

Transkript der Audiodatei

Nächster Halt: Als Führungskraft auf Social Media

Intro:

Hallo und herzlich willkommen zum Podcast der VDV-Akademie. Der Podcast rund um Weiterbildung und Lernen in der Mobilitätsbranche.

Britta Robels:

Nächster Halt: Als Führungskraft auf Social Media.

Hallo und herzlich willkommen zu unserem Podcast nächster Halt. Ich bin Britta Robels von der VDV-Akademie und zu Gast habe ich heute Anna-Theresa Korbütt. Sie ist Geschäftsführerin vom Hamburger Verkehrsverbunds. Hi Anna, schön, dass du da bist.

Anna-Theresa Korbütt:

Servus, Britta.

Britta Robels:

Wir wollen heute mit dir so ein bisschen darüber sprechen, als Führungskraft auf Social Media, weil du uns aufgefallen bist. Weil du bei LinkedIn und Co. echt immer supercoole und beliebte Beiträge hast und darum freue ich mich, dass wir heute darüber sprechen. Wie würdest du denn dein Profil auf den Social-Media-Kanälen beschreiben?

Anna-Theresa Korbütt:

Ich versuche in meinem Auftritt so ein bisschen ich selbst zu sein. Also ich sage mal, ich bestehe nicht nur aus dem Berufsleben.

Ja, also, ich widme viel Zeit meiner Arbeit, aber auch unheimlich viel Zeit meinem privaten Belangen, Dingen, die mich ärgern oder freuen, was lesen, Familie, etc. und ich versuche da auf LinkedIn ein sehr natürliches, homogenes Bild von meiner Person



abzugeben. Also ich bin jetzt nicht nur die eine oder gehöre nicht zu diesen Personen, die jetzt nur übers Berufliche schreiben und sagen, welchen neuen tollen Artikel sie inner F. A. Z. gelesen haben, den sie dann liken, den man dann meistens nicht öffnen kann, weil da eine Sperre zwischen ist, wenn man es nicht abonniert hat, ja oder die sich von irgendwelchen Sitzungen immer in ihre Selfie Positionen reinschmeißen und sagen: Ich bin jetzt hier in der Sitzung und jener Sitzung, ich hab das Tolles gelesen und wen ich nicht alles gesehen und die Hände geschüttelt habe und so.

Ich sag, das gehört natürlich auf der einen Seite mit dazu, aber auf der anderen Seite ist man ja auch Mensch. Und ich habe bei so vielen Personen, denen ich da followe, weiß gar nicht, was das richtige Wort ist, folge, nehmen wir mal das Deutsche oder beobachte, weiß man bei den Menschen meistens gar nichts und das finde ich dann immer so ein bisschen schwierig, weil das ist dann sehr abstrakt.

Und bei mir ist es immer so, wie es mir gerade ins Hirn kommt. Und wenn ich der Auffassung bin, das ist etwas, was das Netzwerk interessieren kann, oder sei es einfach ein nur ein Problem oder

so ein „Ich muss das jetzt mal kurz loswerden, weil ich hatte gerade ein Call und das hat mich total aufgeregt oder fand ich sehr inspirierend.“

Dann teile ich das und ich sehe da noch sehr stark an den Reaktionen, ob die Leute das interessant fanden oder weniger.

Britta Robels:

Ja, genau, das ist auch das, was ich so ein bisschen beeindruckend finde, nämlich. Man sieht, dass es eine gewisse Spontanität immer bei deinen Beiträgen gibt aus dem Alltag, aus der Situation heraus.

Dann höre ich so ein bisschen raus. So richtig Strategie liegt dann bei dir nicht hinter? Das ist eine gute Mischung aus spontan und authentisch.

Anna-Theresa Korbütt:

Ja, genau. Also, ich hab mir das,...ja, wie fing das denn bei mir an...

Ich war ja eigentlich LinkedIn-still.

Ich hatte das einfach, weil das hat man.

Das gehört zur dazu. Vorher hatte man Xing. Dann ist Xing am Sterben, dann nimmt man halt LinkedIn und dann hört man sich das alles an.

Facebook ist ja was für die jüngere Generation. Also irgendwo muss man das ja dann hin verlegen.

Und ich habe damit jetzt eigentlich aktiv angefangen, als ich beim HVV angefangen habe im April.

