

# tourismus.digital.kompakt. 2.0

Aktuelles aus der Online-Welt  
für Bündner Gastgebende

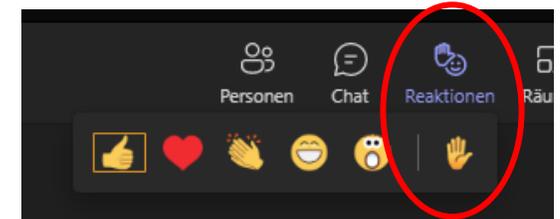
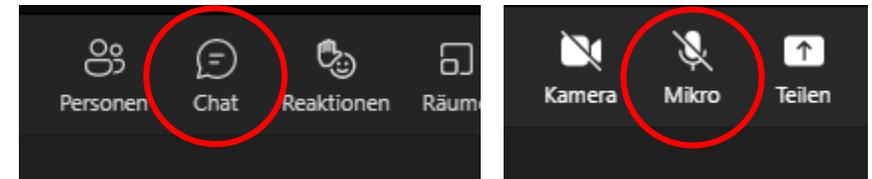
Mittwoch,  
9. November 2022



# Ablauf

- Fragen bitte via Kommentar oder mündlich (Hand heben)
- Mundart ok oder Schriftsprache?
- Webinar wird aufgezeichnet
- Handouts im Anschluss (Aufzeichnung, Präsentation)
- Smartphone bereit halten

## Teams Desktop App



## Teams im Browser



# Themen

Bereich	Thema
Wrap-Up Webinar 1.0	Die wichtigsten Take-Outs
Neues aus dem Bündler Tourismus	Rückblick Sommer & Ausblick Winter
Neuerungen aus der digitalen Welt	Digital Hacks
	DKIM
Aktuelles von den Shared Services	RoomPriceGenie
	Datenschutzpartner.ch
	Digitale Gästemappe
Aktuelles von Graubünden Ferien	Gendergerechte Sprache
	TikTok
Fragen	

# Referentinnen und Referenten



**Martin Vincenz**  
CEO



**Kerstin Sigron**  
Direktorin Shared Services



**Fabio Gfeller**  
Senior Manager  
Service-Entwicklung & IT



**Tatjana Marti**  
Managerin Marketing  
Services, Key Account &  
Events



**Ramona Caflisch**  
Managerin Marketing  
Services & Support

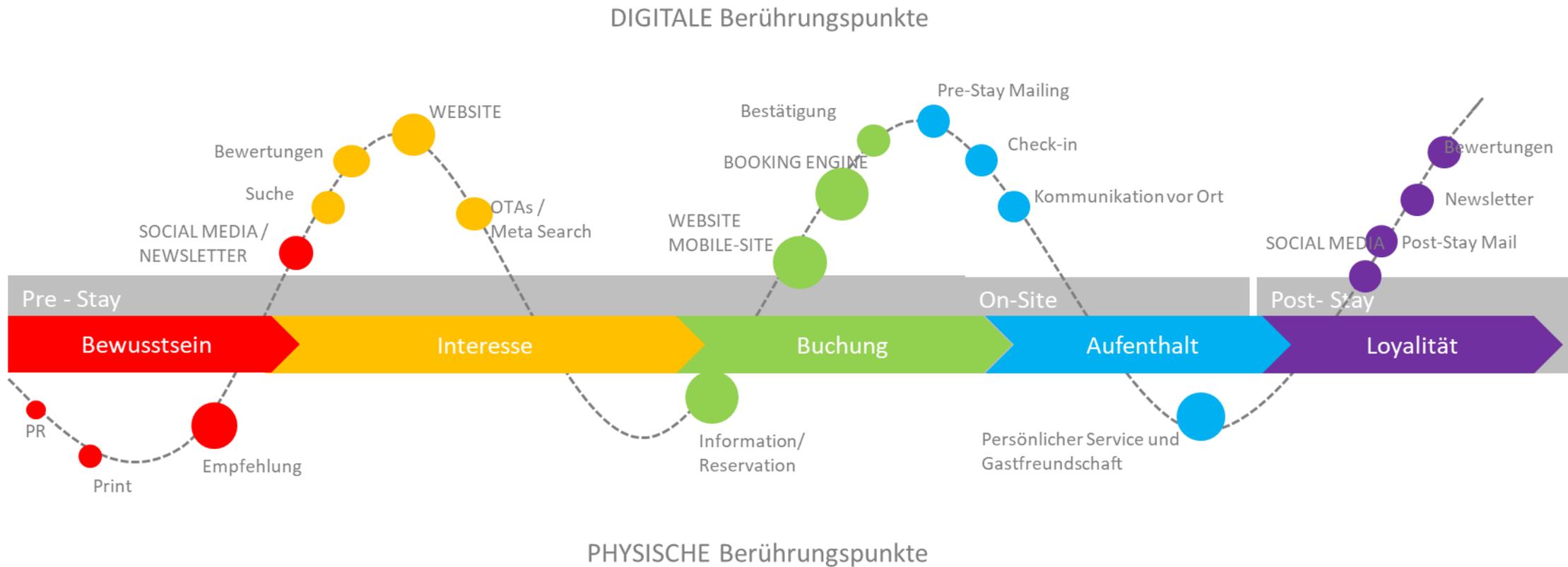


**Nadja Cantieni**  
Senior Managerin  
Redaktion

# Wrap-Up Webinar 1.0

Die wichtigsten Take-outs

# Customer Journey als wichtige Grundlage



### Google Trends

- Nach was wird gesucht?
  - Diese Begriffe nutzen für eigene Kommunikation
- <https://trends.google.ch>

Google

Q |

### Google Business Profile

- Pflegen
  - Aktuell halten
  - Gästebewertungen fördern
- <https://www.google.com/business>

### Google Maps

- Eigene POIs korrekt inkl. Anfahrt?
  - Wenn nicht: anpassen (lassen)
- <https://maps.google.ch/>

# Aktivierung der Gäste & Aktualität entscheidend



**Kommunikation:**  
Inspiration, Interesse,  
Information, Interaktion  
fördern



**Aktualität = Qualität**  
Content (Bild, Text, Video, ...)  
Verfügbarkeiten (mind. 12 Monate)  
Events, News

# Neuigkeiten aus dem Bündner Tourismus

Rückblick und Ausblick

<https://youtu.be/uke9xjeh7A0>

# Aktuelle Einschätzung

- Der Bündner Tourismus ist resilient. Die Qualität stimmt.
- Die Schweizer Werte Sicherheit und Verlässlichkeit sind in Krisen umso bedeutender.
- Wir bleiben abhängig von den aktuellen Herausforderungen und deren Auswirkungen auf den Tourismus.
- Prognosen schwierig (KOF): kurzfristig eher erfreuliche Entwicklung, mittelfristig eher Stagnation.
- GRF fördert «Mehr Gäste für einen qualitativen Tourismus», das geht nur gemeinsam mit unseren Partnern.
- Wichtig für alle: am Ball bleiben.

