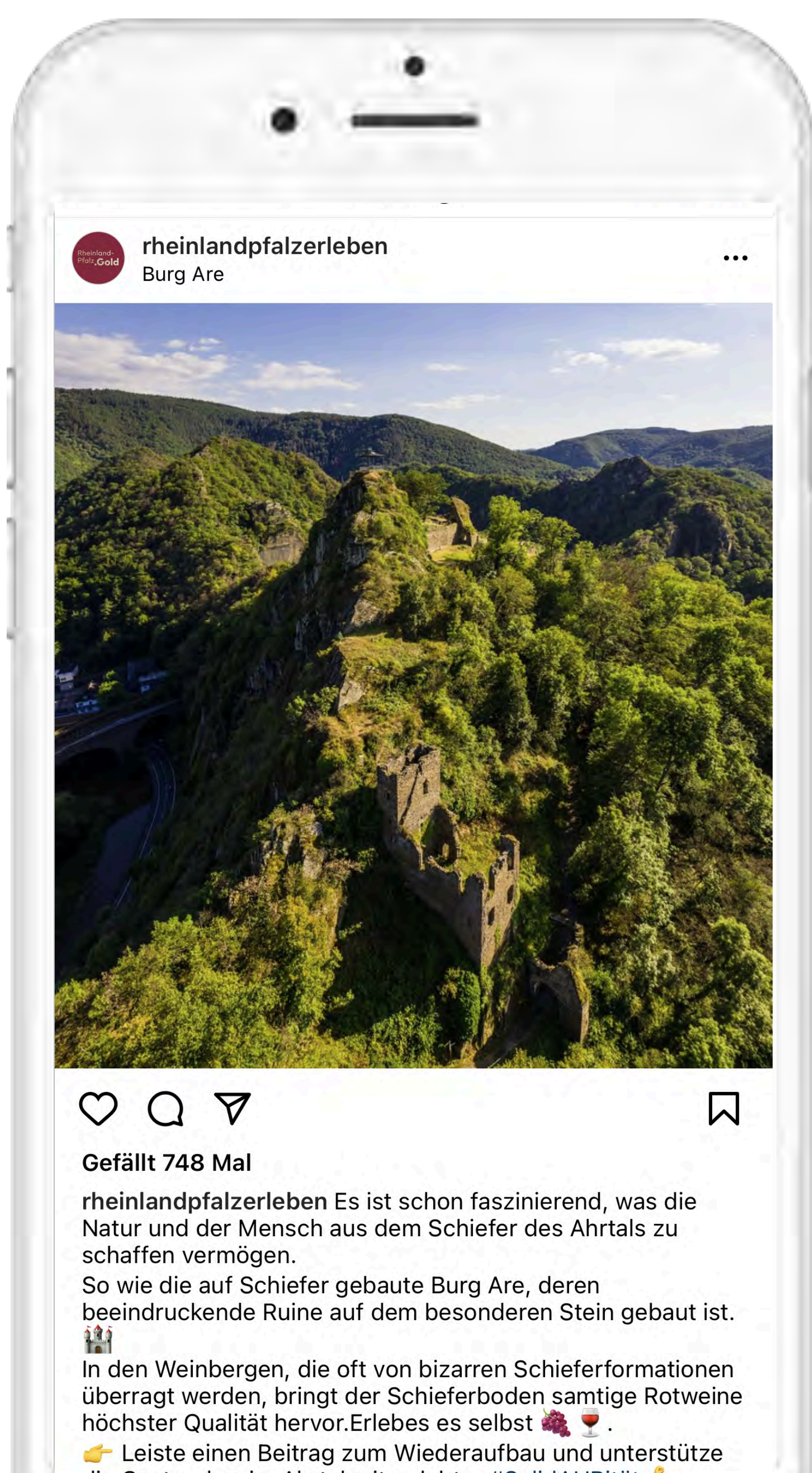
Verlinken Sie **passende Instagram Accounts**, z.B. Partner die auf dem Bild abgebildet sind.

Benutzen Sie keine Links im Text. Weisen Sie auf Ihre Bio hin.
„Link in Bio“.

Empfohlene Bildgrößen:

9:16 - 1080 x 1350

1:1 - 1080 x 1080 Pixel

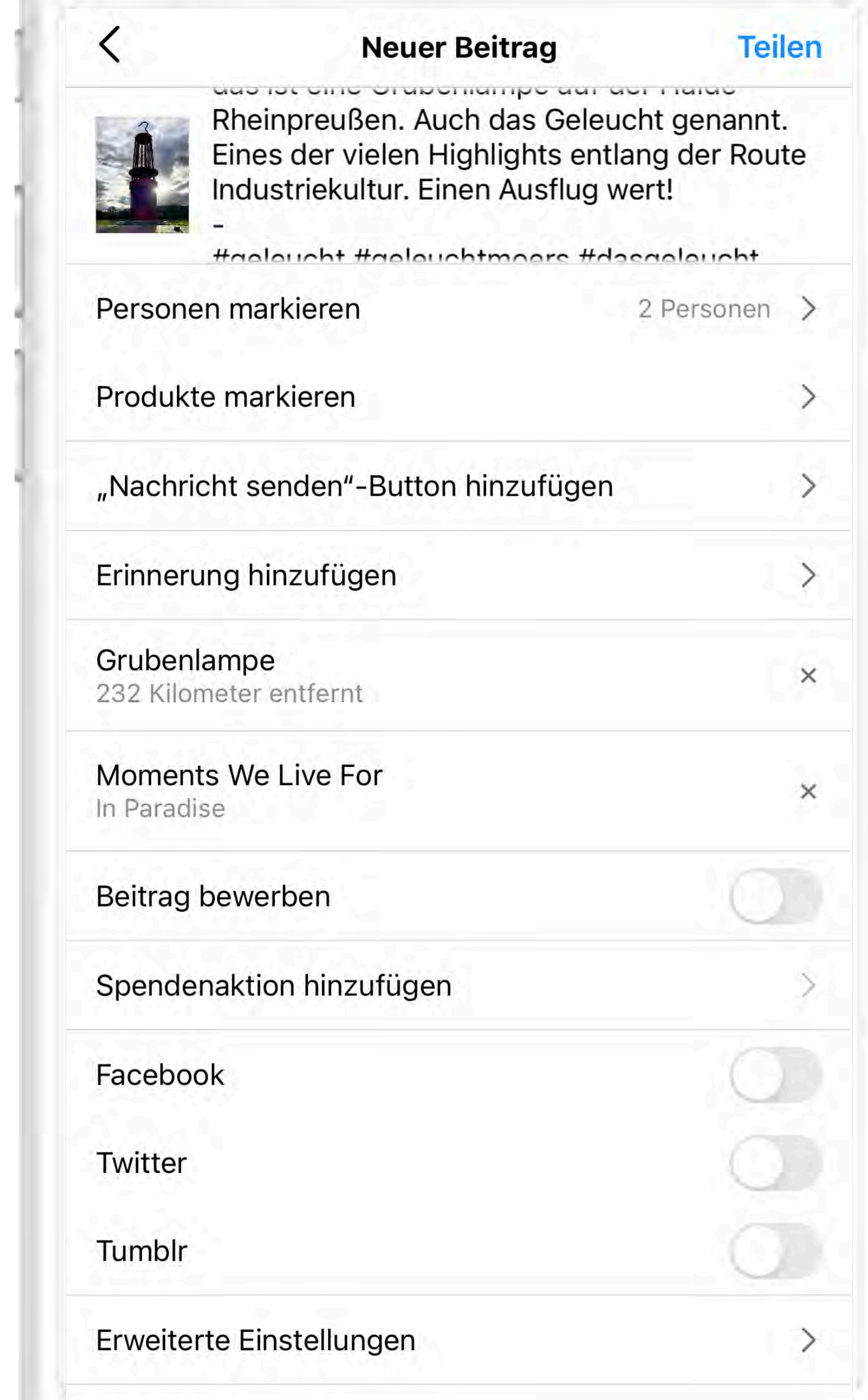


Musik im Post

Sie können Musik in Ihren Feed Post einfügen.

Beim Planen oder Veröffentlichen des Fotos in den Einstellungen das gewünschte Lied oder den Sound auswählen.

Den Fans wird die Musik automatisch beim scrollen durch den Feed zum Bild abgespielt.