Ja, ich habe gesagt, ich habe da eine sehr öffentlichkeitswirksame Position, bin auf vielen Gremien und als Speakerin unterwegs und habe mir dann überlegt: Gut, dann schauen wir mal, ob das bei dir auch so gut funktioniert, wie bei anderen.

Einfach so aus der Neugierde heraus, ne, und interessanterweise zieht das dann.

Also ja ich, mein Mann sagt immer „Zieht eh nur dran, weil du groß und blond bist und dann machst du ein

hübsches Foto und das sind meistens alles nur Männer.“

Ist eine These. Das kann sogar stimmen. Ich weiß es nicht. Kann man ja auch mal analysieren. So viel Zeit habe ich gar nicht dafür.

Und ich habe mir am Anfang da diese ganze Content-Makes-Strategien da durchgelesen. Das ist ja voll davon. Da kannst du ja sogar Kurse buchen bei irgendwelchen Leuten, die 100.000 Follower haben. Kannst du dich da rein reklamieren und dann erzählen die dir was zu deiner Content-Strategie. Aus meiner Sicht alles Blödsinn. Ich habe auch gar nicht Zeit. Also, ich habe nicht die Zeit, mich echt hinzusetzen und mir einen Plan zu machen, wann ich was poste.

Weiß ja nicht, wie das so in eurem Alltag ist, aber ich mache das so nebenher.

Entweder weil ich grad am Klo häng oder weil ich in einer Sitzung bin, die fürchterlich langweilig ist, ich aber dabei sein muss. Oder weil ich wirklich spontan gerade auf dem Weg bin, meine Kinder aus dem Kindergarten abzuholen und hau dann mal irgendeinen raus.

Also ich habe gar nicht die Zeit und Muße, mich dahin zu setzen und mir dann lang und breit über meine Zielgruppe Gedanken zu machen, sondern ich geh da spontan ran. Ich greif die Themen auf, die mich gerade befassen. Und ich muss zugeben, dass ich damit zu 80 Prozent irgendein Nerv treffe, weil bei mir so mittlerweile ist, so die Messlatte, meine persönliche. Ich habe jetzt 4000 Follower geknackt. Das ist total wenig, ne, aber es ist mir wurscht. Ich habe sie.

Ich habe mit 1200 angefangen beim hvv im April und habe meine vier.

Und hab dann irgendwann mal gesagt, vielleicht schaffe ich mir irgendwann zehn, aber so außer Spontanität heraus.

Meine Messlatte sind so 100 Likes pro Statement, wenn die schaffe, dann sage ich, irgendeinen Teil habe ich angesprochen, weil es ist von der Resonanz relativ viel. Und wenn ich die 100 nicht geknackt habe, dann nervt es mich. So und ich hab da wirklich Posts. Das müsst ihr euch anschauen zwischen 500 Likes bis 10. Und interessanterweise sind die, die dann die 10 haben, die, wo ich mir Gedanken gemacht hat, dass das meine Zielgruppe vielleicht geil finden würde, weil das ein total gesellschaftlich relevantes Thema ist, also bei mir Funktionieren diese gesellschaftlichen Themen überhaupt nicht. Also insofern habe ich sein gelassen.

Britta Robels:

Das ist natürlich echt interessant. Das bedeutet auf seinem Computer gibt es keine Excel-Liste mit den Namen „Redaktionsplan Anna“?

Anna-Theresa Korbütt:

Nee, gar nicht. Das Einzige, worauf ich achte, dass ich diese Zeitslots schaffe. Also ich poste nichts nach 16 Uhr, weil ich da gelernt habe, dass Obwohl ganz ehrlich, ich habe gelernt da lesen es ganz wenige, ich habe gedacht, dass man nach der Arbeit auf LinkedIn ist. Ein großer Fehler. Anscheinend sind alle Leute während ihrer Arbeitszeit auf diesen Portalen unterwegs. Ich lasse jetzt mal jegliche Anmutung, was das bedeutet, mal außen vor. Bestimmt nur so die Abwechslung oder die obligatorische Raucherpause. Rauchen ist nicht mehr cool, also verbringt man die Zeit woanders. Das ist das Einzige, worauf ich schau. Alles andere ist einfach frei raus.

Britta Robels:

LinkedIn ist ja auch offiziell berufliches

Portal. Von daher ist es vielleicht auch in Ordnung das vor 16 Uhr zu machen.