An aerial photograph of a winding river in a desert landscape. The river is a dark brown color, contrasting with the light tan and beige sand dunes and rocky terrain. The river flows from the bottom left towards the top right, with several sharp turns. On the right side of the image, there is a large, white, stylized graphic element that resembles a partial circle or a thick, curved line. The overall scene is arid and desolate.

2

# Neuerungen aus der digitalen Welt

# Digital Hacks

# Digital Hacks



RATGEBER DIGITAL HACKS

## Hesch gwüsst...? – die Digital-Hacks-Serie des Shared-Services-Teams

Gestalten

SEO /  
Keywords

Social  
Media

Texte

Website

<https://www.graubuenden.ch/de/shared-services/digital-hacks>

# Wortliga Textanalyse

- Lesbarkeit
- Sprachmelodie
- Lesezeit
- Anzahl Wörter, Zeichen, Buchstaben
- Durchschnittliche Satzlänge
- Checkliste Textinhalt

<https://wortliga.de/textanalyse/>

## Textanalyse Premium

- ✓ Keine Wartepausen
- ✓ Jederzeit kündbar
- ✓ Prüfe Grammatik, Rechtschreibfehler und Zeichensetzung (Beta)
- ✓ Empfohlen vom Deutschen Bildungsserver

[i Mehr erfahren](#)

Modus:



Werkzeuge:



[Textanalyse-Schulung](#)

[Texter-Kurs mit Zertifikat](#)

[Besser schreiben lernen](#)

[Tipps für freie Texter](#)

[Glossar zu guten Texten](#)

© 2022 Wortliga.de

[Impressum](#), [Datenschutz](#)

🔍 Textanalyse Premium [🌐 Hilfe](#) [➔ Login](#)

Die **rasante, digitale** Entwicklung hat unsere Branche radikal **verändert** und **wird** dies **auch** weiterhin tun. **Sowohl als Destination wie auch als Leistungserbringende** gilt es, am Ball zu bleiben, den Trends zu folgen, Wissen aufzubauen und dieses in die Praxis umzusetzen. Der hohe **zeitliche** und **finanzielle** Aufwand geht zulasten Ihrer Kernkompetenzen. Gemeinsam verfolgen wir das Ziel, Kundschaft zu gewinnen und zu binden.

+++ Neu: Unsere **kostenlose** Schulung zur **WORTLIGA Textanalyse** findest Du links in der Navigation +++

Die **WORTLIGA Textanalyse** prüft Deinen Text auf **Verständlichkeit**, **Prägnanz**, **anregende Sprache** und **Wortwiederholungen** in der **Sprache**. Als Maßstab verwendet das **Tool** die Grundlagen des Hamburger **Verständlichkeitsmodells**. Zum Beispiel **Passiv-Formulierungen**: Hier **wird** nichts **ausgelassen**. **DAS Tool** hilft, ersetzt **allerdings** nicht das Vier-Augen-Prinzip, z.B. den Blick eines **erfahrenen Redakteurs**. **Man** hat es damit **leichter**, **Texte** zu verbessern und zu kürzen.

Gib hier **Deinen Text** ein und lass ihn von der **WORTLIGA Textanalyse** auf **Lesbarkeit** prüfen, indem sie **mögliche** Schwachstellen markiert, **die** **Deinen Nutzern** das Lesen schwerer machen und **Dir Vorschläge** für Verbesserungen gibt – das hilft **Textern** und **Redakteuren** beim **Optimieren** von **Texten**.

💡 **7 Tipps** für bessere Texte mit der **Textanalyse**:

- ✓ Folge nicht stur allen **Tipps** der **Textanalyse**. Hör auf **Dein** Gefühl.
- ✓ Frage Dich bei jeder **Meldung**, ob Du **Deinen** Text verbesserst, wenn Du sie befolgst.
- ✓ Zeigt die **Textanalyse** "Schwer" an, kann das **auch** am **schweren** Thema liegen. Lass Dich von den **Meldungen** zum Kürzen inspirieren.
- ✓ Benutze den Ampelmodus (links), wenn Du nicht weißt, wo Du anfangen sollst.
- ✓ Bringe **Ordnung** in **Deinen Text**; ein Gedanke nach dem anderen.
- ✓ Ausgewogene **Texte** lesen sich angenehm. Wechsle **kurze** und längere Sätze ab. Der Punkt "Sprachmelodie" hilft Dir **dabei**.
- ✓ **Kurze** Wörter sind **immer** besser als lange.

**WORTLIGA**<sup>®</sup>  
Textanalyse

1 Lesbarkeit

Mittel 63



1 Sprachmelodie

Ausgewogen

Lesezeit: 00:01:17  
Wörter: 280  
Sätze: 25  
Ø-Satzlängen: 11.2  
Buchstaben: 1573  
Zeichen: 1921  
Absätze: 12

[Weniger anzeigen](#)

1 Checklist:

- ✓ Wunderbar, wir finden keine Zeitform Perfekt.
- ✓ Toll, Du benutzt keine Phrasen.