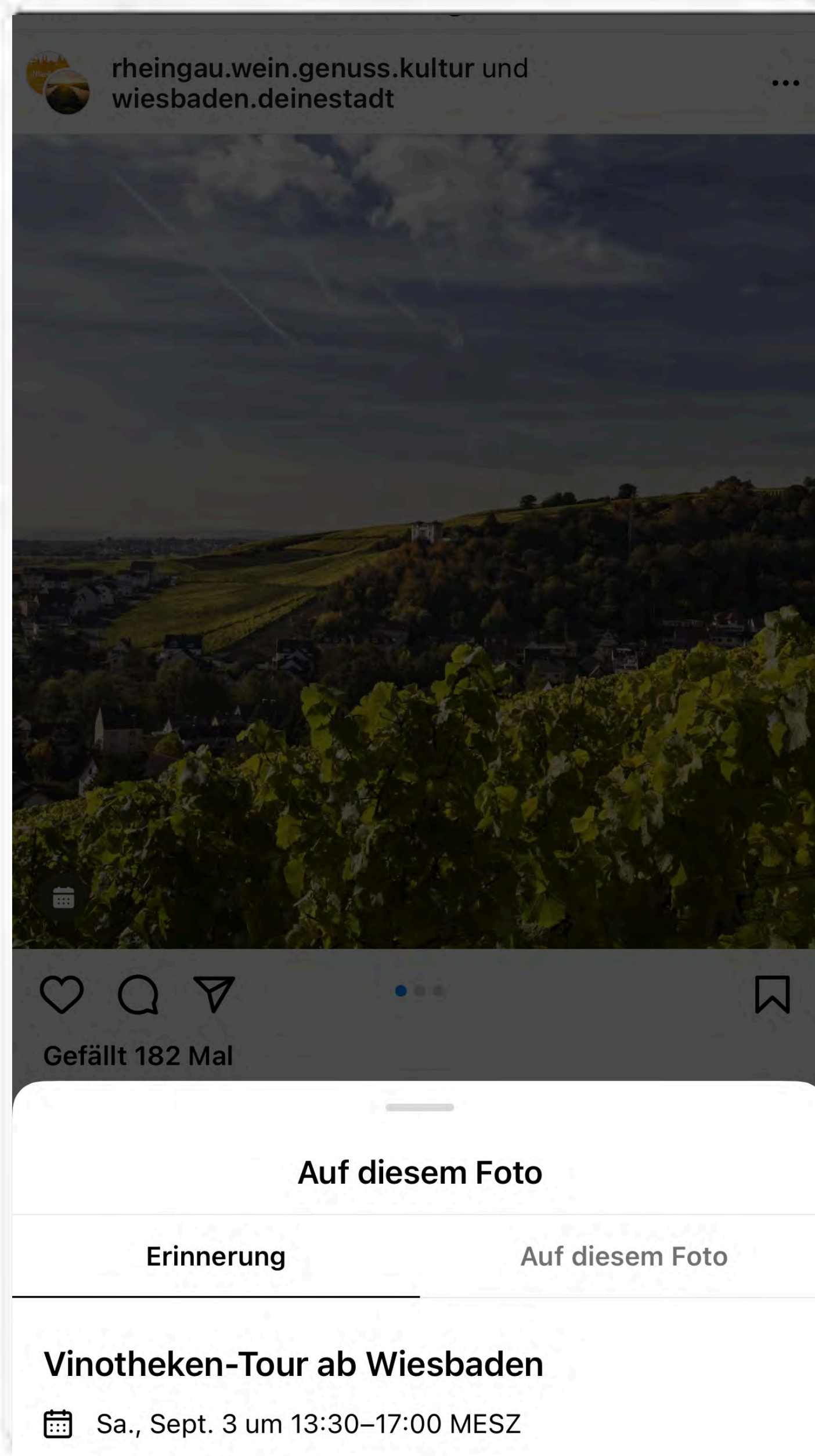


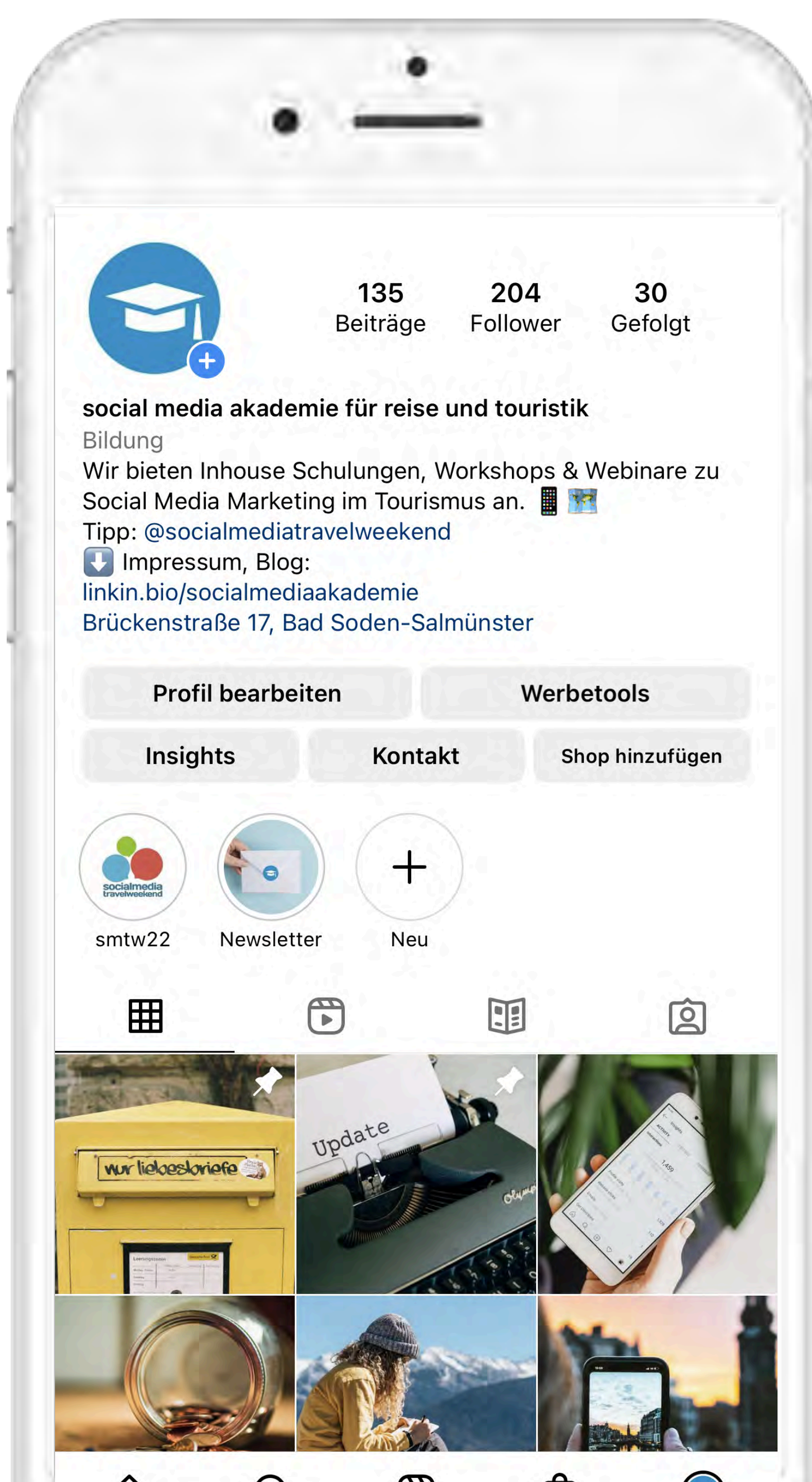
Erinnerung

Sie haben eine Veranstaltung oder einen anderen Termin in Ihrem Post, dann können Sie eine Erinnerung für Ihre User anlegen.

Als kleines Icon wird dies auf dem Post sichtbar.

Die User können sich den Termin abspeichern und werden automatisch von Instagram daran erinnert.





Post fixieren

Sie haben eine wichtige Information, die ganz oben in Ihrem Profil-Feed stehen soll? Dafür gibt es jetzt die „Fixieren“-Funktion.



social media akademie
für reise und touristik

Story

Story

Mehrere Sequenzen jeweils
15/60 Sekunden

Immer **hochkant**

Lebt von **Interaktion** und
Reaktion - verwenden Sie
Sticker mit Umfragen

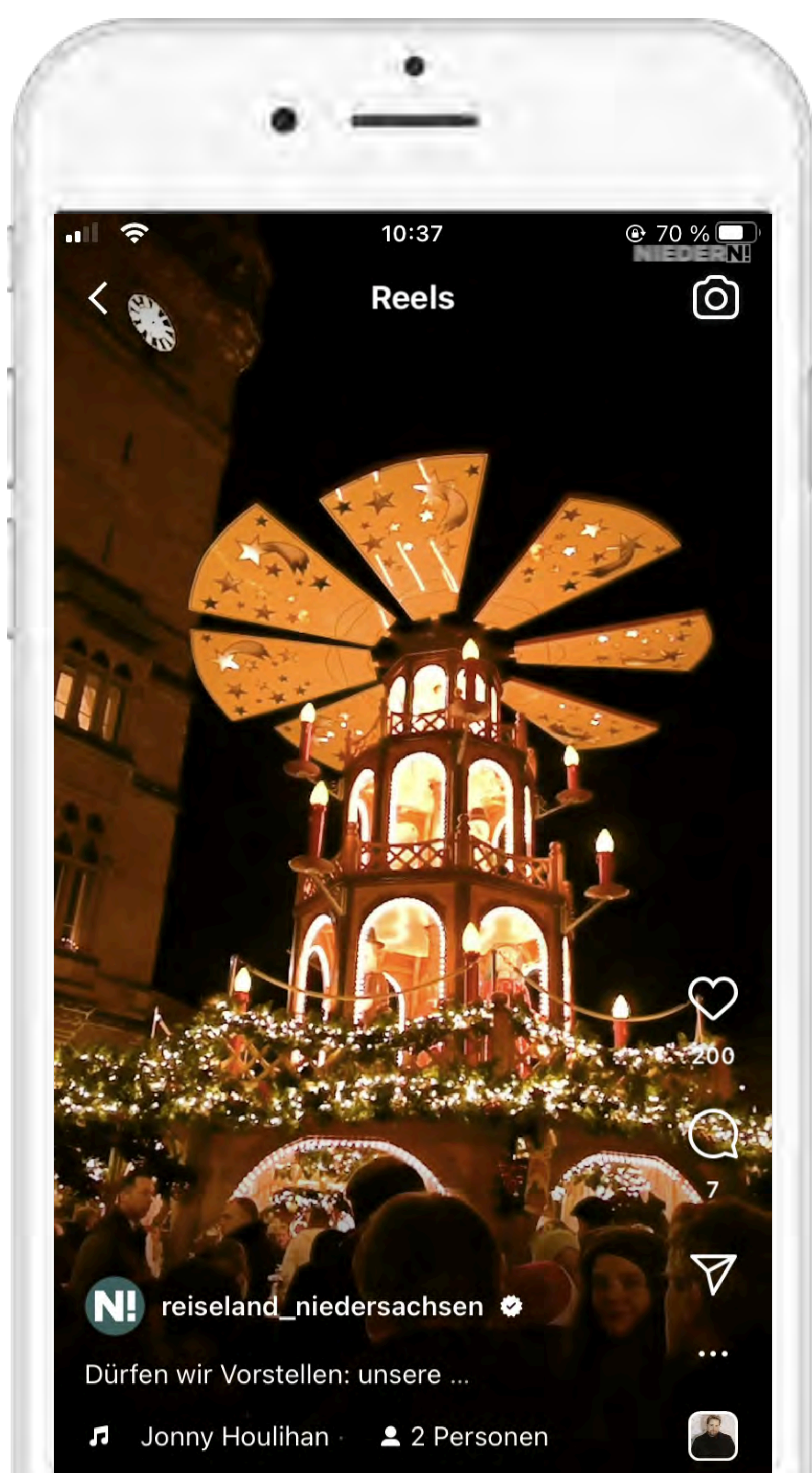
Verschiedene optische
Herangehensweisen möglich:

Vorlage, auf der z.B. nur Links
hinzugefügt werden

Keine Vorlage, dennoch jedes
Mal die gleiche Schrift/Farbe/etc.



Reels



Reels

Schon seit längerem ist Instagram keine Fotoplattform mehr, sondern wandelt sich hin zu einer **Videoplattform**. Reels stehen mittlerweile im Vordergrund.

Reels sind das wichtigste Format auf der Plattform geworden und auch das, was am **meisten Reichweite** bekommt.

Daher kommen Sie nicht mehr umhin, auch Reels zu veröffentlichen, wenn Sie weiterhin im Feed Ihrer User und anderer Nutzer angezeigt werden möchten.

Wie sollte ein Reel aussehen?

Ein Reel sollte eine Geschichte erzählen. Folgende Formate sind z.B. möglich:

- Reisewissen kompakt
- 3 Orte, die ich in meiner Region gesehen haben muss
- Wissenswertes aus der Region
- Inspirierende Impressionen aus der Region

Wichtig ist, dass Sie die richtige Musik verwenden und die Bilder und die Video-Schnipsel auf den Takt schneiden. Schauen Sie auch, welche Musik gerade „Trending“ ist, ob es gerade eine Aktion gibt, die man mitmachen kann/sollte.

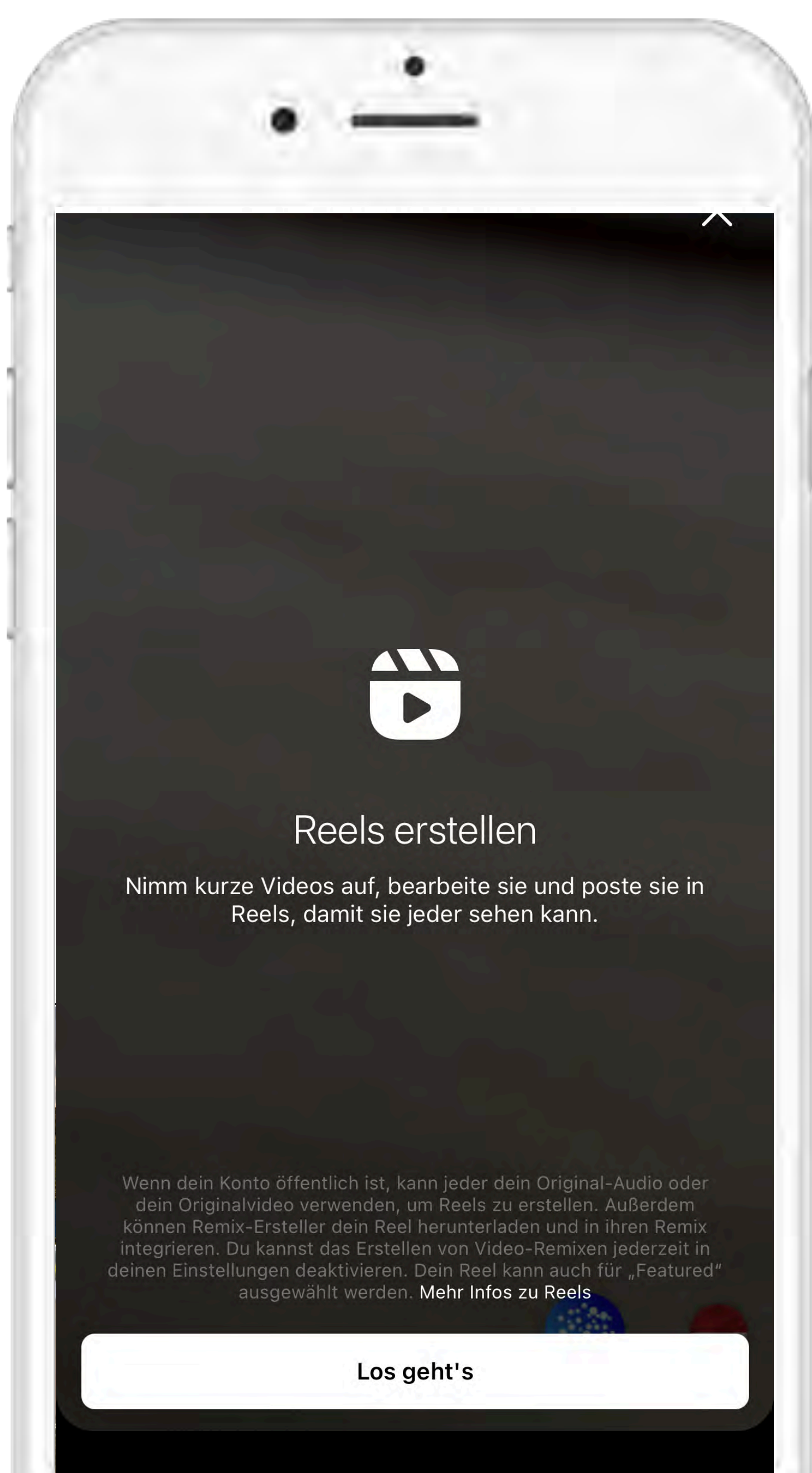
Reels

Ein Reel kann bis zu 90 Sekunden lang sein. Das können Sie am Anfang einstellen.