Anna-Theresa Korbütt:

Ja, obwohl ich finde, LinkedIn wechselt auch langsam. Also das ist für mich eine Hybrid-Mischung mittlerweile zwischen Instagram und einem rein beruflichen Portal.

Es ist so dieser ganz schmale Grat, so dazwischen. Ich find das sehr charmant, bin gespannt, wie LinkedIn das strategisch weiterentwickelt.

Britta Robels:

Ja, aber vielleicht passt gerade dein Profil so super da rein und erlebt gerade so ein Boom, sage ich mal, aber du hattest eben schon angesprochen, wenn ich jetzt mal so ein bisschen Richtung Netzwerk und Zielgruppe schiele, du hast dir vorher im Logistikbereich gearbeitet und sagtest erst seit April bist du so richtig aktiv auf Social Media?

Meinst du, die Zielgruppe vorher im Bereich wäre da nicht so affin gewesen? Oder wie kommt es, dass er das auch mit der Branche so ein Wechsel daher kam?

Anna-Theresa Korbütt:

Ich glaube, das hängt ganz stark miteinander zusammen. Das sind wirklich mehrere Faktoren. Also einerseits, wer bist du denn so, als Mensch und als Type. Sehr viel hat auch das Thema ... Da bin ich ganz, ganz ehrlich. Das kann mir keiner erzählen, was du willst „Frau sein“. Das spielt auch eine große Rolle, ja, und du kannst als Frau im Moment das Thema „berufstätige Mutter“ auch ganz wunderbar spielen.

Für mich ist das vollkommen normal. Aber ich merke immer, wenn irgendwas im Zusammenhang mit Kindern kommt.

Das sind übrigens die meisten Likes, die ich hab, also, wenn man so drauf schaut, alles, was ein Bezug zu Kindern hat.

Das Thema Logistik, in dem ich mich vorher bewegt habe, ist ein sehr trockenes Thema. Darüber können die wenigsten Leute mitreden. Also ich merke, dass es sehr wichtig ist. Also entweder du bist wahnsinnig berühmt, dann kannst du auch über Logistik sprechen, siehe Frau Nikutta. Ja, also, die hat da einen sehr hohen Stellenwert und redet am Ende des Tages über Schienengüterverkehr. Die wenigsten wissen, wie das Ding überhaupt auf der Schiene funktioniert.

Das hat aber was mit ihrer Position zu tun und dass sie das ganze Thema in ein neues Kleid und Sexiness verwandelt, was bei ihr sehr, sehr gut funktioniert und sie auch ein sehr breites Netzwerk hat, was zusammenzubringen und ihre persönliche Stärke als Person auch nutzt, um dieses Produkt nach vorne zu bringen.

Wenn du aber jetzt nicht so eine High-ranked-person bist, also nicht so ein VIP bist, dann brauchst du ein Branchenumfeld, wo viele Leute mitreden können. Und einerseits Fußball oder auf der anderen Seite gehört Personennahverkehr oder Fernverkehr, ÖPNV, also städtischer Verkehr dazu.

Also ich meine jeder da draußen weiß besser, wie Bus zu fahren hat, wie eine U-Bahn zu fahren hat. Jeder hat eine Meinung zum Ticket. Es ist alles zu teuer. Es ist alles schlecht. Es sind alles Desinformationen. Es ist alles unpünktlich. Es ist alles dreckig und jeder hat seine persönlichen Erfahrungen.

Vielmehr hat auch jeder eine Meinung, wie es besser geht. Also ich lade dann immer jeden sehr herzlich ein. Das sage

ich jetzt ganz offen: Ihr könnt gerne mal mit mir ein paar Tage beim HVV mitmachen und dann könnt ihr all eure Ideen mal loswerden und dann schauen wir mal.

Und das ist dann so diese Mischung. Und wenn du dich daran exzentrisch oder offen zeigst und einfach sagst, woran arbeite ich oder was mache ich? Musste ja damit rechnen, dass du dann positive, er aber auch Shitstorm natürlich bekommst. Du bist dann auch mal so ein bisschen so der Puffer von den schlechten Erlebnissen, die die Kunden hatten. Das ist auch vollkommen in Ordnung. Aber du brauchst eine Branche, über die gesprochen wird, über die eine breite Masse an Menschen sprechen kann, wo sich auch viele, egal ob Männchen oder Weibchen oder eines anderen Geschlechts, sich damit identifizieren können. So und vieles engt dann ein. Also insofern merke ich jetzt auch mit dem Hamburger Verkehrsverbund, dadurch, dass ich da auch sehr öffentlichkeitswirksam unterwegs bin, mit der Firma, mit den Themen, dass dann natürlich auch sehr viel Resonanz dazukommt.

