

SOCIAL MEDIA FÜR FRAUEN*

E-Book



Name

Meine Vision ist ...





Als Social Media Frau, Texterin und Redakteurin macht es mir große Freude Menschen zu Social Media zu schulen, beraten und unterstützen. Dieses Workbook bezieht sich nur auf unternehmerische bzw. berufsorientierte, keine persönlichen bzw. privaten Accounts.

Meine Arbeit mit, von und für Frauen* zeigt wie wichtig es zu wissen, wie soziale Medien funktionieren, wo Grenzen sind, wie “digitales Banden bilden” geht, welche Zielgruppen in welchen Kanälen zu finden sind und wie sie ihre Ziele im Digitalen erreichen.

Ich habe einige Jahre in Hawaii gelebt, deshalb gibt es in diesem Workbook etwas *Aloha* - Spirit.

Sirit Coeppicus

redaktion@textwelle.de

[Instagram](#) | [LinkedIn](#) | [Webseite](#)

INHALT

1. Mindset-Check: Warum deine Stimme und deine Themen zählen (1)
2. Mut & Motivation: Sichtbarkeit (2) & Themen (3)
3. Expertise & Positionierung: Dein klarer roter Faden (4)
4. Digitale Klarheit (5)
5. Ziele & Zielgruppen (6)
6. Profil-Check: Dein kanalspezifischer Startpunkt (7)
7. Struktur ist deine Rettungsinsel (8)
8. Content Creation (9)
9. Content Formate (10)
10. Content-Strategie (11)
11. Exkurs Storytelling (12)
12. Redaktionsplan | Contenttabelle (13 bis 15)
13. Reichweite & Community (16)
14. Content Recycling (17)
15. Digitale Balance (18)
16. Mein Angebot (20)
17. Deine Visionen (21)
18. Monatsplaner (22)
19. Wochenplaner (23)

Mind-Set

Dieses Workbook ist mehr als eine “Anleitung”. Es ist dein Mut-Macher für dich einzustehen, deine Themen sichtbar zu machen und ab jetzt Nichts mehr klein zu reden.

Du bist wichtig.

Dein Business, dein Vorhaben, Deine Themen sind wichtig!

Notizen

Digitale Sichtbarkeit ist wichtig

Ich bin 100% überzeugt: Wer der Welt seine Projekte, Produkte, Leistungen und Themen zeigen möchte, kommt um soziale Medien nicht herum. Also: Raus aus der Komfortzone, rein in die digitale Brandung. Sichtbarkeit darf sich am Anfang ungewohnt anfühlen. Vielleicht kennst du Gedanken wie: „Interessiert das überhaupt jemanden?“ oder „Es gibt doch schon so viele, die darüber sprechen.“ Mach dich frei davon! Deine ganz persönliche Perspektive und deine Erfahrung gibt es nämlich nur genau das EINE Mal. DICH gibt es nur das eine Mal! In den sozialen Medien “gewinnt” nicht die, die fehlerfrei glänzt, sondern die, die mutig und authentisch zeigt, was sie tut.

Viele Frauen* bringen eine riesige Portion Fachwissen, geniale Ideen und tiefes Engagement mit. Egal, ob als Unternehmerin, Angestellte, im Verein oder in einer Organisation: Sie engagieren sich und sind mit Herz und Kompetenz bei der Sache. Oftmals bleibt die digitale Sichtbarkeit hinter ihrem echten Potenzial zurück. Warum? Weil Social Media Kenntnisse fehlen, Zeit frisst oder sich die Selbstdarstellung komisch anfühlt.

Dieses Workbook von Textwelle ist dein persönlicher Fahrplan. Hier sortierst du deine Themen, baust digitale Hemmschwellen ab und lernst, wie du die Social Media strategisch und leicht nutzt. Wenn Du darüber hinaus noch weitere Unterstützung brauchst, mail mir an redaktion@textwelle.de. Lass uns gemeinsam deine Kanäle auf die perfekte Welle bringen!

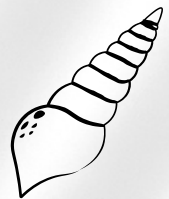
Deine Themen sind wichtig!

(Schreib hier deine aktuellen TOP 3 auf & fokussiere dich darauf)

Thema 1



Thema 2



Thema 3



Deine Expertise, deine Positionierung!