Viele verschiedene, kreative Funktionen warten in diesem Teil der Instagram App auf Sie.

Hier können Sie mehrere Bilder- und Videosequenzen zu einem Video zusammenschneiden, Text, Musik, Voiceover und Sticker hinzufügen.

Sie können aber auch sich selbst filmen. Direkt in der Region oder vor einem Greenscreen.



Unsere Tipps für ein Reel

Überlegen Sie sich im voraus ein Konzept.

Lassen Sie die Bilder sprechen oder eine echte Stimme.

Wenn es bei Ihrem Reel passt, probieren Sie mal einen Sticker aus, der zur Interaktion anregt. Schauen Sie, wie Ihre Community darauf reagiert.

Verwenden Sie nur hochkant Bilder oder Videos die Ihnen in einer hohen Auflösung vorliegen.

Passen Sie den Stil der Reels auf Ihre Zielgruppe an.





social media akademie
für reise und touristik

Guides

Guide

Kleine Blogbeiträge auf Instagram

Optimal, wenn man keinen eigenen Blog hat.

Alle Instagram Beiträge/Produkte/Orte nutzbar. Bei Erstellung des Guides muss eine Kategorie ausgewählt werden.

In der Kategorie Produkte und Orte können fremde Posts verwendet werden. Bei Beiträgen kann man seine eigenen nehmen oder alle, die man abgespeichert hat.

Zum Guide: [instagram.com/visit.bremen/guide/photo-spots-in-bremen/18185299078102144/](https://www.instagram.com/visit.bremen/guide/photo-spots-in-bremen/18185299078102144/)



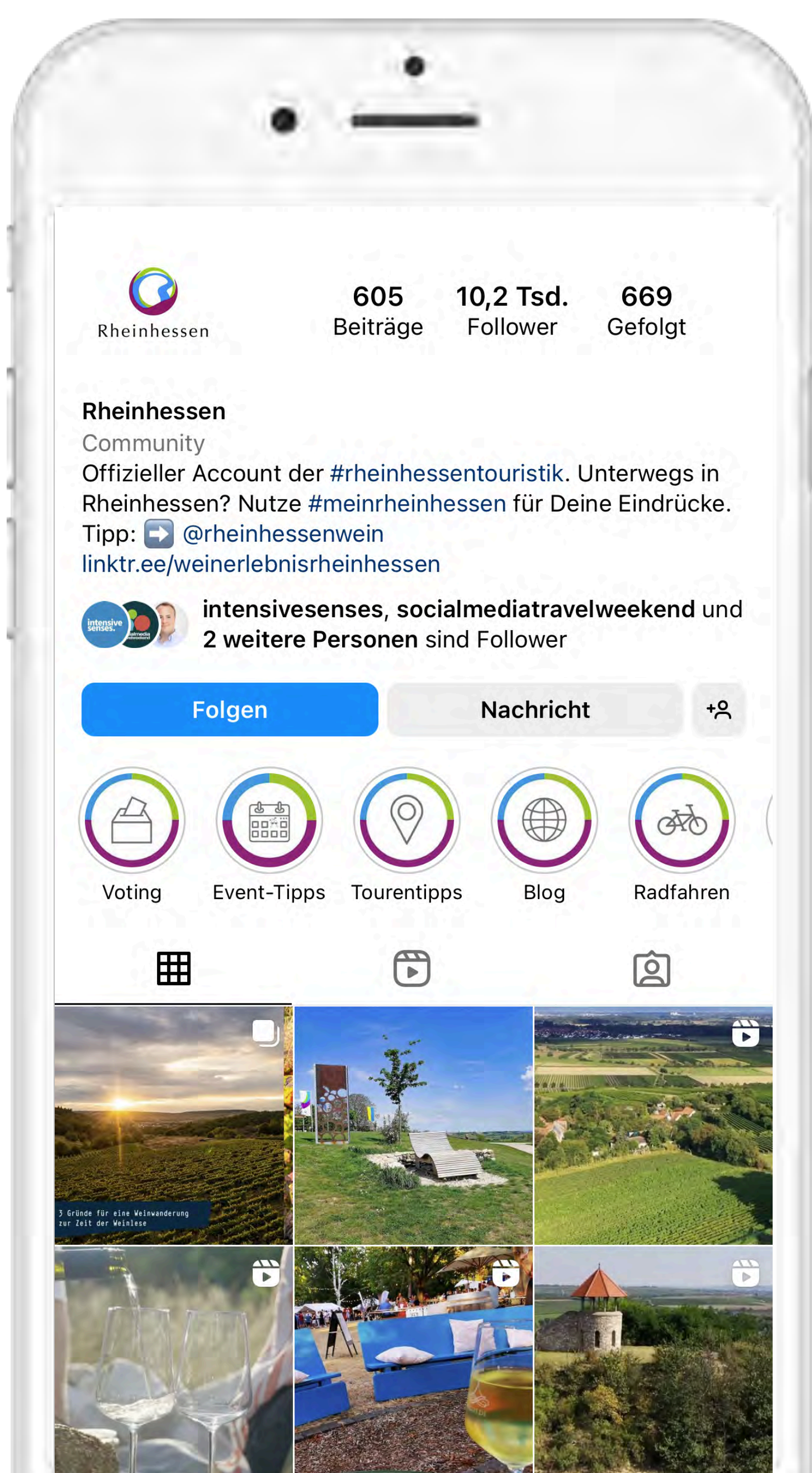
For us traveling and photography go hand in hand. Taking pictures while exploring new places is not only fun but also gives you the chance to capture beautiful moments. That's why we collected some of our favorite photo-spots in [#Bremen](#) for you! We can't wait to see all your amazing pictures with the hashtags [#visitbremen](#) [#enjoybremen](#)! 🥰📸

Letztes Update: Vor 62 Wochen



social media akademie
für reise und touristik

User Generated Content



User Generated Content

Definieren Sie einen **eigenen Hashtag**.

Sammeln Sie so Bildmaterial von Ihren Usern, welches Sie später reposten können.

So erleichtern Sie sich Ihren Social Media Arbeitsalltag und andere User sehen, dass auch noch andere Gäste in Ihrer Region waren und authentische Bilder gemacht haben.



Die andere Art von User Generated Content

Starten Sie kleine Aktionen mit Influencern, die zu Ihrer Zielgruppe passen.

Durch die Funktion „Brandet Content“ können Influencer nun ganz einfach Posts und Reels auf deren eigenen, aber auch gleichzeitig auf Ihrem Profil veröffentlichen.

Durch die Funktion „Bezahlte Werbepartnerschaft“ wird der Beitrag auch gleich rechtskonform als Werbung markiert.

Auch dies ist eine Möglichkeit zur **Fangenerierung**.



social media akademie
für reise und touristik

Hashtags

Hashtags auf Instagram

Nutzen Sie neben Ihrem eigenen Hashtag auch noch weitere, zum Bild passende Hashtags

Suchen Sie sich allgemeine Hashtags zum Thema Reise, Outdoor, Wandern, Sightseeing heraus, die sie immer verwenden können. Je nachdem, welches Thema der Post behandelt.

Suchen Sie sich Hashtags heraus, die in ihrem Bundesland und evtl. von der DMO oder LMO verwendet werden.

Die Maximalanzahl der Hashtags ist 30. Weniger ist jedoch auch hier mehr.

Die Hashtags müssen direkt im Post eingebaut werden, nicht erst in den Kommentaren.

Folgen Sie Hashtags, die von Ihren Usern genutzt werden und interagieren mit den Bildern, um so potentielle neue Follower auf sich aufmerksam zu machen. Kein Spam!





social media akademie
für reise und touristik

Community Management

Instagram ist keine Einbahnstraße

Schaffen Sie sich eine lebendige Community auf Instagram:

Regen Sie zum Mitmachen in Storys, Feedposts und Reels an.

Sie bekommen direktes Feedback auf Aktionen und Angebote. Arbeiten Sie damit.

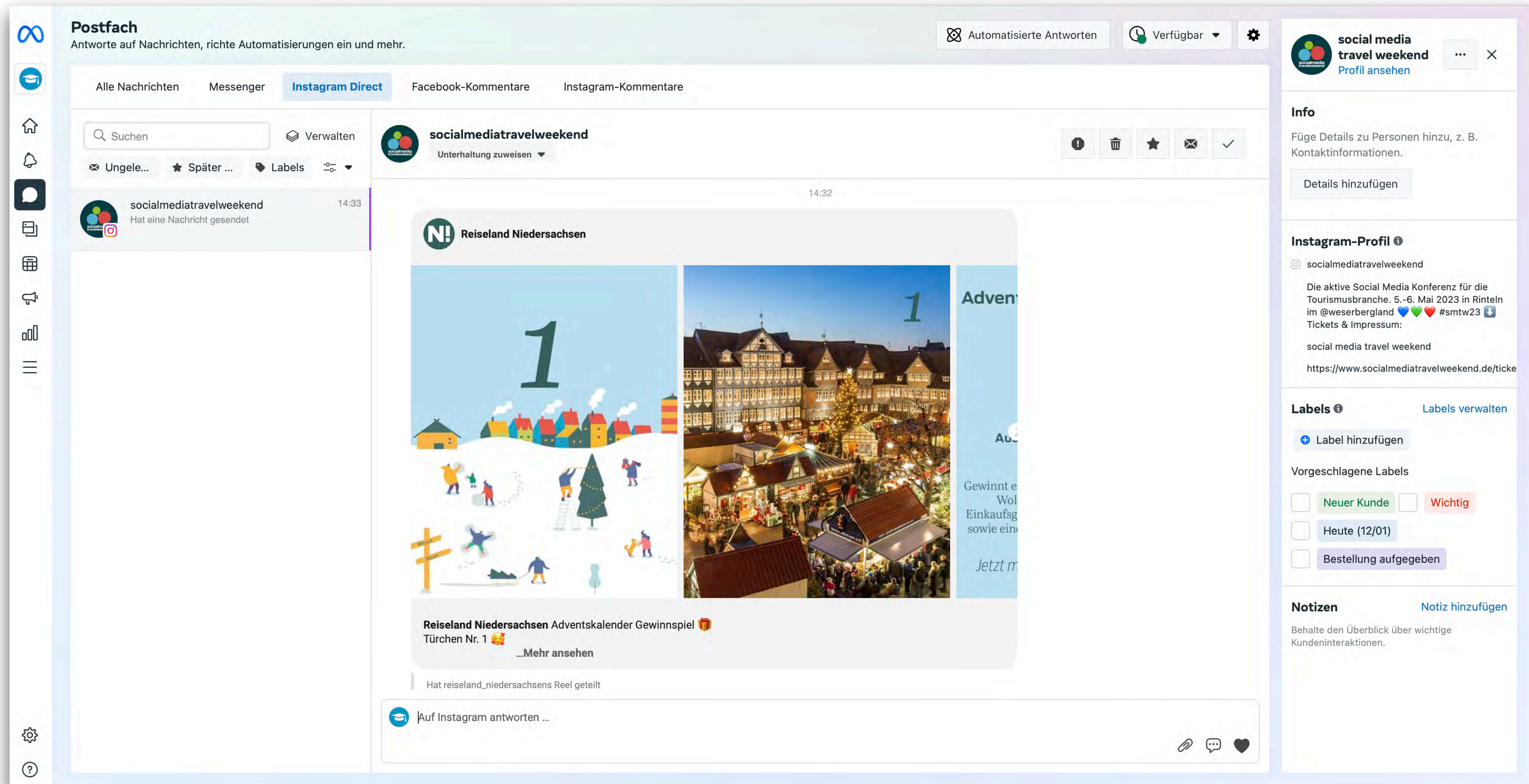
Geben Sie Informationen weiter, die sie auf keinem anderen Kanal in der Form haben.