📌 lange Sätze	2
📌 komplexe Wörter	2
📌 Formatierungsfehler	1
📌 Passiv	2
📌 Unpersönliche Sprache	1
📌 Modalverben	1
📌 Abkürzungen	1
📌 Füllwörter	6
📌 Adjektive	12
📌 Nominalstil	10

[Weniger anzeigen](#)

# Dr. Link Check

→ regelmässig nicht funktionierende Links auf Website prüfen und überarbeiten

- Kostenlos (bis max. 1'500 Links)
- Danach individuelle kostenpflichtige Packages (monatlich oder jährlich)
- Erkennt fehlerhafte Verlinkungen, Bilder, PDF's
- Check kann wiederholend durchgeführt werden

<https://www.drlinkcheck.com/de>

**Überblick**  
Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse des Checks.

Alle Links 21,033

Probleme

- Alle Probleme 1,054
- Nicht funktionierend 1,054
- Unsicher 0
- Soft Errors
- Ausgehend 8,507
- Neu 231
- Nicht unterstützt 474
- Blockiert 102

Projekt [redacted]

Check gestartet 2. August 2022, 07:58:39

Check beendet 2. August 2022, 09:18:52 (1 Stunde, 20 Minuten, 13 Sekunden)

Check neu starten Projekteinstellungen Projekt löschen Projekt anlegen

Links gesamt	21,033	Links mit Problemen	1,054 ▼ -2%	Neue Links	231
--------------	--------	---------------------	-------------	------------	-----

Probleme

404 Nicht gefunden	729
5xx Server-Fehler	234
Server nicht gefunden	48
403 Zugriff verweigert	20
Zeitüberschreitung	10
SSL-Fehler	6
401 Nicht autorisiert	6
Verbindungsfehler	1

Arten von Links

<a href>	9,568
<img src>	4,752
<script src>	4,337
Social Meta-Tag	1,384
<frame src>	70
CSS url()	16
Start-URL	1
<link rel=stylesheet>	1
Sonstige	904

Top-Hosts

[redacted]	11,234
[redacted]	4,315
[redacted]	1,126
[redacted]	943
[redacted]	791
[redacted]	115
[redacted]	98
[redacted]	70
[redacted]	37
[redacted]	30

URL-Schemas

https	19,524
http	604
tel	474
mailto	428
data	3

Weitergeleitete Links

Permanente HTTP-Weiterleitung	1,614
Temporäre HTTP-Weiterleitung	107
Meta Refresh-Weiterleitung	5
JavaScript-Weiterleitung	4

Dofollow/Nofollow

Dofollow	19,285
Nofollow	1,748

# Dr. Link Check

- Fehlerhafte Verlinkungen

404 Not found <https://www.██████████.node/1075> <a href> Noindex  
Verlinkt von: <https://www.██████████.kulinarik-wein/restaurants-bars-cafes> und 3 weiteren

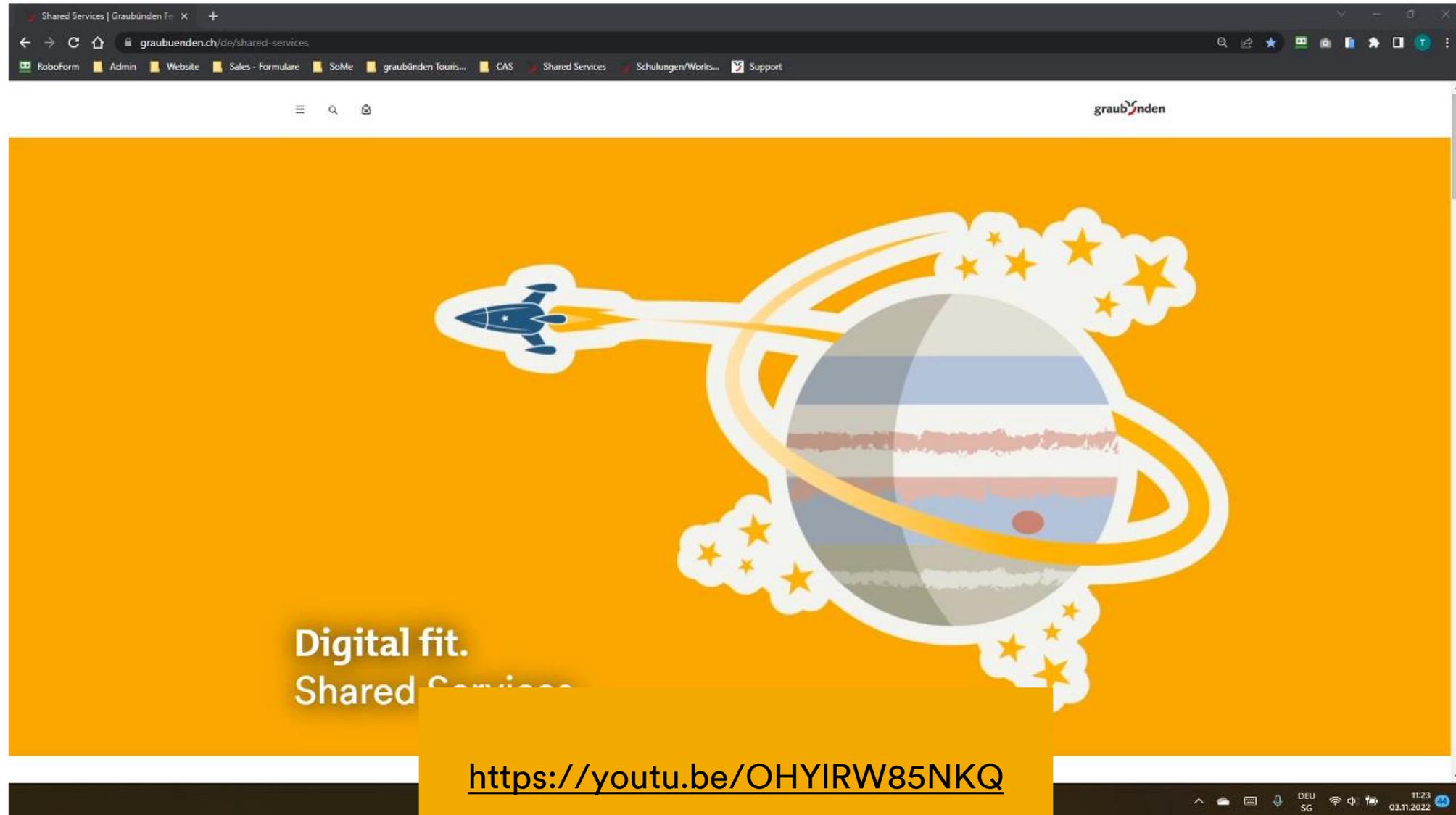
- Fehlerhafte Bilder

404 Not found <https://www.██████████.jpg> <img src> Noindex  
Verlinkt von: <https://www.██████████> und 3 weiteren

- Fehlerhafte PDF's

404 Not found [https://www.██████████.files/2017\\_architektonische\\_highlights\\_██████████.pdf](https://www.██████████.files/2017_architektonische_highlights_██████████.pdf) <a href>  
Verlinkt von: <https://www.██████████>