Viele Frauen* bringen eine riesige Portion Fachwissen, geniale Ideen und großes Engagement mit. Egal, ob als Unternehmerin, Angestellte, im Verein oder in einer Organisation: Sie engagieren sich und sind mit Herz und Kompetenz bei der Sache. Oftmals bleibt die digitale Sichtbarkeit hinter ihrem echten Potenzial zurück. Warum? Weil Social Media Kenntnisse fehlen, Zeit frisst oder sich die Selbstdarstellung komisch anfühlt.

Dieses Workbook von Textwelle ist dein persönlicher Fahrplan und deine Rettungsinsel. Es geht um innere Klarheit, handfeste Tipps für deine Social Media Kanäle und Aktivitäten sowie Input zu unterschiedlichen Themen wie Ziele, Zielgruppen, Content Erstellung, Positionierung und Reichweite.

Egal in welchem beruflichen oder du Social Media nutzt: Deine Zielgruppe muss wissen, wofür du stehst, welche Lösungen du bietest und welche individuelle Expertise bzw. Qualitäten du mitbringst.

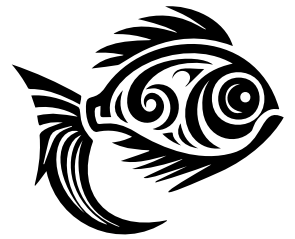
Beispiele:

Welches konkrete Problem löst du für deine Kund*innen?

Für welche Fachthemen in deiner Branche möchtest du als Expert*in gefunden bzw. gesehen werden?

Was ist die Kernbotschaft bzw. die Philosophie deiner Organisation, deines Unternehmens?

Klarheit & Fokus



Deine sozialen Medien: Wo bist du überall aktiv vertreten?

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| ☐ Instagram | ☐ Youtube |
| ☐ LinkedIn | ☐ Tiktok |
| ☐ Facebook | ☐ Pinterest |

Wieviel Zeit verbringst du pro Woche in den sozialen Medien?

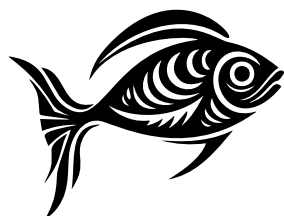
- | | |
|---|---|
| ☐ < 3 Stunden | ☐ zw. 3 & 5 Stunden |
| ☐ zw. 5 & 8 Stunden | ☐ zwischen 8 & 10 Stunden |
| ☐ mehr als 10 Stunden | ☐ mehr als 20 Stunden |

Was stresst dich am meisten?

- | | |
|---|---------------------------------------|
| ☐ Texterstellung | ☐ Videoerstellung |
| ☐ Interaktion | ☐ Content Planung |
| ☐ Nachrichten & Mails | ☐ Themenfindung |

Was macht dir am meisten Spaß?

- | | |
|---|-------------------------------------|
| ☐ Contenterstellung | ☐ Posten |
| ☐ Interagieren | ☐ Videos drehen |
| ☐ Themenfindung | ☐ Chatten |



Ziele & Zielgruppen

Wer sich seiner Ziele nicht klar und bewusst ist, wird seine Ziele auch nicht erreichen. Zu allen Zielen gibt es entsprechende Zielgruppen, die du kennen(lernen) musst. Siehe Beispiele unten.

- Welche Not, welchen Wunsch, welches Bedürfnis haben sie?
- Welches Format (Podcast, Online Kurs, Social Media Community etc.) entspricht ihnen bzw. bevorzugen sie?
- Wann sind sie online (und wann nicht)?
- Welchen Kanal (Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest, etc.) nutzen sie?
- Welche Stilmittel, Formate etc. brauchen sie um sich abgeholt und angesprochen zu fühlen?

Ziele



Zielgruppen

Produkte oder Leistungen
verkaufen



Menschen, die deine Produkte
& Leistungen brauchen/ haben
möchten.

Themen sichtbar machen



Menschen, die sich
austauschen möchten oder
einer selben Gruppe
angehören

Neue Mitglieder werben



Ehrenamtler*innen,
Menschen, die einem z.B.
Verein angehören möchten

Neue Mitarbeitende finden



Quereinsteiger*innen,
Arbeitssuchende etc.

Community aufbauen



Gleichgesinnte &
Gefährt*innen

Social Media Profile

Egal, ob Instagram, LinkedIn, Facebook, TikTok oder ein anderer Kanal: Wenn eine Person auf dein Profil klickt, entscheidet sie in wenigen Sekunden, ob sie bleibt oder geht. Bringen wir Ordnung ins digitale Rauschen.