Antworten Sie auf Kommentare.

Gehen Sie selber in den Dialog auf anderen Profilen.



Instagram Postfach



Postfach
Antworte auf Nachrichten, richte Automatisierungen ein und mehr.

Automatisierte Antworten Verfügbar

Alle Nachrichten Messenger **Instagram Direct** Facebook-Kommentare Instagram-Kommentare

Suchen Verwalten

Ungele... Später ... Labels

socialmediatravelweekend 14:33
Hat eine Nachricht gesendet

Reiseland Niedersachsen
14:32

Reiseland Niedersachsen Adventskalender Gewinnspiel 🎁
Türchen Nr. 1 🍪
...Mehr ansehen

Hat reiseland_niedersachsens Reel geteilt

Auf Instagram antworten ...

social media travel weekend
Profil ansehen

Info
Füge Details zu Personen hinzu, z. B. Kontaktinformationen.
Details hinzufügen

Instagram-Profil
socialmediatravelweekend
Die aktive Social Media Konferenz für die Tourismusbranche. 5.-6. Mai 2023 in Rinteln im @weserbergland 📍❤️📌 #smtw23
Tickets & Impressum:
social media travel weekend
<https://www.socialmediatravelweekend.de/ticke>

Labels Labels verwalten
+ Label hinzufügen
Vorgeschlagene Labels
 Neuer Kunde Wichtig
 Heute (12/01)
 Bestellung aufgegeben

Notizen Notiz hinzufügen
Behalte den Überblick über wichtige Kundeninteraktionen.


Automatische Antworten

Postfach > Automatisierte Antworten + Automatisierung einrichten

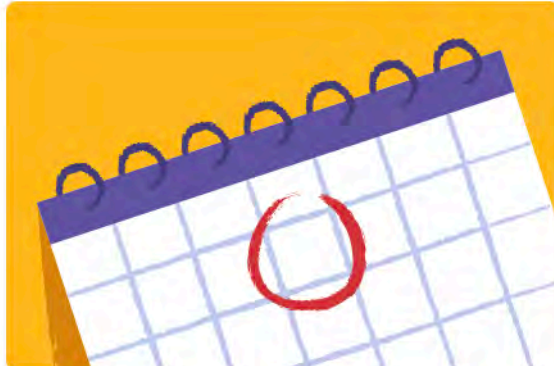
Automatisierungen

Richte automatisierte Funktionen ein, um deine Unterhaltungen zu verwalten und deine Workflows zu optimieren. So hast du mehr Zeit, dich auf dein Unternehmen zu konzentrieren.

Vorschläge für dich ^



Bewerbung erhalten
Sende eine Bestätigungsnachricht, wenn du eine Bewerbung erhältst.
Bestätigung senden
Ausprobieren



Terminerinnerungen
Sende 24 Stunden vor einem vereinbarten Termin eine...
Später erledigen
Ausprobieren

Deine Automatisierungen

🔍 Nach Namen oder Ziel suchen

Status	Name	Ziel	Kanal	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sofortantwort	Personen begrüßen	🗨️ 📷	Bearbeiten
<input type="checkbox"/>	Abwesenheitsnotiz	Personen begrüßen	🗨️ 📷	Bearbeiten

Sofortantworten aktivieren? ✕

Sofortantworten sind eine automatische Reaktion auf die erste Nachricht, die andere Personen an deine verknüpften Konten senden. Du kannst deine Nachricht unter [Automatisierungen](#) personalisieren.

Vielen Dank für deine Nachricht, {{user_first_name}} . Wir schauen uns das an und melden uns dann gleich bei Dir. :)
Dein scandtrack Team

Verwalten Aktivieren



social media akademie
für reise und touristik

Werbung auf Instagram

Werben auf Instagram

Anzeigen können entweder im **Werbeanzeigenmanager** oder direkt in Instagram geschaltet werden.

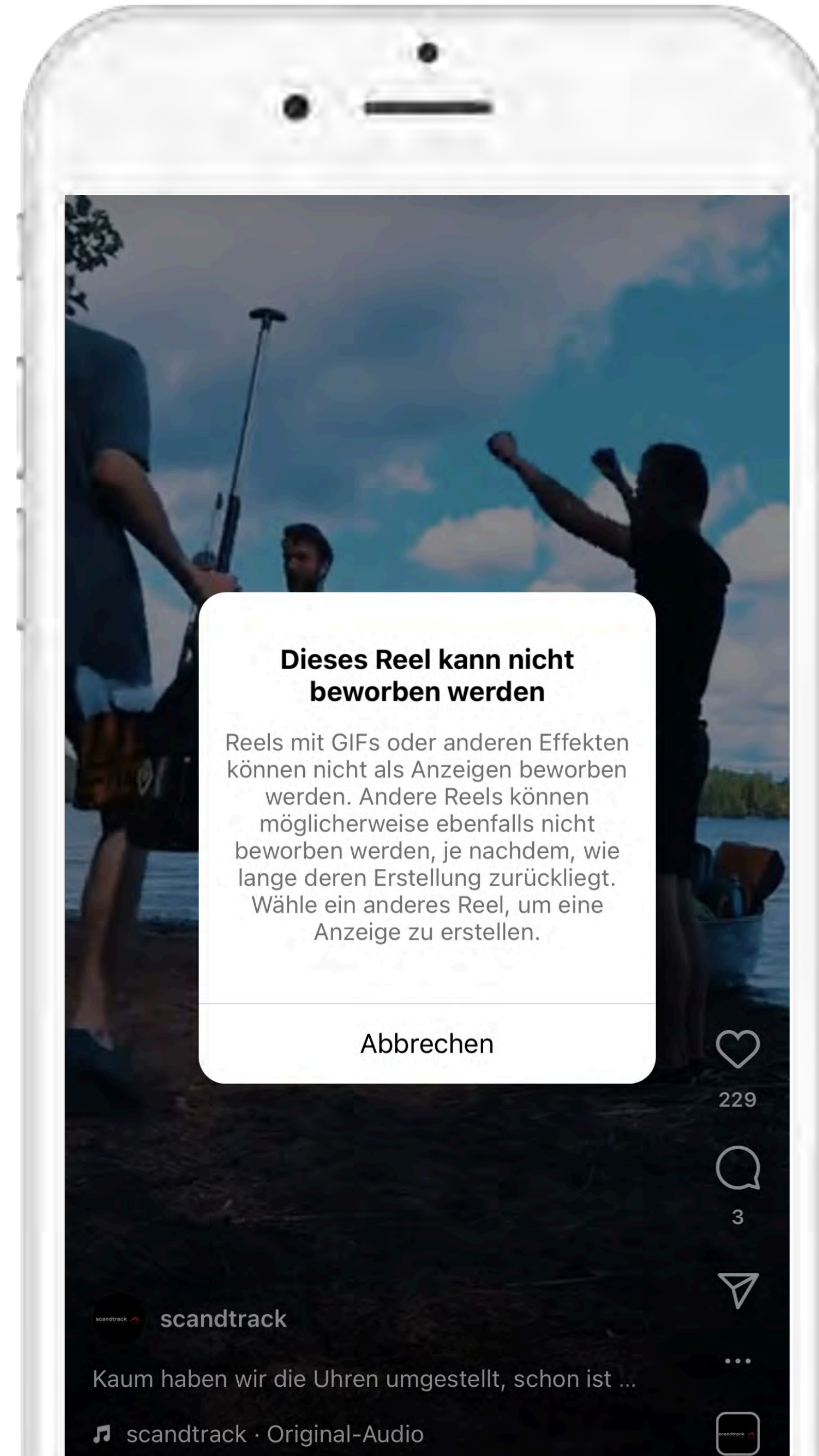
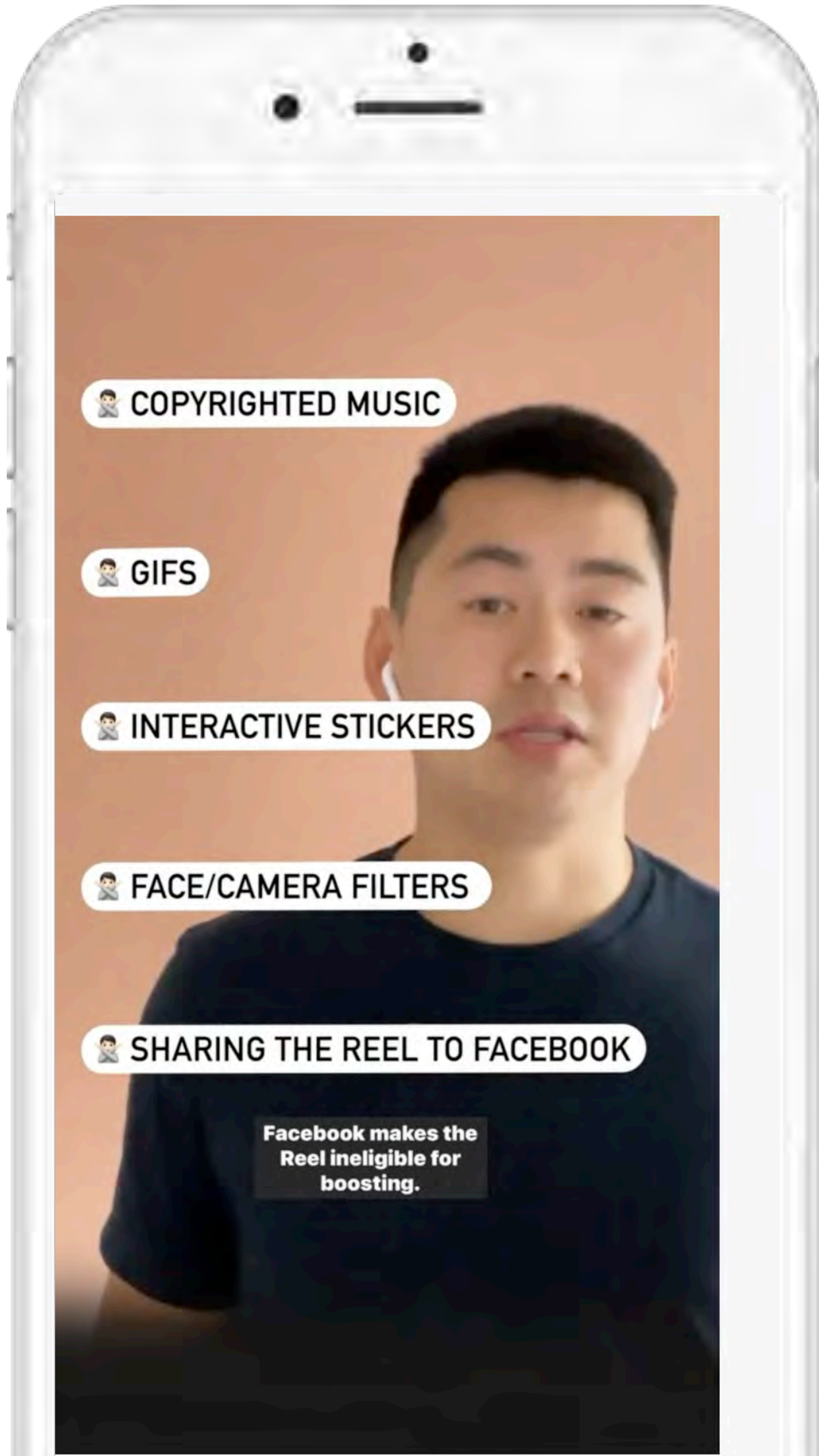
Direkt auf Instagram können nur Fotoposts beworben werden.