Britta Robels:

Wir hatten auch im Vorfeld darüber gesprochen, dass es ja auch nicht immer nur auf mein eigenes Social-Media-Profil ankommt, sondern auch auf die Zielgruppe und mein Netzwerk. Wie sieht es denn bei dir so aus? Jetzt sagtest du eben schon viele, vor allem so Kund*innen wollen dann vielleicht irgendwie ihren Frust loslassen. Aber wie sieht noch dein Netzwerk sonst aus? Was für Rückmeldung bekommst du?

Anna-Theresa Korbitt:

Also ich habe einen, man kann das ja so sehen, also aus was für Branchen und

auch was für Jobposition so nen Netzwerk zusammensetzt bei einem selber.

Und ich habe ein Netzwerk aus sehr vielen beruflich Gleichgesinnten. So würde ich es jetzt mal formulieren. Also sind auch sehr viel Geschäftsführer mit dabei und Bereichsleiter, ehemalige Mitarbeiter und Interessierte, sehr viele mobilitätsinteressierte Leute und was ich z. B. sehr stark merke, dass diese Personen sehr gerne fachliche oder persönliche Sachen kommentieren oder sich damit befassen oder sich das anschauen.

Aber wenn du z. B. auf ein politisches Thema gehst. Nehmen wir mal hier Corona. Ja, also da gibt's ja, das ist ganz interessant, da gibt es ja dann Posts, irgendeiner ist pro oder gegen irgendetwas. Nehmen wir mal Impfen, für oder gegen impfen. Dann hast du dadrunter 600, 700 Kommentare jeglichen Wordings.

Also von positiv bis massiver, massive Wordverletzungen, wie ich es mal kommentieren würde.

Also es geht massiv viral. So, und ich habe dann im Rahmen sehr neutral als Beispiel dann auch, als herauskam, dass, ich lebe noch in Österreich, dass Österreich, das erste europäische Land sein wird, was die Impfpflicht einführt, das z. B. dann auch gepostet.

Und keiner hat's kommentiert, geschweige denn geliked.

Ich habe den Post später rausgenommen. Aber es ist ganz interessant, weil natürlich, jeder befasst sich mit dem Thema, aber du merkst, du kommst ein gewisse Zielgruppen, wo die Leute sich mit ihren privaten Äußerungen aufgrund auch ihrer eigenen, vermute ich mal Jobs und ihrer eigenen Position dann zurückhalten.

Weil sie natürlich sagen, das geht viral

und wenn ich jetzt meine Meinung als Geschäftsführer oder als weiß ich nicht, was da kundtue, dann kann das für mich einen negativen Effekt haben.

So, und das ist ganz interessant, das zu beobachten, dass halt gewisse Themen in meinem Netzwerk überhaupt nicht funktionieren, also in meinen Followern, versus das bei anderen total der Boom ist.

Deshalb sage ich ja, das ist mit diesem Content immer so eine Sache.

Ich hatte auch mal so ein Charity-Video geteilt. Das ist kam auch überhaupt nicht, wo ich dabei gedacht hätte, das muss ja mega sein.

Wir sind ja alle dafür, dass man Kindern hilft. SOS-Kinderdorf und Co. geht bei mir gar nicht, geht bei zig anderen total gut. Es hängt dann wirklich damit zusammen, was du dir für Leute reingenommen hast ins Netzwerk. Und darauf musste das dann auch zuschneiden, und ich finde das Schwierige dabei aber ist, trotzdem für Abwechslung zu sorgen.

Man mag es ja auch nicht immer über die gleichen drei Blumen erzählen, zum 7. Mal erzählen, dass du deinen Videocall draußen machst, weil es dich nervt daheim zu hocken.

Ne also, man kann es ja nicht immer wiederholen. Und dann ist es für mich immer schwierig zu entscheiden, was davon kann denn interessant sein für andere Leute. Für mich ist das ja alles selbstverständlich.

Mein Problem ist, ich sehe in dem ja keinen besonderen Anlass. Ich empfinde das nicht als etwas Besonderes. Ich mache es einfach.

Und meine eigene Hürde besteht immer darin, wenn ich etwas poste, dann tue ich ja so, als ob das etwas Besonderes wäre. Wisst ihr was ich meine?