- **Profilbild:** Bitte kein Bewerbungsfoto. Zeig dich authentisch, freundlich und gut ausgeleuchtet.
- **Bio = Profilbeschreibung:** Einfache Sätze & Botschaften. Bsp.: "Ich helfe / Wir unterstützen [Zielgruppe/Ziel], um [Ergebnis] zu erreichen." Keine Schachtelsätze, aktive Verben & passende Schlagworte.
- **Allgemein:**
 - Gib deinem Account deinen echten (!) persönlichen oder Business-Namen, keine wilde Buchstaben-Zahlen Mixtur.
 - Nutze deine Branding-Farben im Profil aber auch dem gesamten Account um Einheitlichkeit, Wiedererkennung und professionelle Stringenz zu gewährleisten.
 - Füge überall den Link zu deinem Impressum ein.
- **Instagram:** Fünf anklickbare Links im Profil möglich: Welchen Schritt soll jemand in deinem Profil als Nächstes tun? Füge Kontaktinfo, Link zur Webseite, zum Newsletter, Event-Anmeldung und weiteren Aktionen direkt ins Profil.
- **LinkedIn:** Füge neben den Informationen zu dir auch deine Kenntnisse und ggf. Ehrenämter hinzu und frage Kund*innen nach Empfehlungen.

Struktur als Rettungsinsel

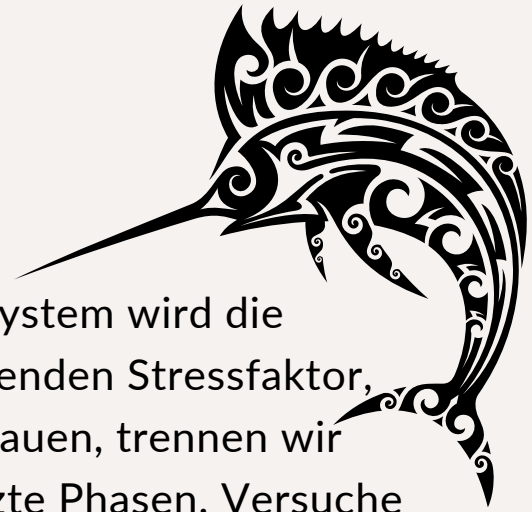
Redaktionsplan oder Content-Tabelle, fixe Social Media Zeiten, Arbeitsroutinen und gebündeltes Arbeiten hilft mehr Leichtigkeit und Professionalität in die Social Media Arbeit zu bringen. Welche der folgenden Dinge setzt du bereits um und welche nicht?

- ☐ Fixe Arbeitszeit pro Social Media Kanal pro Woche
- ☐ Gebündelte Content (Texte, Grafiken, Fotos, Videos) Erstellung
- ☐ Social Media Routinen
- ☐ Redaktionsplan/ Contenttabelle
- ☐ Statistik & Analyse von Kanälen analysieren & beachten



Notiere dir hier, was du in Zukunft von den obigen Aufgaben etablierst und umsetzt ...

Content Creation



Kreativität braucht Struktur. Ohne ein festes System wird die tägliche Inhaltserstellung schnell zum zeitfressenden Stressfaktor, der dich blockiert. Um digitale Barrieren abzubauen, trennen wir den Erstellungsprozess in klare, zeitlich versetzte Phasen. Versuche niemals, eine kreative Idee zu haben und diese sofort perfekt zu posten. Das blockiert deinen Fokus.

Schritt für Schritt:

1. Ideen-Speicher anlegen: Sammle lose Ideen sofort in einer zentralen Liste (z. B. Notion oder Trello), statt direkt mit dem Schreiben zu beginnen.
2. Creation-Zeit blockieren: Setze dir feste Termine im Kalender, an denen du Inhalte im Block vorproduzierst (z. B. alle Texte für die nächste Woche am Montagvormittag).
3. Visuelle Schablonen (Mockups) nutzen: Erstelle wiederverwendbare Design-Vorlagen in deinen Brandingfarben und -schriften.

Wichtige Aspekte:

- Kreativ versus Umsetzung: Trenne die reine Ideenfindung strikt von der technischen Produktion und dem finalen Feinschliff.
- Energie-Management: Produziere Content dann, wenn deine kreative Energie am höchsten ist, nicht gestresst „kurz vor knapp“.