Im Werbeanzeigenmanager können Sie auch in der Story, im Shop, im Explore Feed und unter Reels Anzeigen schalten.

Schon auf Instagram erstellte Reels kann man nun dort direkt bewerben. Dafür gibt es jedoch sehr hohe Auflagen, die Sie erfüllen müssen.

Bei Storys ist dies schon länger so möglich. Auch hier gibt es Auflagen.

Je nach Kampagnenziel ist die Schaltung von Anzeigen eine Möglichkeit der **Fangewinnung**.



Reels können nicht als Anzeigen verwendet werden, wenn sie folgendes beinhalten:

GIFs oder andere Effekte

Urheberrechtlich geschützte Musik

Face/Kamerafilter

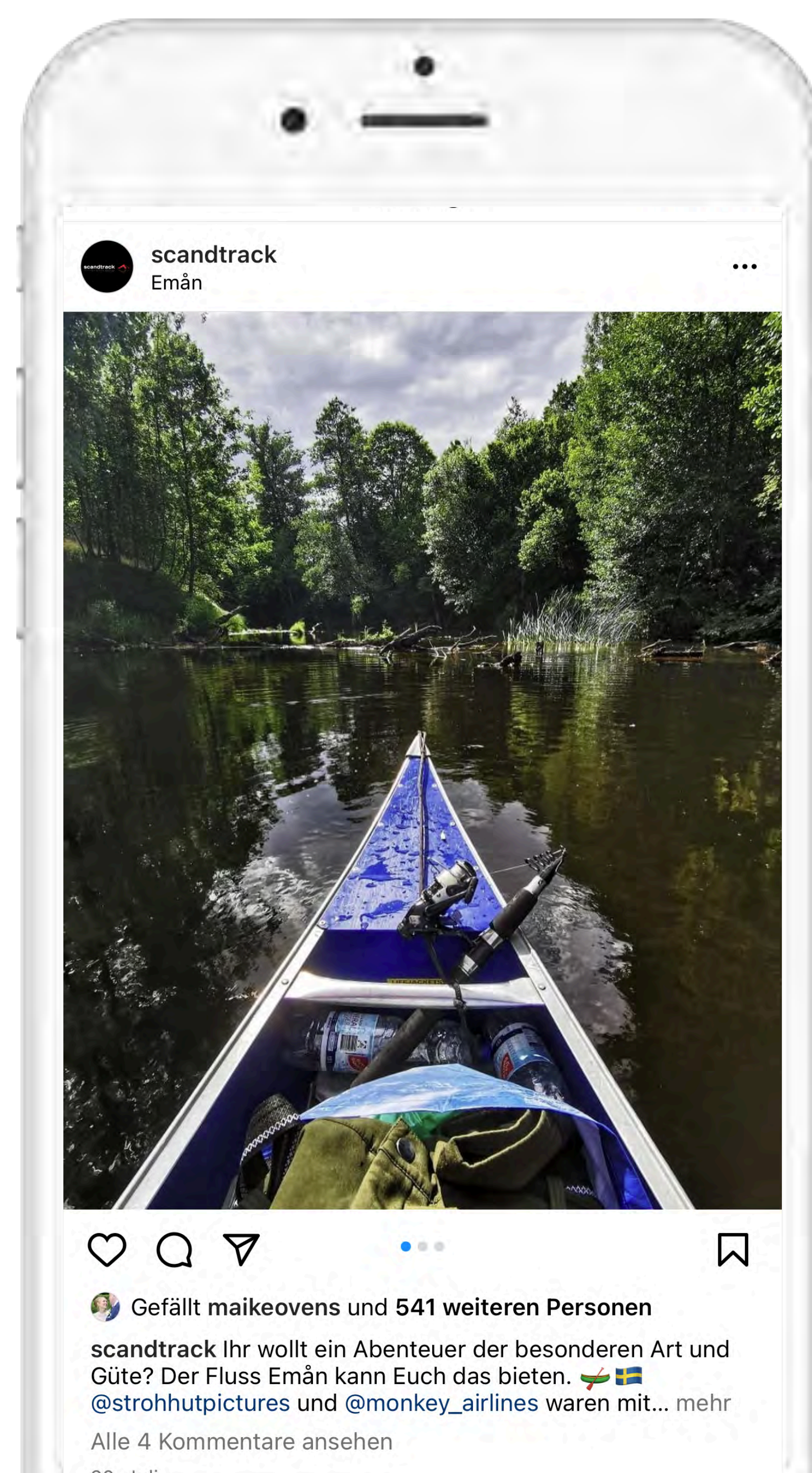
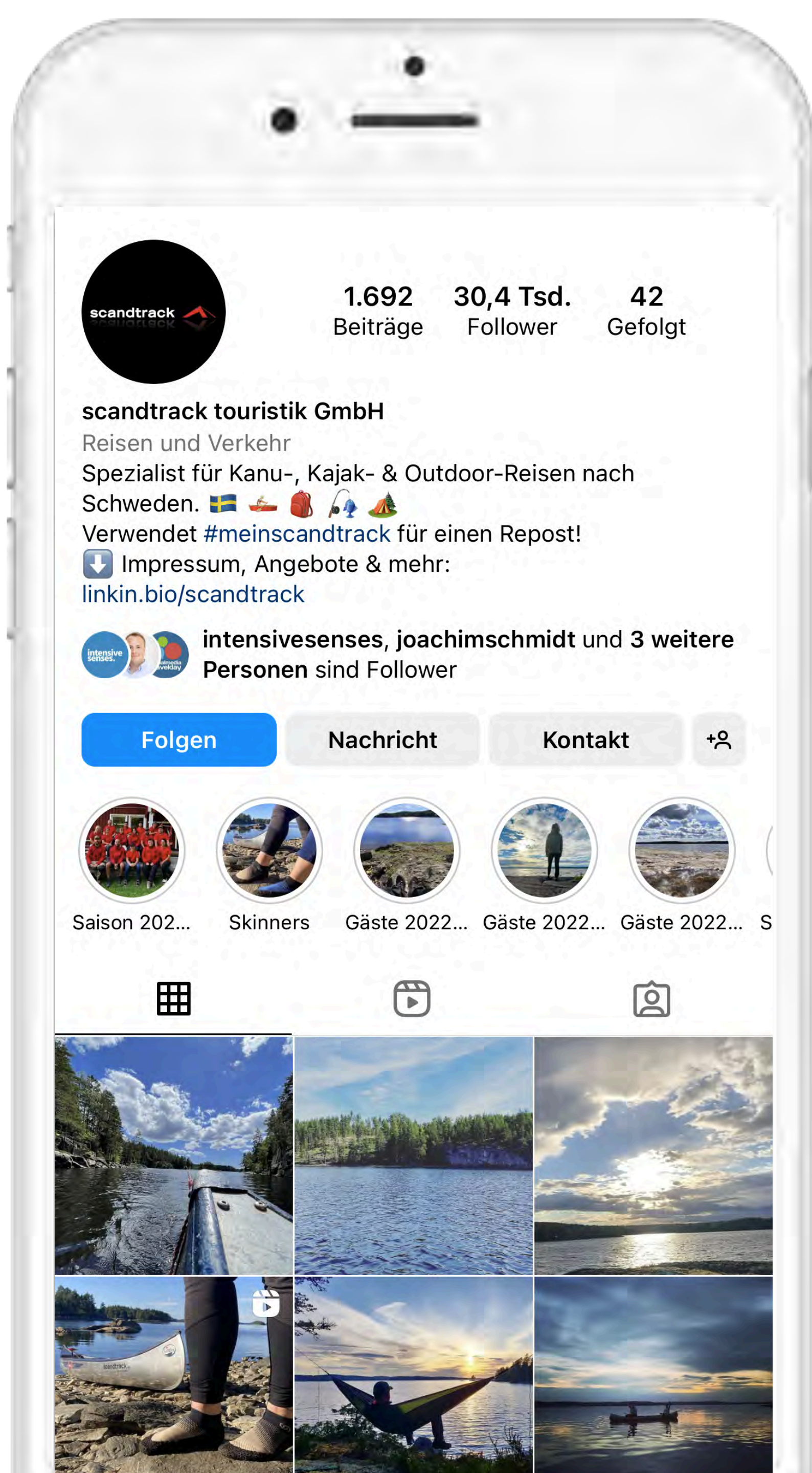
Auf Facebook geteilt wurden

Die Erstellung zu lange zurückliegt



social media akademie
für reise und touristik

Best Practise



Beispiel zur Fangewinnung:

Kontinuierliche Erstellung von Storys, **Reels** und Posts.

Gewinnspielaktionen mit Influencern aus dem Bereich Outdoor.