# Mobile Simulator (Google Chrome)



<https://youtu.be/OHYIRW85NKQ>

# Mobile Simulator (Google Chrome)

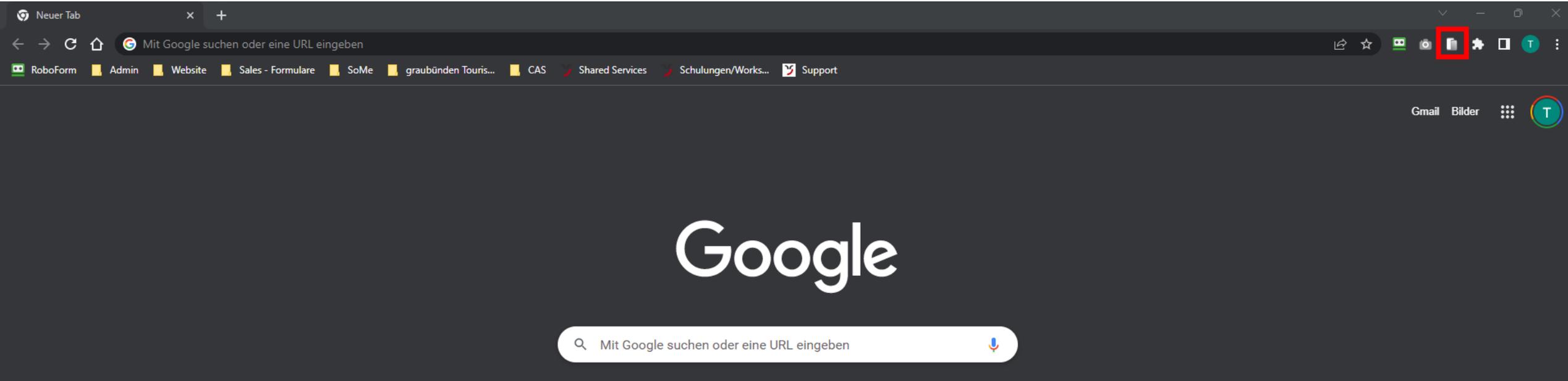


Mobile simulator - responsive testing tool

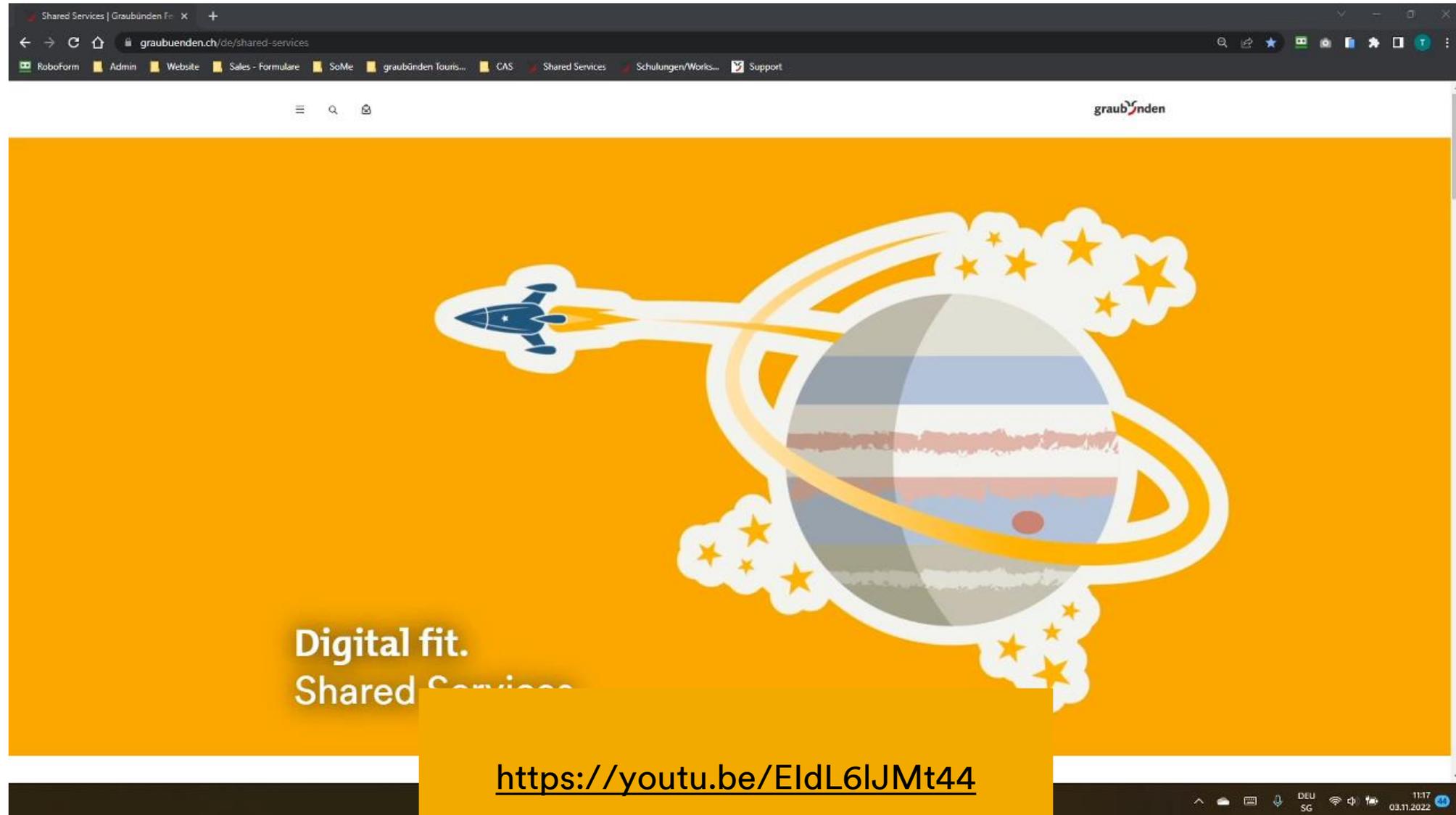
webmobilefirst.com Vorgestellt

★★★★★ 474 ⓘ | Produktivität | 200.000+ Nutzer

[chrome.google.com](https://chrome.google.com)