Content-Formate



Die Reichweite deiner Kanäle hängt eng mit den kanalspezifischen Algorithmen zusammen. Und diese wiederum davon welche Funktionen, Formate und Trends du einbaust.

Die Wahl des richtigen Formats entscheidet auf Plattformen wie Instagram oder LinkedIn darüber, wie intensiv sich Nutzer*innen mit deinen Inhalten beschäftigen, ob und wie sie interagieren und wie stark deine Expertise wahrgenommen wird.

Schritt für Schritt:

1. Reels bei Instagram und Bilderkarousells bei LinkedIn werden derzeit bevorzugt ausgespielt: Nutze sie, um mit deiner authentischen Energie, deinen individuellen Themen, sowie visuellen Elementen Menschen zu erreichen.
2. Inhaltliche Deep-Dives: Bereite komplexes Fachwissen grafisch und inhaltlich gut "digital verdaulich" auf. Dies sorgt für hohe Speicher-Raten und Verweildauer.
3. Single-Images für Statements: Nutze ein starkes Bild oder Zitat, um deine Philosophie, deine Werte, deine Angebote ohne Umschweife auf den Punkt zu bringen.

Wichtige Zutaten:

- Barrierefreie Aufbereitung: Nutze bei Videos Untertitel, da viele Nutzer:innen Social Media ohne Ton konsumieren.
- Lesbarkeit: Achte bei Texten auf kurze Absätze, prägnante Bullet Points und eine fesselnde Headline bzw. einen Hook.



Content-Strategie

Wer alles für jeden postet, erreicht am Ende niemanden. Eine durchdachte Content-Strategie ist das Bindeglied zwischen deinen Beiträgen und deinen echten Business-Zielen. Sie nimmt dir den Druck, täglich aktiv sein zu müssen, weil jeder einzelne Post einen klaren strategischen Zweck erfüllt und planbar wird.

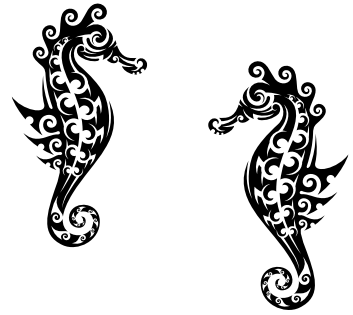
Schritt für Schritt:

1. Business-Ziel definieren: Welches Angebot (z. B. 1:1 Beratung, Workshop oder Retreat) steht diesen Monat im Fokus?
2. Die 3 Inhaltssäulen bespielen: Teile deine Beiträge strategisch auf in:
 - Säule 1: Vertrauen & Nahbarkeit (Storytelling).
 - Säule 2: Kompetenz & Mehrwert (Fachwissen).
 - Säule 3: Konvertierung (Verkauf & Einladung zum Erstgespräch).
3. Call-to-Action (CTA, Handlungsaufforderung) einbinden: Beende fast jeden Post mit einer eindeutigen Handlungsaufforderung.

Wichtige Aspekte:

- Qualität vor Quantität: Konstanz ist wichtiger als Frequenz. Lieber zwei strategisch wertvolle Posts pro Woche als fünf bedeutungslose Beiträge.
- Der direkte Weg: Der Link zu deinem Buchungs-Tool (z. B. Calendly) muss für deine Zielgruppe auf sehr kurzem Dienstweg auffindbar sein.

Exkurs: Storytelling



Menschen kaufen von Menschen – und Kund*innen binden sich an echte Geschichten, nicht an fehlerfreie Werbekampagnen. Gutes Storytelling bedeutet, deine Werte, deine Hürden und deine Erfolge so zu teilen, dass sich deine Zielgruppe darin wiederkennt. Wenn du zeigst, warum du tust, was du tust, wie dein Alltag aussieht, welche Hürden oder Erfolge es gibt etc. baust du das wichtigste Fundament im digitalen Raum auf: Vertrauen.

Schritt für Schritt:

1. Ankerpunkt finden: Wähle einen konkreten Schlüsselmoment (z. B. einen Fehler, eine wichtige Erkenntnis oder ein Kund*innen-Feedback).
2. Brücke und Spannungsbogen bauen: Erzähle eine Geschichte von einem Einstieg über etwas Emotionales bis zu etwas Abschließendem.
3. Nutzen verdeutlichen: Schließe die Story mit einem Learning oder einer Lösung ab, das deinen Kund*innen weiterhilft oder .