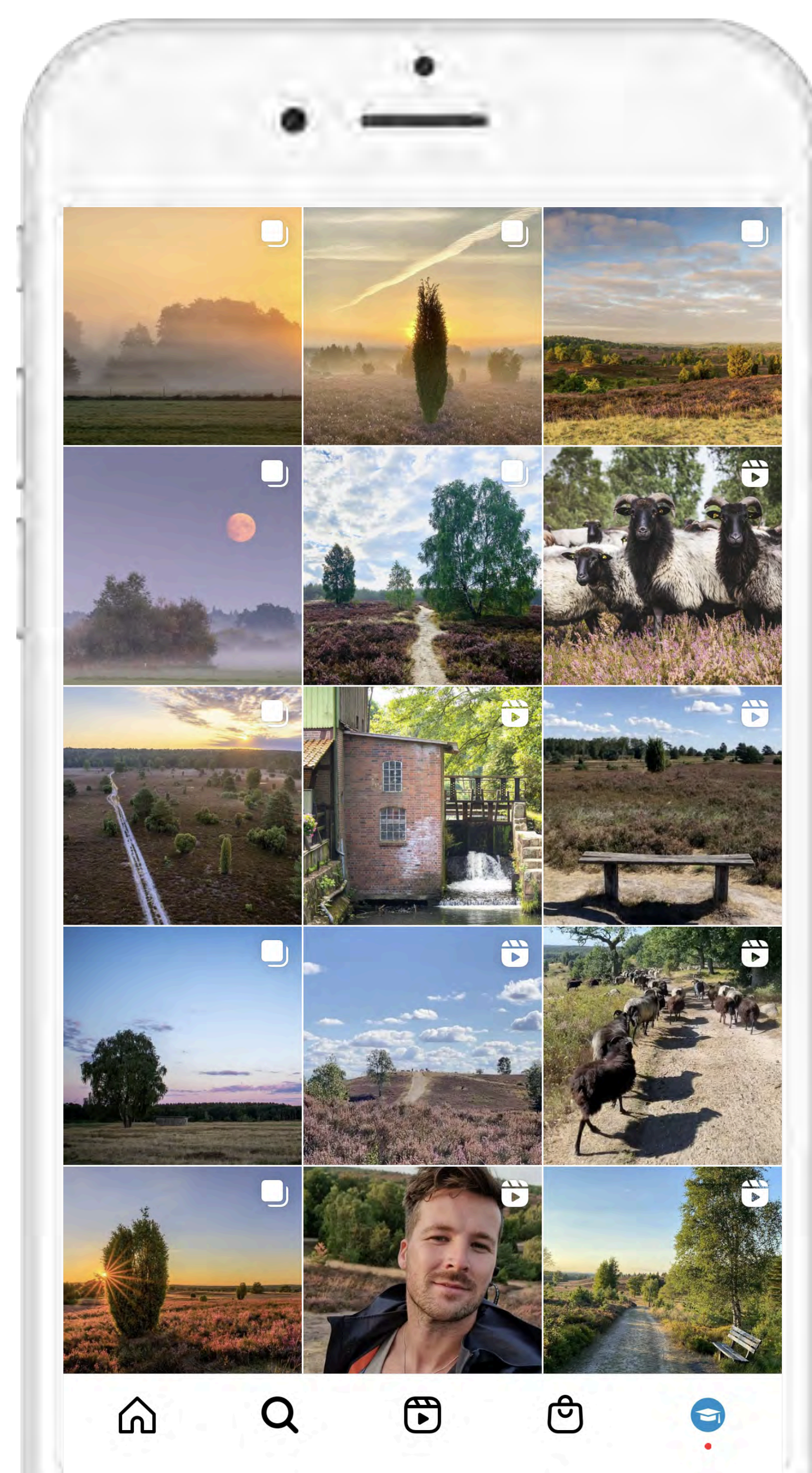
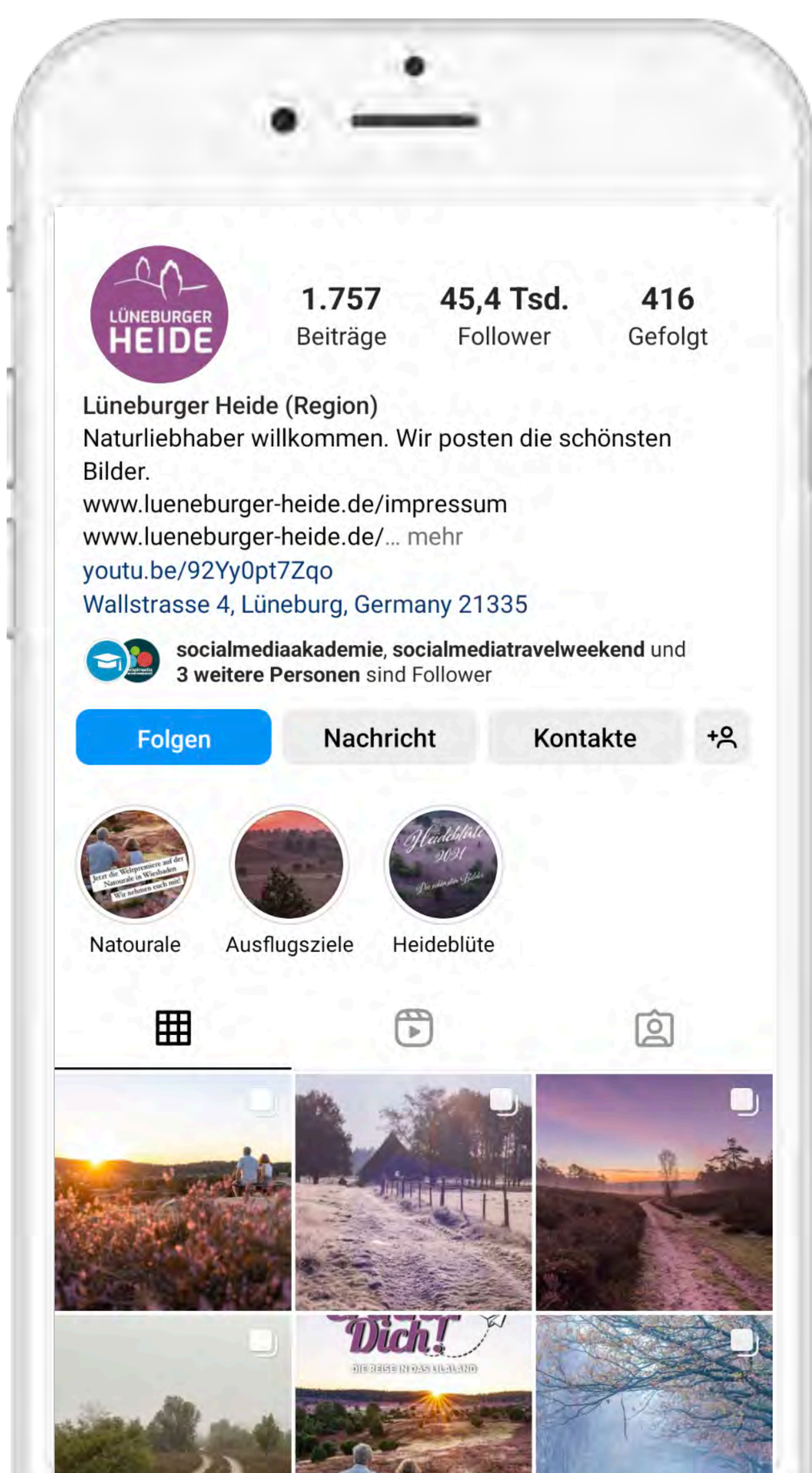
Generelle Kooperationen mit Influencern aus dem Outdoor Bereich, die auf das Produkt hinweisen.

Beispiel für tolles Storytelling in Beiträgen:

Nicht nur die Bilder im Feed sind stimmig, auch der Inhalt ist kreativ.

Inhaltlich interessante Fakten über die Region gemischt mit schönen Impressionen, Aufrufen zur Interaktion und einem Schreibstil, der einem die Region fast nach Hause bringt.



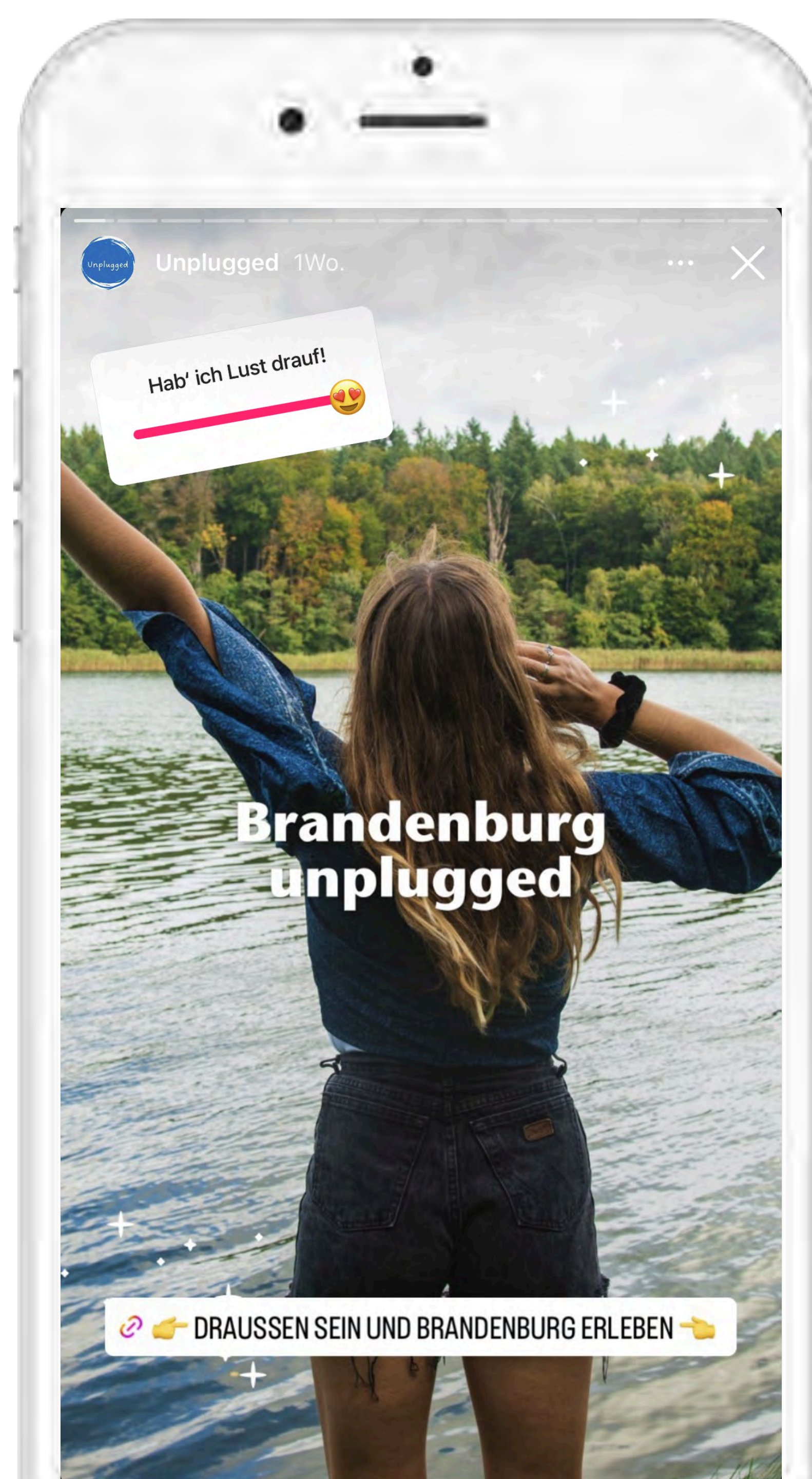
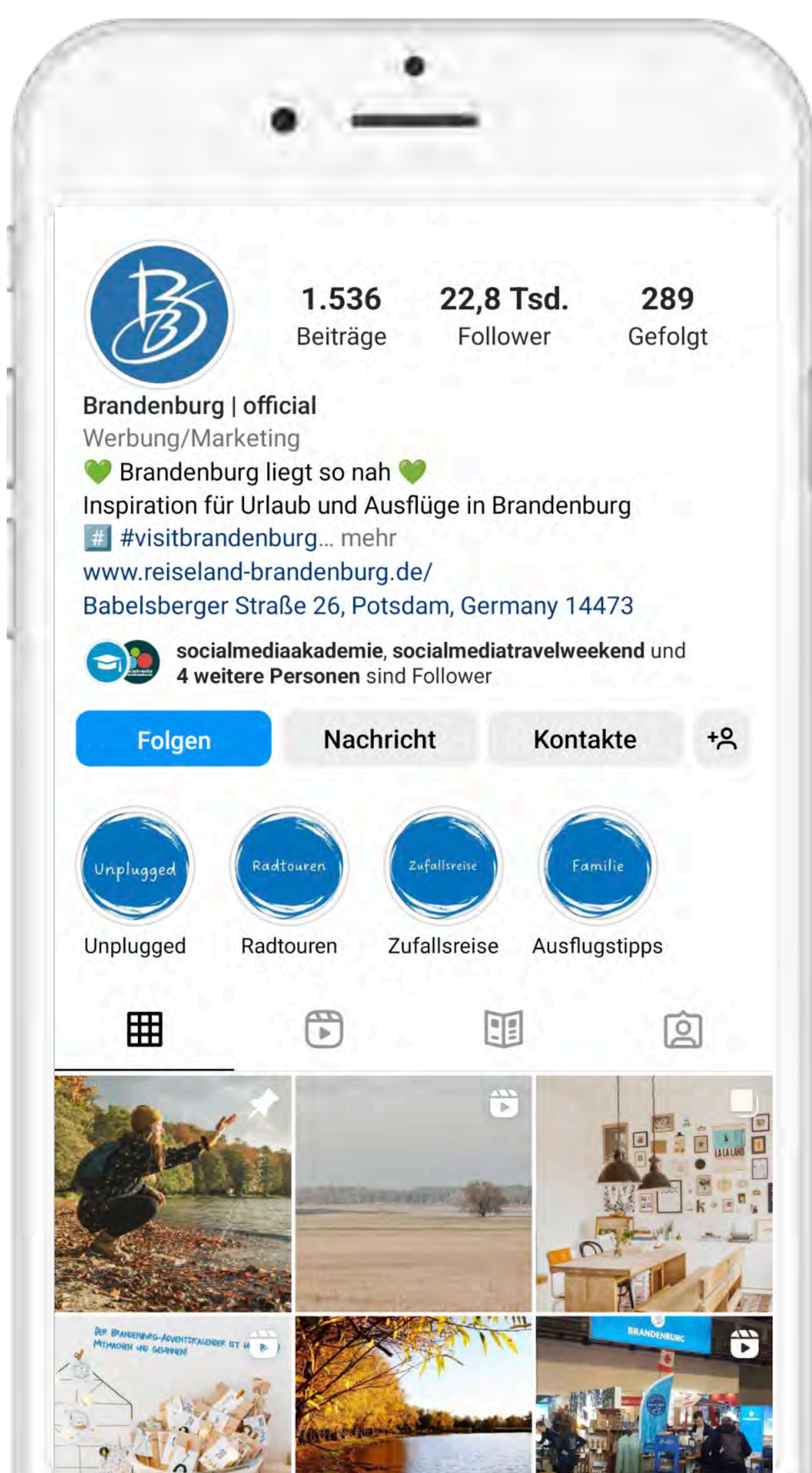


Beispiel für tollen Feed und schöne Reels:

Farblich stimmiger Feed

Interessante Fakten zur Region

Viele abwechslungsreiche Reels mit unterschiedlichen Themen oder einfach nur schönen Impressionen aus der Region



Beispiel für tolle Storys :

Abwechslungsreicher Inhalt

Mit Vorlagen sowie ohne Vorlagen - abhängig vom Thema

Highlights optisch schön dargestellt

Interaktionsmöglichkeiten in Story eingebaut

Weitere Best Practice

Potsdam Marketing und Service GmbH - *instagram.com/deinpotsdam*

Rheinland-Pfalz Tourismus - *instagram.com/rheinlandpfalzerleben*

Rheinhessen-Touristik GmbH - *instagram.com/weinerlebnis.rheinhessen*

Reiseland Niedersachsen - *instagram.com/reiseland_niedersachsen*

Dresden Marketing GmbH - *instagram.com/visit.dresden*

Schon genannte Beispiele:

Tourismusverband Vogtland e.V. - *instagram.com/vogtland_tourismus*

Lüneburger Heide GmbH - *instagram.com/lueneburgerheide*

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH - *instagram.com/visitbrandenburg*

scandtrack touristik GmbH - *instagram.com/scandtrack*



social media akademie
für reise und touristik

Handlungsempfehlungen

Handlungsempfehlungen

Überlegen Sie sich, was genau Ihr Instagram Profil ausmachen soll und in welcher Bild- und Textsprache sie dieses ausdrücken möchten! Was passt zu Ihrer Zielgruppe?