# Go Full Page (Google Chrome)



# Go Full Page (Google Chrome)

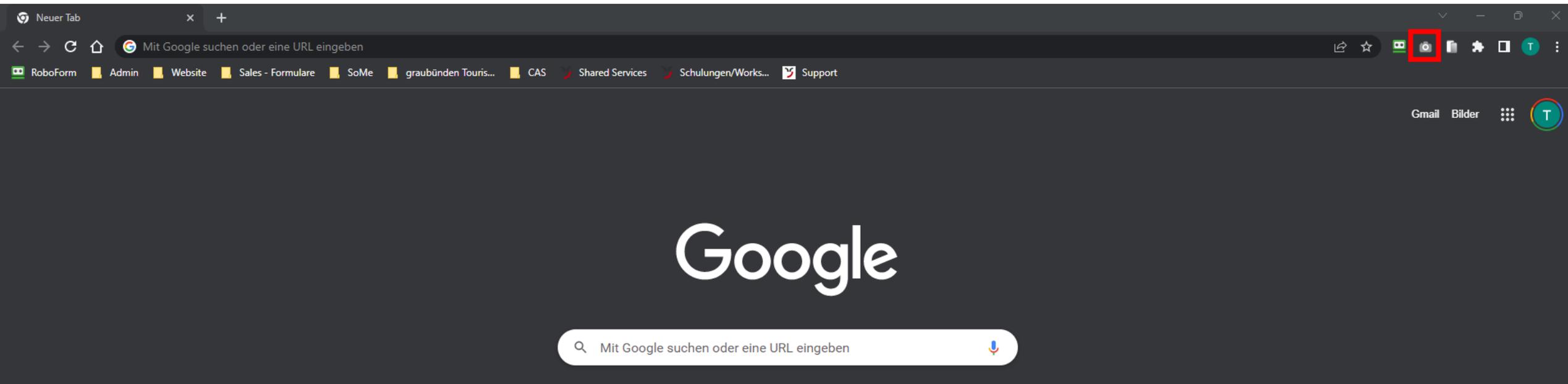


GoFullPage - Full Page Screen Capture

[gofullpage.com](https://gofullpage.com) Vorgestellt

★★★★★ 64.612 i | [Entwicklertools](#) | 6.000.000+ Nutzer

[chrome.google.com](https://chrome.google.com)



# LinkTree

- Hinterlegung von mehreren Links auf Social-Media-Kanälen
- Kostenlos
- Konto erstellen ([linktr.ee/yourname](https://linktr.ee/yourname))
- Verlinkungen im Konto einfügen
- LinkTree-Link im Social-Media-Account hinterlegen

[linktr.ee](https://linktr.ee)

# LinkTree

The screenshot shows the Instagram profile for 'graubuenden'. The profile name is 'graubuenden' with a verified badge. It has 2,295 posts, 123K followers, and 167 subscribers. The bio states: "Patgific" is an attitude to life in Graubünden and means unhurried and peaceful. Share your own patgific moments with #patgific and get featured. [linktr.ee/graubuenden](https://linktr.ee/graubuenden). It is followed by 'gian\_donatsch, livio\_g, welovearosalenzerheide' and 271 others. The profile features a grid of seven categories: Podcast, Sulzfluh, Trekking, Lavin-Maloja, Davos Klos..., Bernina Ex..., and Glaciertrek... The main feed shows three posts: a lake with yellow trees, a cable car, and a snowy landscape. A yellow overlay at the bottom contains the URL <https://youtu.be/UGLPEzB3fvU>. The browser's address bar shows 'instagram.com/graubuenden/' and the system tray at the bottom right shows the date '07.11.2022' and time '10:22'.

# Weitere Tipps und Tricks

[www.graubuenden.ch/shared-services/digital-hacks](http://www.graubuenden.ch/shared-services/digital-hacks)

## Hesch gwüsst...? – die Digital-Hacks-Serie des Shared-Services-Teams

Gestalten Search Engine Optimization und Keywords Social Media Texte Website Ihr Digital Hack

Auf dieser Seite sammeln wir alle hilfreichen Digital Hacks, welche wir regelmässig zur Vereinfachung unserer Arbeit verwenden. Haben Sie ebenfalls einen Digital Hack, welchen Sie uns gerne mitteilen möchten? Zuerst finden Sie weitere Informationen dazu.

### Gestalten



#### Creatopy. Banner-Ads selber gestalten

Möchten Sie bei der Banner-Ad-Gestaltung Kosten sparen und verfügen Sie selber über Know-How zur Bildbearbeitung? Wir empfehlen Ihnen das kostengünstige Tool Creatopy<sup>®</sup>, um Banner-Ads selber zu gestalten.

BANNER-ADS GESTALTEN

### Search Engine Optimization und Keywords



#### Google Trends. Kostenloses Analysetool

Google Trends ist nützlich für diverse Online-Analysen, um vor der Kommunikation zu erkennen, nach welchen Begriffen Personen suchen oder was für Interessen sie haben. Damit ein Text sowohl bei potenziellen Gästen wie auch bei Suchmaschinen Anklang findet, gibt es verschiedene Faktoren zu berücksichtigen. Das kostenlose Tool hilft, beim Erstellen der Texte die richtigen Worte und den richtigen Publikationszeitpunkt zu finden.