Wichtige Zutaten:

- Authentizität vor Perfektion: Sprich und schreibe authentisch, keine Floskeln, sondern möglichst klare, lösungsorientierte und zugewandte Sätze.
- Relevanz-Check: Die Story darf kein reines Selbstgespräch sein; sie sollte ein Anknüpfungspunkt für deine Zielgruppe sein.



Exkurs: Redaktionsplan |

Contenttabelle 1/2

Ein erfolgreicher Social Media Auftritt ist kein Zufallsprodukt, sondern das Ergebnis von guter Vorbereitung, Struktur und algorithmusrelevanter Vorgehensweise. Mit einer klaren Content-Tabelle trennst du die Ideenfindung von der Umsetzung. Das nimmt den Druck raus (vor allem, wenn du dann auch noch deinen Content in den Kanälen vorplanst!!) und sorgt dafür, dass du auch in stressigen Phasen kontinuierlich sichtbar bleibst.

1. Trenne Kreativität von Produktion

Schreibe deine Ideen sofort auf, wenn sie kommen und am besten direkt in deine Tabelle (Entwurf siehe Seite . Versuche nicht, am selben Tag eine Idee zu haben, den Text zu schreiben, das Grafikdesign zu erstellen und den Post zu veröffentlichen. Das blockiert dein Gehirn. Plane feste Zeiten ein: Ein Tag für die Ideen, ein Tag für das Schreiben.

2. Integriere feste Content-Kategorien (Säulen)

Diese können z.B. "Serien" zu festen Terminen wie z.B. jeden ersten Mittwoch im Monat sein. Beispiele für solche Serien:

- Expertise / Mehrwert: Tipps, How-To's, Fehlervermeidung.
- Einblicke / Behind the Scenes: Dein Arbeitsalltag, deine Werte, dein Rückblick auf vergangene Termine oder Events.
- Angebot / Verkauf: Wie arbeitet man mit dir? Welches Problem löst dein Service für deine Kund*innen?



Exkurs: Redaktionsplan |

Contenttabelle 2/2

3. Inkludiere Trends, Jahrestage und Multiplikator*innen

Der Tag des Buches, Tag der Pflege, Internationaler Weltfrauentag oder auch der Sommeranfang: alle Jahrestage, Gedenktage, Feiertage in den verschiedenen Bundesländern sowie Aktualitäten kannst und solltest du in deiner Tabelle aufnehmen, sofern sie thematisch für dich passen. Wenn du an diesen Tagen Beiträge nicht nur postest sondern mittels passender Hashtags (Schlagworte), Verlinkungen und Call to Actions proaktiv für Aufmerksamkeit sorgst, machst du alles richtig.

Steh für dich selber ein und zeig der digitalen Welt, was in dir steckt!

Ich möchte dir Mut machen andere (themenrelevante) Accounts zu verlinken bzw. deine Beiträge (sofern sie echten Mehrwert und professionellen Anspruch haben) zu teilen, Menschen zuzusenden und selber dafür zu sorgen, dass sie gesehen und gelesen werden. Warum betone ich das so? Ich erlebe es oft, dass Menschen denken, dass sie nur Input reingeben müssen, sich dann "zurück lehnen" und dann läuft die Sache schon. So funktionieren soziale Medien aber nicht. Sie brauchen deine Proaktivität und das Bedienen des Algorithmus, damit sie Reichweite erzielen und rausstechen.

Beispiel Redaktionsplan

Dies ist eine schematische Ansicht eines Redaktionsplans als Beispiel. Nutze z. B. in Excel, Notion oder Google Sheets. Jede Zeile steht für einen Post, ein Thema bzw. ein Unterthema. In jede Spalte trägst du die erforderlichen Informationen ein plus die Kanäle in denen du es postest. Wenn du dies erledigt hast, kannst du es einfach abhaken.

[illegible]

Reichweite & Community

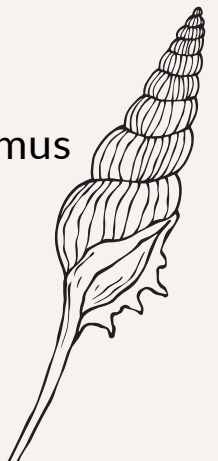
Die Reichweite deiner Kanäle hängt eng mit den kanalspezifischen Algorithmen zusammen. Diese ändern sich immer wieder, worauf wir keinen Einfluß haben. Deine Strategie sollte deshalb aber immer wieder angepasst werden. Merke: Reichweite entsteht NICHT durch möglichst viel Posten, sondern durch berücksichtigen von aktuellen Formaten, Funktionen und Trends.