Und dann fühle ich mich schon schlecht,

weil ich sage ja, eigentlich für mich nicht.

Aber ich kriege die Resonanz: Boah, cool, ey, total außergewöhnlich und sind ja nicht nur die Likes, sondern auch diese Directmessages dann direkt, ne.

Und dann schreiben mir ganz viele Leute zu irgendeinem Post und dann habe ich 7, 8 Inmails drin, die mir dann irgendwas erzählen dazu, weil sie es wichtig finden.

Und das ist ja so das Interessante.

Also für mich ist Content das Herausstellen aus meiner Lebensweise, was ich glaube, was es wert wäre, es zu teilen.

Was mein Netzwerk, was sich aus bestimmten Personen dann zusammensetzt auch noch interessieren könnte.

Eh sorry, das ist ja schon fast geballte Mathematik. Und das ist ... deshalb habe ich gesagt, ich mach das spontan, weil wenn ich jetzt noch darüber anfangen würde nachzudenken. Da kommt Scheiße raus. Dann kommt gar nichts mehr raus. Dann höre ich auf, weil ich dann immer so denke: Alles nicht relevant.

Britta Robels:

Apropos Mathematik! Du sagtest eben, du hast 1000 Follower. Habe ich das richtig verstanden?

Anna-Theresa Korbütt:

4! 4.000.

Britta Robels:

4.000 Follower! Wie viele von den Followern kennst du persönlich, würdest du schätzen?

Anna-Theresa Korbütt:

Persönlich?

Britta Robels:

Ist das alles eher so im digitalen,

anonymen Rahmen oder sind da auch schon echte Kontakte rausgekommen?

Anna-Theresa Korbütt:

Also ich sag mal unter 1000.

Mit denen hatte ich irgendwann in meinem Leben zu tun.

Was ja auch nicht heißt, zwingend kennen, sondern mal gesehen haben oder man war auf der gleichen Veranstaltung, hat mal ein Weinchen zusammen getrunken oder so. Das schon.

Es sind aber auch aus diesen Kontakten, aus dieser anonym digitalen Welt doch wirklich sehr gute Kontakte entstanden. Also wirklich Menschen, das glaubt man gar nicht, die man getroffen hat.

Also ist schon fast Blind Dating.

Also wirklich Leute, die einen dann angeschrieben haben. Man ist ins Gespräch gekommen und ich habe von denen, ich bin ja bei sowas sehr zurückhaltend nicht, mag das ja nicht so fremde Leute zu treffen und so.

Das kann ich nicht, verkraftet mein inneres Chi net so gut. Aber ich habe daraus wirklich drei Leute persönlich mal getroffen. Und da ist jetzt wirklich z. B. so bei einer Person, die habe ich dann auch auf meinem privaten WhatsApp drauf. Man schreibt sich dann so an zwei, dreimal die Woche und ein Austausch.

Und das ist so ganz interessant.

Durch einen anderen Kontakt bin ich dann in eine andere Gremien und Verbände dann reingerutscht, die mir dann geholfen haben Kontakt aufzunehmen. Und ich habe jetzt gelernt auch in der Zeit, wie man dieses Netzwerk für sich so aufmachen kann zu sagen: Hey, lass mich doch mal rein. Wir kommen mal ins Gespräch. Ich habe alleine für die nächsten zwei Wochen jetzt vier Videocalls mit Personen, die ich nicht kenne, aber die mich über

LinkedIn angeschrieben haben, wo ich gesagt habe: Hey, lass doch mal reden.

Ich habe auch mal ein junges Mädel gehabt. Die hat sich bei mir gemeldet und sagt sie würde sich total freuen, wenn ich mal eine Stunde mit ihr ein Coaching Gespräch führen könnte. Ich kenne das Mädchen nicht. Und da habe ich gesagt: Ja, warum nicht? Ich finde sowas total wichtig. Und sie hat mir dann ganz viele Fragen gestellt, wie ich meinen beruflichen Werdegang gemacht habe, wie ist das mit den Kindern gemacht habe und auch das ganze Thema Familienplanung stand bei ihr an. Und das Wichtige auch zu sagen, macht es Sinn, sich dann jetzt beruflich zu verändern oder nicht. Also auch nie wieder was von gehört und ihr hat das wohl sehr geholfen, hat sie mir das Feedback gegeben und so. Es ist so alles so dazwischen, zwischen beruflichen Kontakten, weil sie mir etwas verkaufen wollen bis hin zu wirklich persönlichen Kontakten, weil es einfach angenehm ist, da noch mal so Gleichgesinnte zu finden. Ich finde das sehr spannend, und ich mache das auch gerne.