MEHR ZU GOOGLE TRENDS



#### WordStream. Kostenloses Keyword-Tool

Ein Keyword-Tool hilft zu analysieren, welche Themen aktuell oft gesucht werden. Daraus lassen sich neue Erkenntnisse für den Inhalt auf der Website oder in der gesamten Kommunikation definieren (verfügbar in Englisch).

KEYWORDS HERAUFINDEN

#### W-Fragen-Tool. Suchanfragen analysieren



Das W-Fragen-Tool liefert für die Texterstellung und für SEO den oftmals nötigen gedanklichen Anstoss, um Ideen für relevanten Content zu entwickeln. Mit Hilfe des Tools findet man heraus, welche Fragen sich die Nutzerschaft wirklich stellt. Anschliessend kann man daraus Content erstellen, mit welchem genau diese

# DKIM

# Verschlüsselte E-Mails

Es existieren verschiedene technische Möglichkeiten, um E-Mails zu verschlüsseln und die Spamflut einzudämmen (SPF, DMARC, DKIM usw.).

## Neuerung

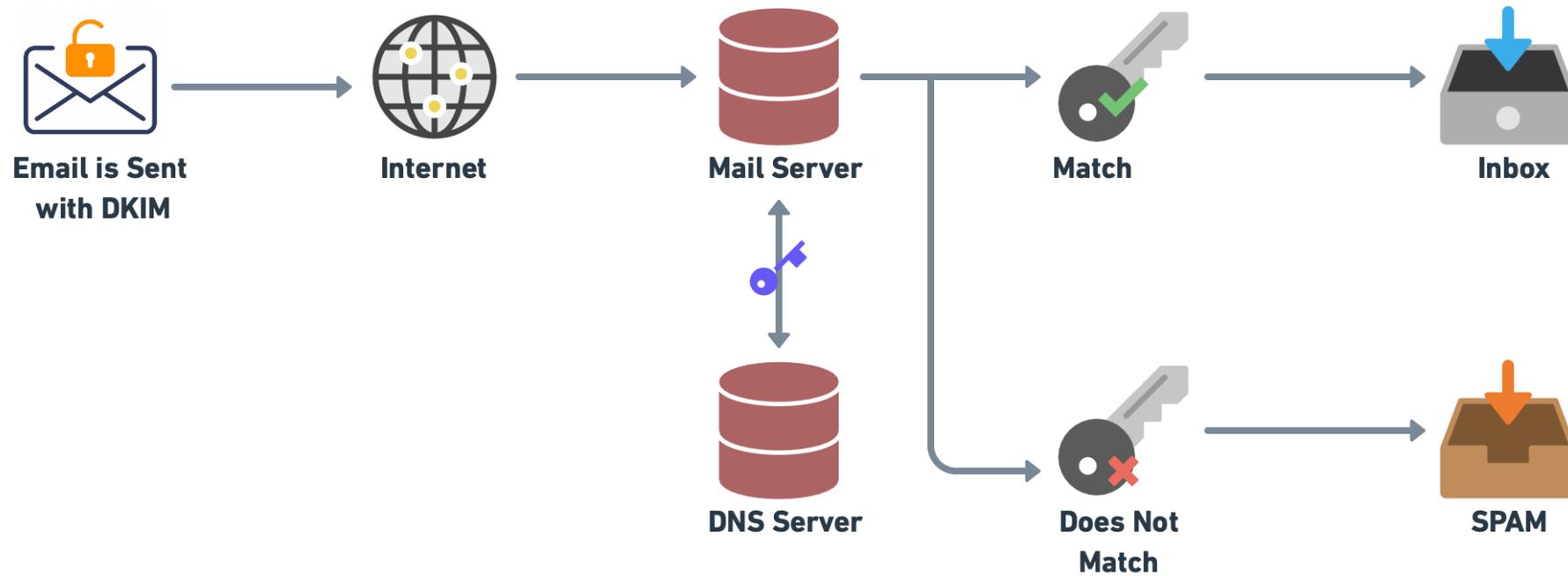
DKIM wird ab März 2023 zur Pflicht, was eine Anpassung beim E-Mail-Versand zwingend macht.



# DKIM

- DomainKeys Identified Mail
- E-Mail identifiziert durch Domänen-Schlüssel
- Methode um Spam-Kampagnen einzudämmen
- Verschlüsselte digitale Signatur in der Nachrichtenkopfzeile
- Prüfung der Signatur durch Empfänger-Server

# DKIM (DomainKeys Identified Mail)



# DKIM (DomainKeys Identified Mail)

Warum sollte ich das machen?

- Geänderte Anforderungen der Zertifizierung von CSA («Certified Senders Alliance»)
- Bessere Zustellbarkeit durch fälschungssichere E-Mails
- Hoher Sicherheitsstandard