Beispiel Instagram:

- Das Posten von Beiträgen (Fotos, Grafiken oder Videos/ Reels) alleine reicht nicht. Füge sie regelmäßig in die Story ein (die nach jeweils 24 Stunden verschwindet)
- Beachte aktuelle Formate wie hochkant Grafiken/ Fotos und Bilder-Karussells, aber auch Reels.
- Agiere smart: Natürlich kannst du 3 minutenlange Videos oder Reels posten. Was bringt das aber, wenn die Nutzer*innen diese nicht zuende schauen & “verweilen”. Erstelle lieber kürzere Beiträge, die spannend sind und deren Verweildauer gut ist!

Beispiel LinkedIn:

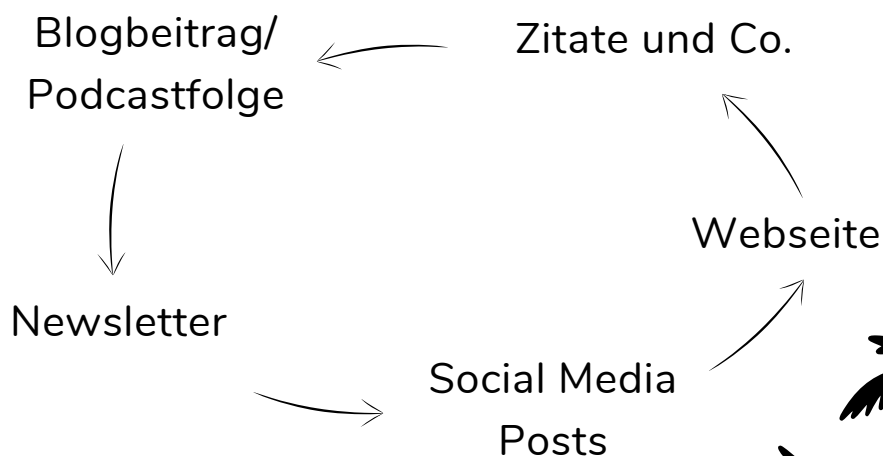
- Weg unpersönlichen News, hin zu echten, menschlichen Einblicken in den Alltag und zu professionellem Austausch.
- Texte brauchen Absätze und Bullet Points um leicht lesbar zu sein.
- LinkedIn misst die sogenannte „Dwell Time“, die Zeit, die Menschen bei dir verweilen. Das signalisiert dem Algorithmus hohe Qualität und Relevanz, wodurch der Beitrag weiter ausgespielt wird.



Content Recycling

Beim Content Recycling nutzt du bereits bestehende Inhalte, bereitest sie strategisch auf und postest sie in noch nicht dafür verwendete Kanälen. Anstatt ständig das Content-Rad neu zu erfinden, optimierst du so deinen Workflow. Beispiele:

1. Vom Blogartikel oder Newsletter zu mehreren LinkedIn-Post: Splitte den Beitrag in mehrere Häppchen und gib ihnen gute Überschriften bzw. starte sie mit einem Neugierde weckenden Hook.
2. Aus einer Podcast-Folge werden diverse Instagram-Grafiken (Bilderkarousell): Du kannst jedes Audio oder Video transkribieren. Nutze die Inhalte für deine Grafiken, Captions oder extrahiere daraus Zitate zur Verwendung.
3. Aus mehrere Blogbeiträge oder Webseiteninhalten kannst du Inhalte für Workshops, Online-Kurse oder auch herunterladbares Lernmaterial kreieren. Was es braucht ist eine klare Struktur, gute Überschriften und zielgruppengerechte Inhalte. Mit Grafiken, deinen Brandingfarben und -schriften bekommt das Ganze dann einen individuellen Touch.