Legen Sie ein festes Design für Ihre Storys fest!

Erstellen Sie einen dynamischen Redaktionsplan!

Posten Sie regelmäßig!

Posten Sie niemals auf Instagram und Facebook denselben Inhalt!

Investieren Sie Zeit in die Erstellung von Reels - ohne Reels kommen Sie nicht mehr weit!

Betreiben Sie unbedingt Community Management! Täglich!

Gehen Sie auf die Kommentare Ihrer User ein!

Überprüfen Sie stetig Ihre Insights (Professional-Dashboard) und passen Sie Ihre Beiträge danach an!
Ihre Community zeigt Ihnen durch deren Interaktionen, was sie interessiert.

Nutzen Sie den Content Ihrer User (UGC)!

Bleiben Sie auf dem Laufenden, was neue Funktionen, Bild- und Videoformate auf Instagram angeht!



social media akademie
für reise und touristik

Hilfreiche Tools

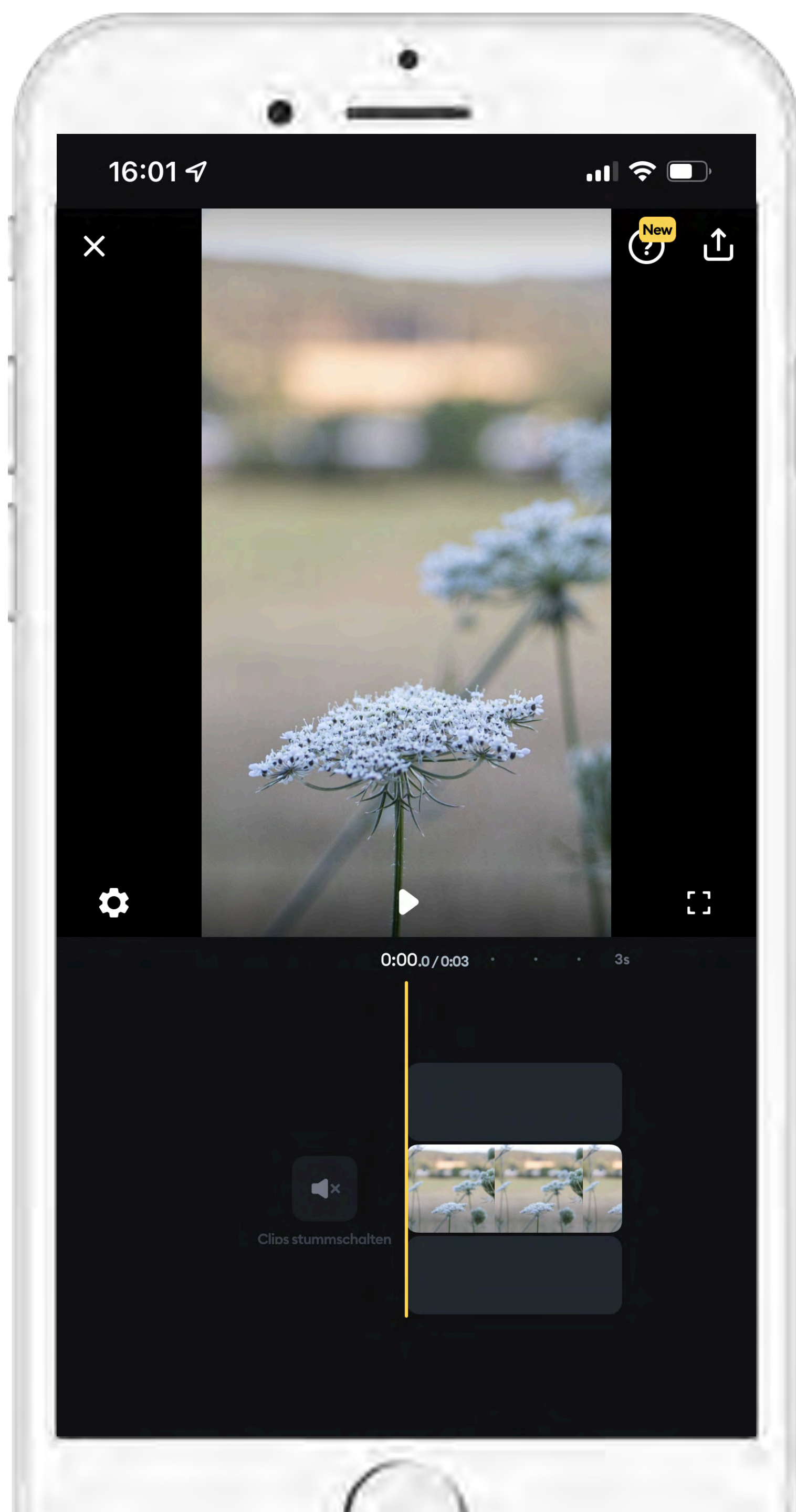
Later.com interface showing a scheduling calendar for March 28 to April 3, 2022. The interface includes a sidebar with navigation options (Calendar, Media Library, Conversations, Analytics, Collect Media, Linkin.bio, Learning Center) and a main area for scheduling posts. A 'Start 14-Day Free Trial' button is visible in the top right corner.

Mobile app interface for 'social media's Instagram Posts...'. The app displays a profile for 'social media akademie' with a grid of image thumbnails. A bottom navigation bar includes a 'Create your own Linkin.bio page' button and navigation icons.