# DKIM (DomainKeys Identified Mail)

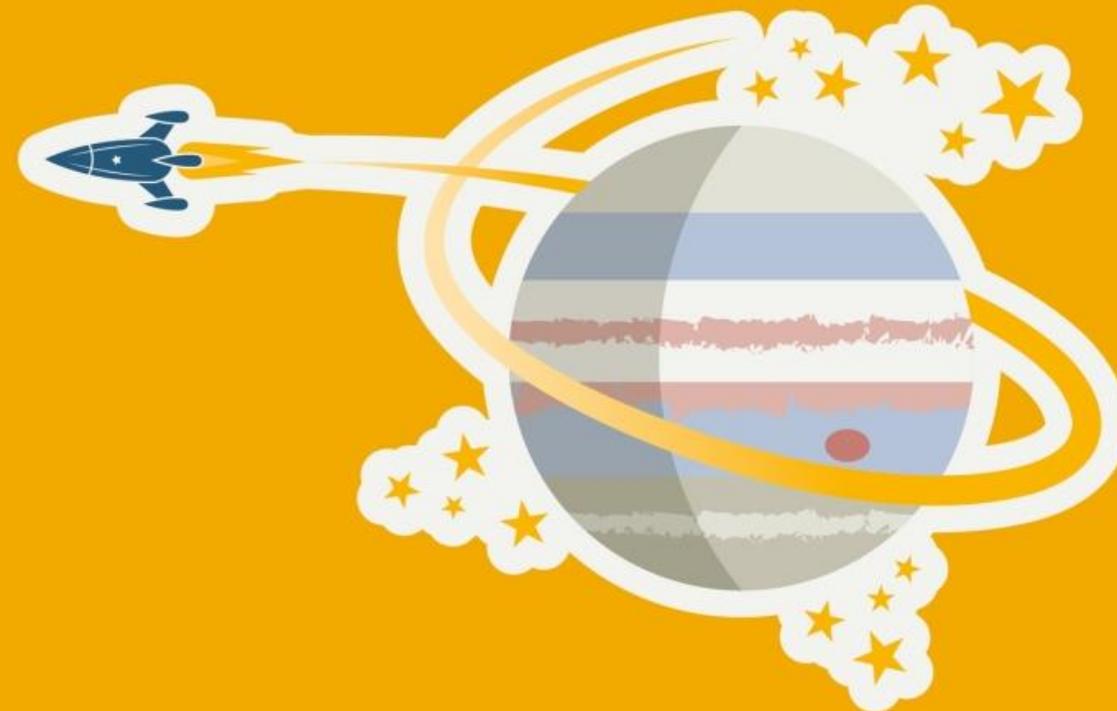
## Weitere Informationen zu DKIM

- Was ist DKIM: <https://www.security-insider.de/was-ist-dkim-a-843406/>
- CSA-Kriterien: <https://certified-senders.org/wp-content/uploads/2017/08/CSA-Aufnahmekriterien.pdf>

Zum Spam-Test: <https://www.mail-tester.com/>

3

# Aktuelles von den Shared Services



# RoomPriceGenie

## Revenue Management für Unterkünfte

# Begriffseinordnung

«Revenue Management verkauft das **richtige Zimmer** zum **richtigen Zeitpunkt** an den **richtigen Kunden** zum **richtigen Preis** über den **richtigen Vertriebskanal** mit der **besten Provisionseffizienz.**»

*-Patrick Landman, Xotels.*



# InnoTour-Projekt: Revenue Management für Unterkünfte (2020 bis Q1 2022)

- Ziel: Optimierung des Preisangebots für die Gäste
- 50 unabhängige Hotels, 12 davon in Graubünden

## Gemeinschaftsprojekt #GetBackOnTrack 50 Hotels, 1 Ziel



# Fazit nach InnoTour-Projekt

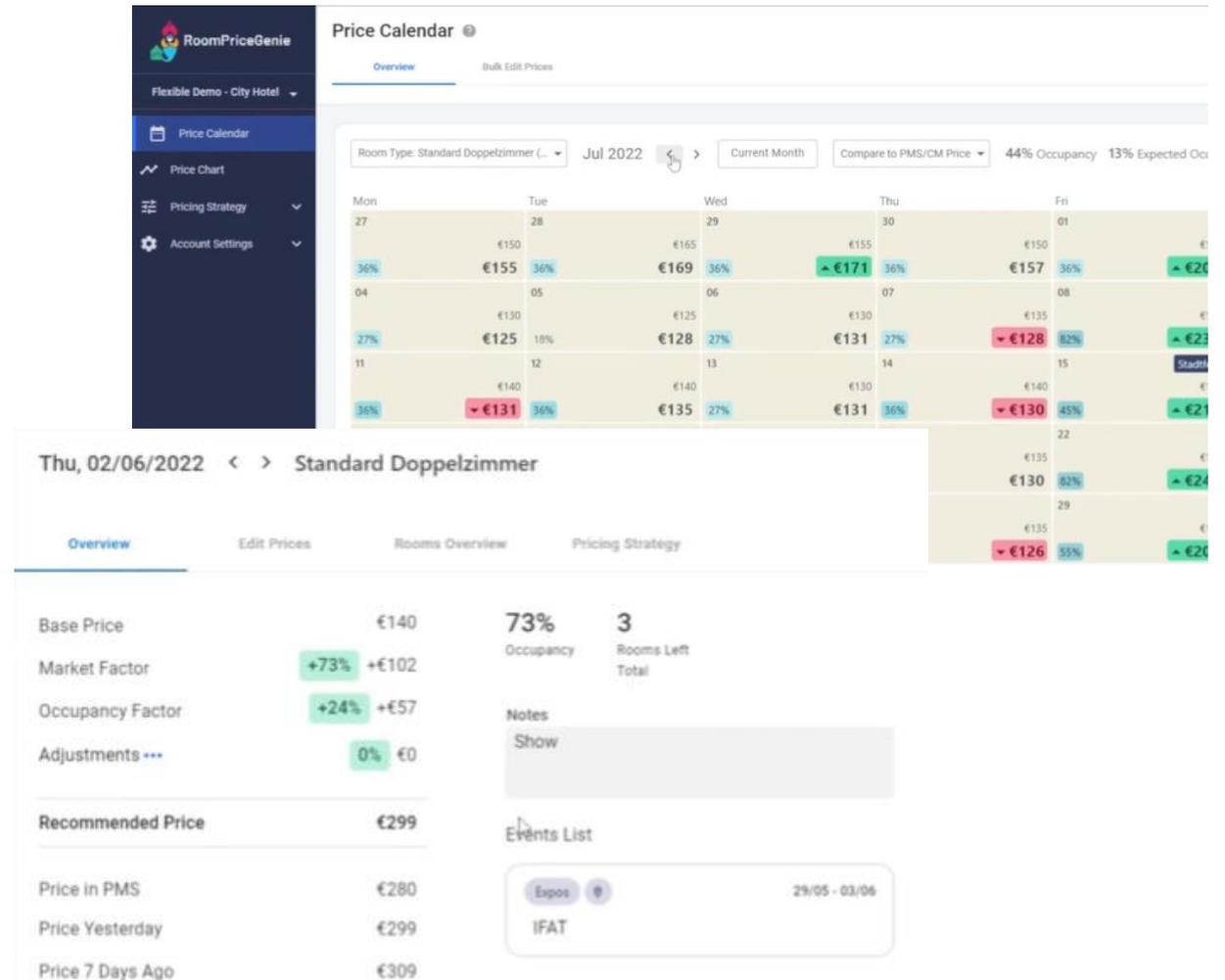
- Fast ausschliesslich positiv
- Ein Betrieb war nicht bereit, noch höhere Preise zu verlangen, deshalb kein weiterer Einsatz.