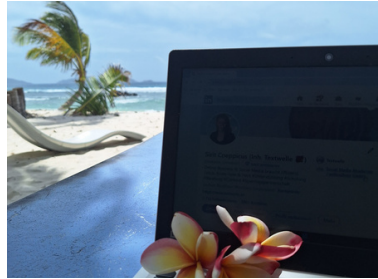
Digitale Balance

Stress? Frust? Hemmschwelle? Sorge? Ich verstehe das. Es gibt drei wesentliche Dinge, die Menschen oft im Weg stehen gelassener mit Social Media umzugehen.



PERFEKTIONISMUS

Soziale Medien sind bearbeitbar. Tippfehler, falsches Format, schlechte Bildqualität kann alles im Nachhinein geändert werden. Ja, manchmal müssen wir Beiträge dann löschen und neu machen. Und manchmal sind Fehler auch nicht schlimm, denn Unperfektes macht dich menschlich!



UNGEDULD

Soziale Medien wollen geübt sein und brauchen Fingerspitzengefühl. Sie brauchen auch Knowhow. Das heißt, wenn du etwas nicht verstehst oder etwas nicht klappt, dann hol dir Hilfe oder schau, wie die anderen es machen. Zur Not legst du das Mobilgerät weg oder schaltest es aus und atmest erst mal tief durch.



PLAN

Soziale Medien sind wie ein leckeres Gericht. Es braucht gute Zutaten, Vorbereitung und gutes Equipment. Überlege dir erst deinen Themenplan und passenden Formate, bündle deine Tätigkeiten und ein grobes (längerfristiges) Konzept. Mach dir einen Plan und "verabrede" dich mit deinen Kanälen für mehr Effizienz und Fokus.

Sei gnädig mit dir!

”

Es geht nicht darum,
was einfach ist.
Es geht darum, was
möglich ist.

(Bethany Hamilton, Soulsurfer)





Mein Angebot “SoMe2026”

Ich möchte dir, liebe Workbook-Leserin, etwas anbieten:

Bis Ende Juli 2026 gebe ich dir
20% Rabatt auf

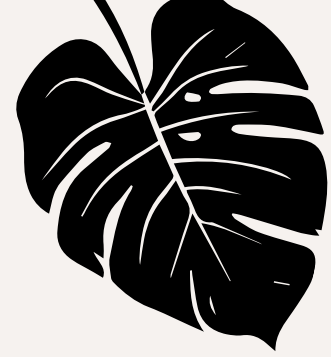
- 1:1 Beratung zu einem speziellen Social Media Kanal
- 1:1 Brainstorming zu deinen Fragen, deiner Strategie für mehr Effizienz in deinem Social Media Alltag
- 1 Monat Unterstützung bei Content Creation oder Social Media Management

Melde dich bei mir per Mail an **redaktion@textwelle** mit dem Betreff “**SoMe2026**” und wir schauen, wann was möglich ist.

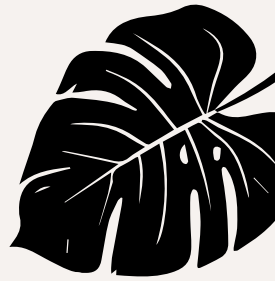
Dann erstelle ich Dir ein passgenaues Angebot und ziehe davon 20% extra und exklusiv nur für dich ab!

Zöger nicht.

Dies ist deine Brücke zu mehr Knowhow, Effizienz, und Professionalität weniger Frust und Stress.



Monatsplaner



MONTAG

DIENSTAG

MITTWOCH

DONNERSTAG

FREITAG

SAMSTAG

Notizen:

Social Media Tätigkeiten – Wochenplaner –

MONTAG

DIENSTAG

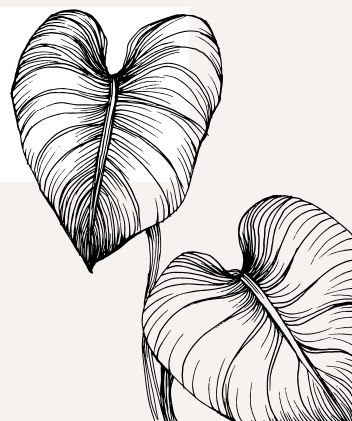
MITTWOCH

DONNERSTAG

FREITAG

SAMSTAG

SUNDAY



Thank you!
Danke!
Merci!
Muchas Gracias!
Mahalo nui loa!

Hat Dir das Workbook gefallen? Dann freue ich mich über eine Rezension bzw. ein Testimonial bei [LinkedIn](#) oder per Mail an redaktion@textwelle.de

Instagram



TEXTWELLE

LinkedIn