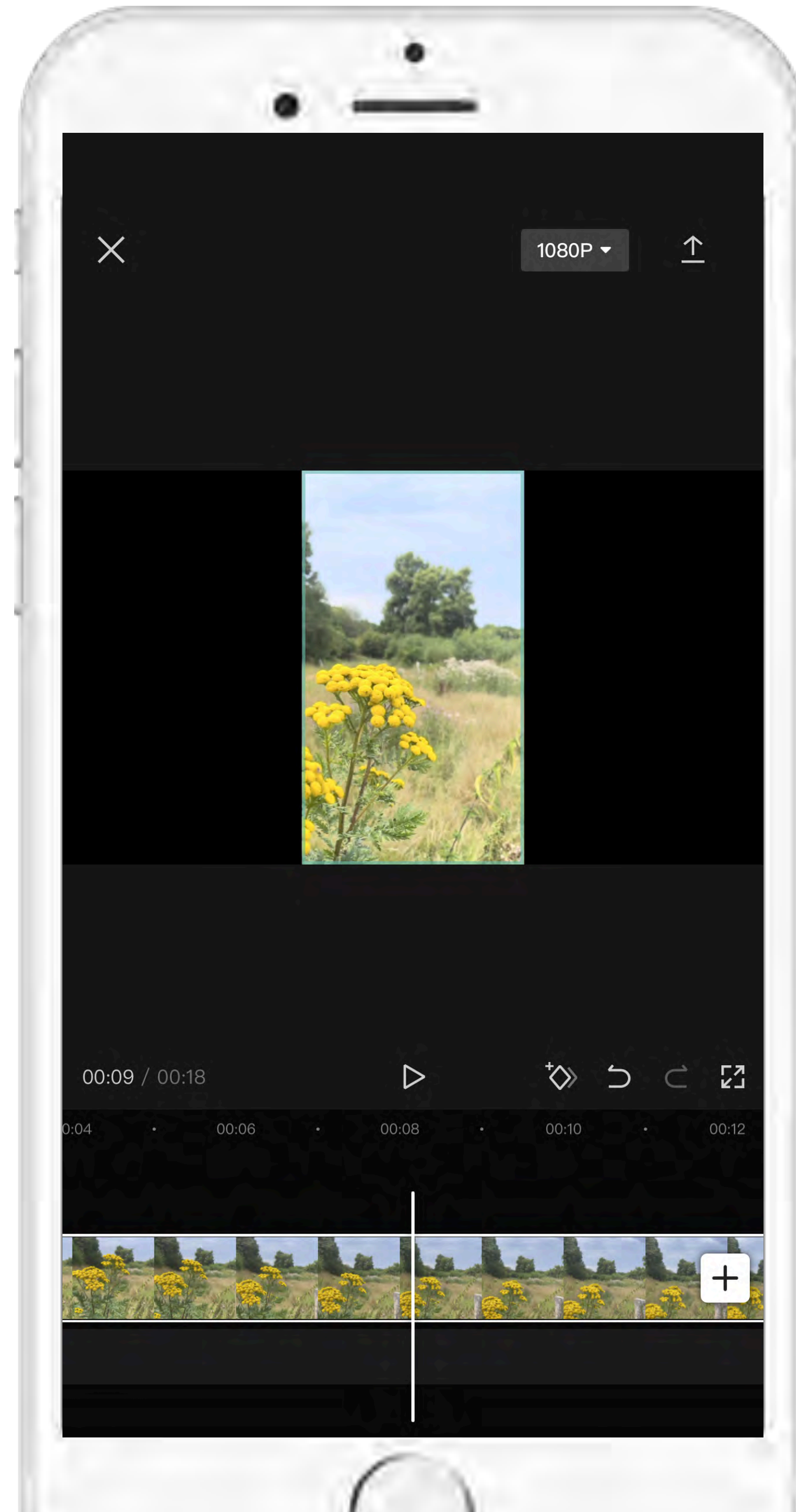
Videoschnitt-Apps



CapCut



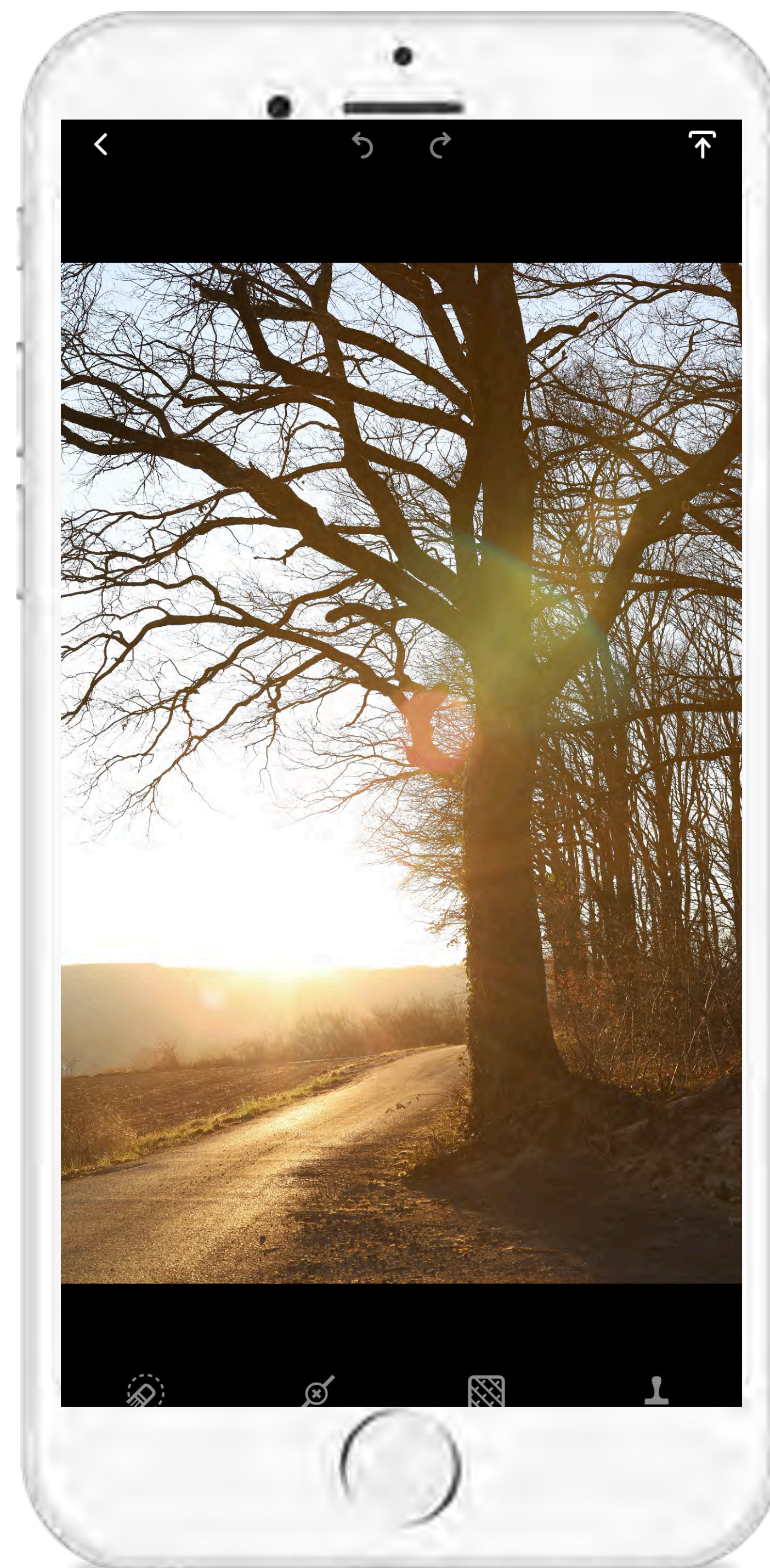
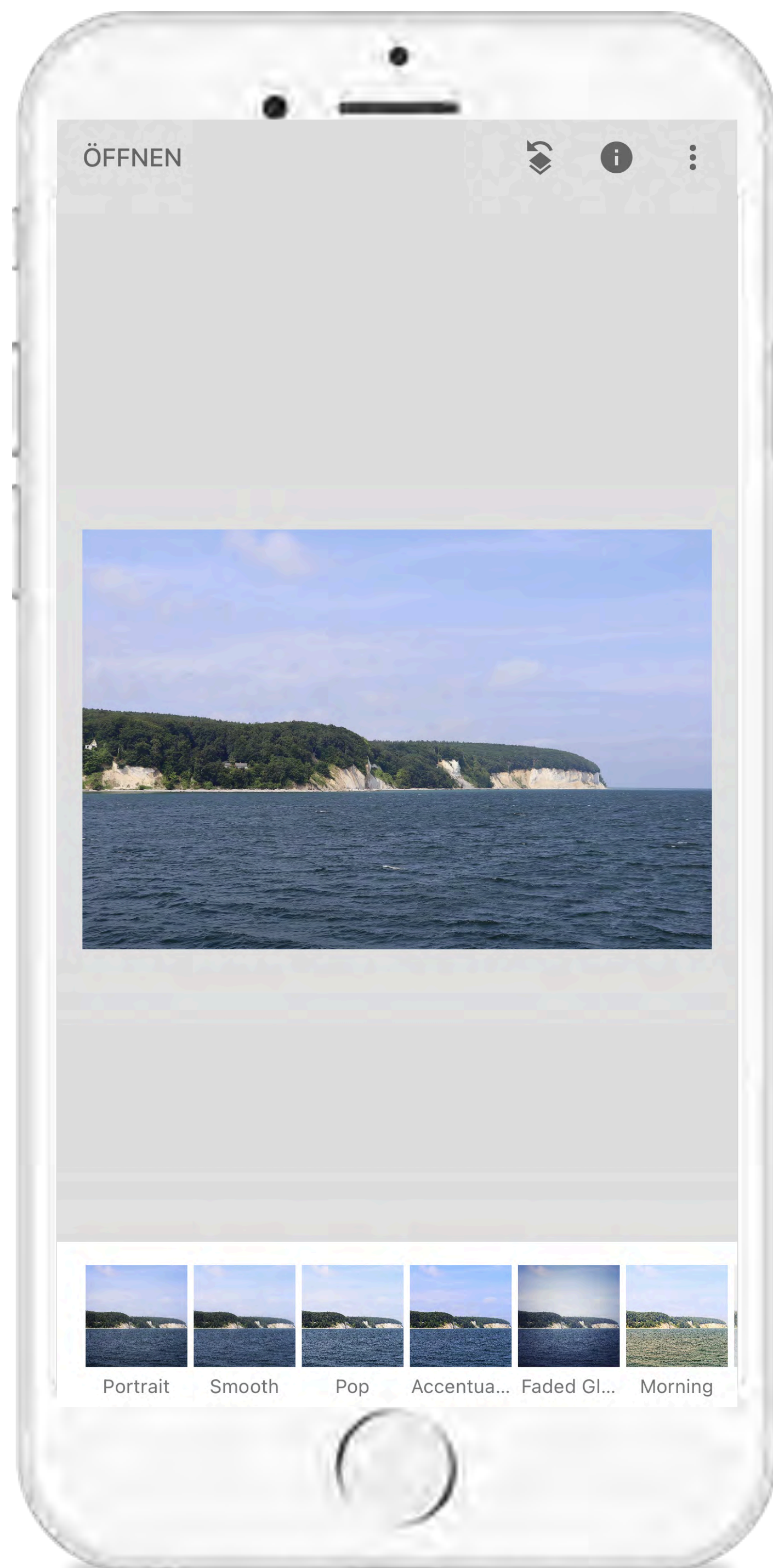
Splice



Fotobearbeitung



Snapseed



Retouch

Blogbeiträge zu Instagram

Instagram Guides - die unterschätzte Instagram Funktion

Das richtige Bildformat auf Instagram

Instagram Feed - Die 9 verschiedenen Feeds

5 neue Instagram Funktionen, die Du kennen solltest

Instagram Story - Alle Funktionen im Überblick

Melden Sie sich für weitere Artikel und stetige Updates zu Instagram zu unserem kostenfreien Newsletter an:

smart-workshops.de/newsletter





Download unter:
contentkalender.intensivesenses.com

Die aktive Social Media Konferenz für die Tourismusbranche

5. und 6. Mai 2023 in Rinteln (Weserbergland)

Jetzt Ticket sichern! 

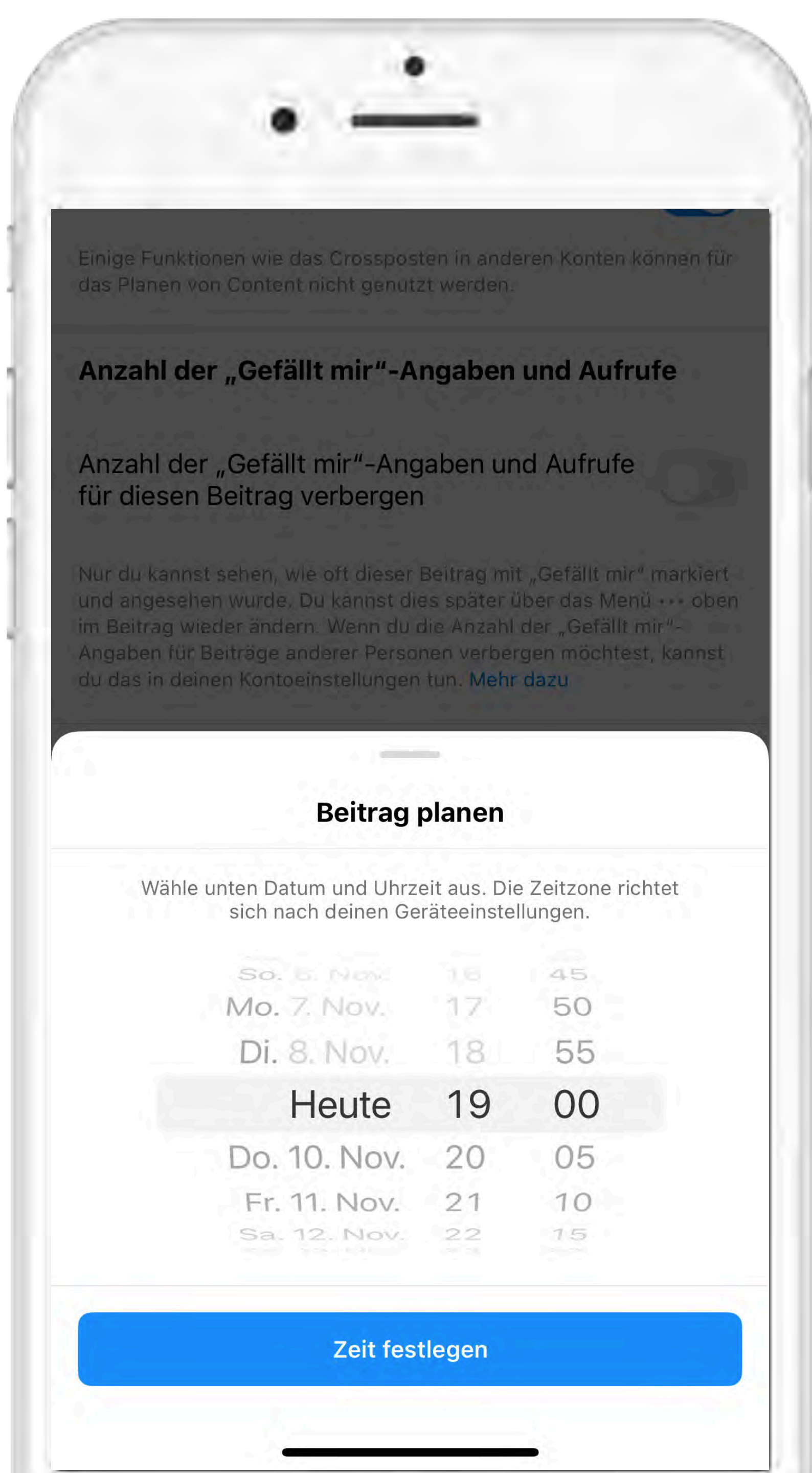


Für mehr Informationen und Tickets zum Super-Early-Bird-Preis:
www.socialmediatravelweekend.de



social media akademie
für reise und touristik

Neue Funktionen bei Instagram



Neue Funktionen bei Instagram

Alle Videos werden zu Reels

Sticker „Du bist dran“ auf Reels

Reels können nun auch gleichzeitig auf Facebook gepostet werden.

Glimpse Stories und Roll Calls im Test

Direkt in der App planen

Feed Posts mit Musik

Automatische Antworten



Vielen Dank!

Natalie Teschauer

nteschauer@intensivesenses.com
+49 6056 1844947

**intensive
senses.**

Brückenstraße 17
D-63628 Bad Soden-Salmünster
Tel. +49 6056 1844999
mail@intensivesenses.com
intensivesenses.com



Maike Ovens

 social media akademie
für reise und touristik

Brückenstraße 17
D-63628 Bad Soden-Salmünster
Tel. +49 6056 1844945
maike.ovens@smart-workshops.de
smart-workshops.de



social media akademie
für reise und touristik

Jetzt sind Ihre Fragen dran!