Britta Robels:

Sehr schön. Also es hört sich so an, als ob aus dieser digitalen Followerschaft auch für dich, echt viele fruchtbare Kontakte entstanden sind, die auch im echten Leben dich weiterbringen. Ich würde noch super gerne von dir wissen, auch vielleicht für unsere Hörer*innen, deine Top 3 Learnings der letzten, es ist ja gar nicht so lange her, aber so zehn Monate Social Media. Was würdest Du da mitgeben, wenn jemand sagt, ich bin auch eine Führungskraft oder auch einfach Mitarbeiter im ÖPNV und ich würde jetzt auch gerne mein Social Media Profil bisschen aufbauen. Was würdest du denen als Learnings mitgeben, was du die letzten Monate mitgenommen hast?

Anna-Theresa Korbütt:

Auf jeden Fall: Öffnet euch privat! Und privat heißt, sie müssen nicht wissen, wo ihr wohnt und Telefonnummern nicht haben, aber zeigt den Menschen, dass ihr echte Menschen seid.

Es muss nicht immer das schönste Bild sein und nicht immer irgendwie bearbeitet und wir haben dann alle unsere Beauty-Apps und sind dann besonders schön an dem Tag.

Es muss auch nicht immer zwingend einen beruflichen Kontext haben.

Es reicht ein Bild beim Joggen, beim Rausgehen. Irgendetwas. Habe ich auch, einfach mal rausgehen, einfach mal aufhören. Sodass die Leute einfach sehen, dass ihr nahbar seid.

Und das zweite ist, sich nicht unter Druck zu setzen. Dieses „Ich muss jetzt zwei, dreimal die Woche und jeden zweiten Tag was posten.“

Wenn ich das nicht mache, dann verliere ich das. Ne? Das ist ja das, was einem so eingetrichtert wird.

Das ist auch so diese Instagramlogik. Ne also, wenn du dann nicht jeden Tag mit irgendetwas reinkommst und ja musst einen Film drehen und dies oder jenes. Boa, da bist du ja nur gestresst.

Und ich erlebe das umso gestresster du wirst umso weniger kommt was raus. Also nehmt es mit. Ich habe manchmal zwei Wochen da poste ich gar nichts und dann habe ich in einer Woche jeden Tag was zu erzählen, weil es einfach ist: Habe ich was zu erzählen, habe ich meinen Kopf dafür frei.

Und das Dritte ist: Interagiert mit den Leuten, wenn sie euch schreiben.

Geht das wirklich mal ein. Ihr merkt sehr schnell, will der dich angraben, will der dir was verkaufen, ist der wirklich an dir interessiert, hat er vielleicht eine Idee und schaut immer Interaktion,

wenn ihr das vom Typ her seid.
Ich mache das gerne und dadurch und diese virtuelle Welt macht es einem durch Videocall es auch einfacher, sich mal 15, 20 Minuten mit jemandem auch mal zusammen zu telefonieren. Und das hilft.

Britta Robels:

Sehr cool! Vielen, vielen Dank für deine Tipps. Ich fand es super schön, dass du da warst, hat mir richtig Spaß gemacht, mit dir zu schnacken. Möchtest du noch was loswerden, sowas wie „Follow me on LinkedIn für meine 10.000“. (lacht)

Anna-Theresa Korbütt:

(lacht) Ihr habt es alle gehört. Ihr dürft mal vorbeikommen und mir Tipps schicken, was ich besser machen kann.

Das ist immer das, was ich, wo ich immer gerne lerne und zuhöre, wenn jemand eine Idee hat. Highly welcome! Ansonsten freue ich mich über jeden Kontakt, der dazu kommt. Auch persönlich, der mit mir schreibt, der mit mir quatscht.

Britta Robels:

Super. Also liebe Hörer*innen auf zu Anna-Theresa Korbütt, LinkedIn z. B. Und dann sage ich vielen Dank, dass du da warst. Hab noch einen wunderschönen Tag und auf bald.

Anna-Theresa Korbütt:

Auf bald. Danke euch!

Outro:

Bei Fragen und Anmerkungen sind wir unter Podcast@vdv-akademie.de erreichbar.