«Zu Beginn mussten wir noch lernen, dem Tool zu vertrauen – mit der Zeit haben wir aber gelernt, dass RoomPriceGenie zuverlässig funktioniert. Sowohl die durchschnittlichen Zimmerpreise wie auch die Auslastung konnten so gesteigert werden.»

Xenia Picco Gastgeberin Kurhaus Lenzerheide

# Funktionsweise RoomPriceGenie

- Automatische Generierung der Zimmerpreise aufgrund verschiedener Kriterien (Buchungshistorie, Auslastung, Wettbewerber, Wetter, Events usw.)
- Automatisches Update im PMS mehrmals täglich



# Weitere Informationen

- Package «Basic» und «Flexible»
- Kosten angepasst an Hotelgrösse (Anzahl Zimmer)
- Einblick in RoomPriceGenie

RoomPriceGenie

# Datenschutzpartner.ch

# Datenschutz

Was kommt Euch spontan in den Sinn,  
wenn ihr «Datenschutz» hört?

<https://www.menti.com>

Teilnahmecode: **7254 6146**





# Datenschutz in der Schweiz



**Du Giachen, git's aigentlich au Cookies mit Alpkrüter-Gschmack?**

Wir verwenden Cookies und Tracking-Technologien, um Ihnen das beste Web-Erlebnis zu bieten.

[Zur Datenschutzerklärung](#)

SCHLIESSEN



graubünden

## Datenschutz

Datenschutzbestimmungen und allgemeine Benutzungsbestimmungen der Internetseite von Graubünden Ferien, 7001 Chur, Schweiz | Stand April 2022 Mit der Benutzung der Internetseite [www.graubuenden.ch](http://www.graubuenden.ch) geben Sie die Zustimmung zu den nachfolgenden Bedingungen.



## Wir verwenden Cookies.

Wir verwenden Cookies und Tracking-Technologien, um Ihnen das beste Web-Erlebnis zu bieten. Weitere Informationen hierzu finden Sie in unserer Datenschutzerklärung (Link unten).

- Funktionale Cookies**  
Diese helfen uns, die Benutzerfreundlichkeit unserer Website zu verbessern.
- Marketing-Cookies**  
Wir nutzen Google Analytics, um die Zugriffe auf unsere Website zu analysieren.

**Alle Cookies akzeptieren**

Aktuelle Auswahl bestätigen

Datenschutzerklärung

# Missachtung kann Folgen haben

Verletzt eine private (natürlich) Person die Informationspflichten [...], so droht ihr ein **Strafverfahren mit einer Busse von bis zu CHF 250'000.—.** welche von der **Privatperson (strafrechtliche Verurteilung) zu bezahlen ist (nicht Arbeitgeber).** Dies gilt auch bei Verletzungen der Vorschriften im Zusammenhang mit dem Datenaustausch ins Ausland: Auch hier droht eine strafrechtliche Busse gegenüber natürlichen Personen von bis zu CHF 250'000.--.

# Shared Service: Datenschutzpartner.ch

## Datenschutz-Generator



DATENSCHUTZPARTNER

Einfach und kostengünstig rechtssichere  
Datenschutzerklärungen erstellen:

- Anwaltlich geprüft
- Alle wichtigen Dienste von Dritten enthalten
- Wird aktuell gehalten sowie ergänzt und verbessert
- Einschliesslich heutiges und neues Datenschutzgesetz (DSG)
- Einschliesslich europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

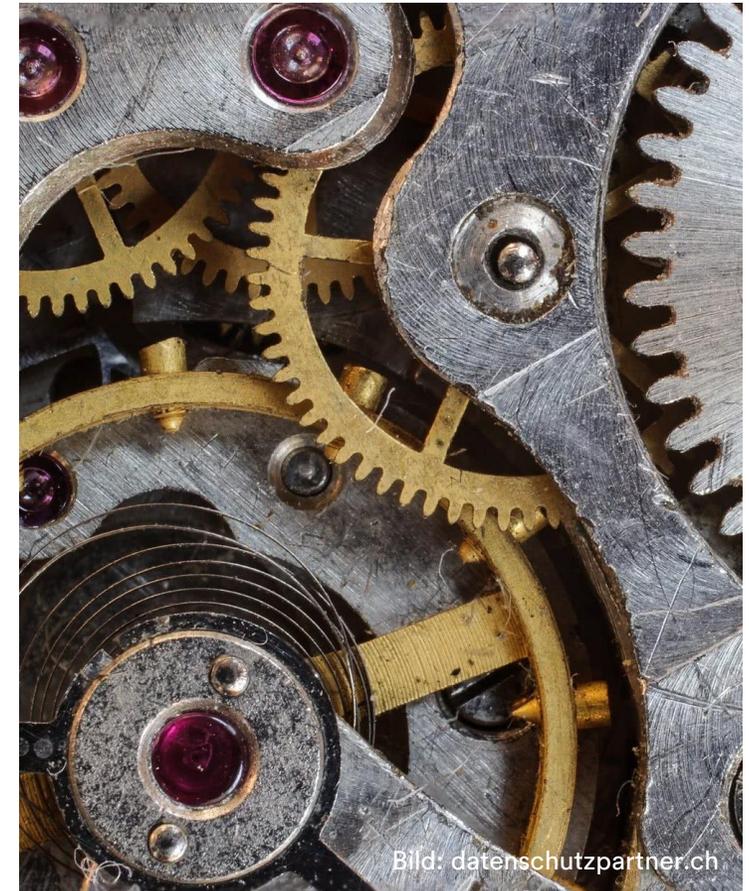


Bild: datenschutzpartner.ch

# Shared Service: Datenschutzpartner.ch

## EU-Datenschutz-Vertretung



DATENSCHUTZPARTNER

- Erforderliche Datenschutz-Vertretung im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) gemäss Art. 27 der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO).
- Der EWR umfasst die EU sowie das Fürstentum Liechtenstein, Island und Norwegen.



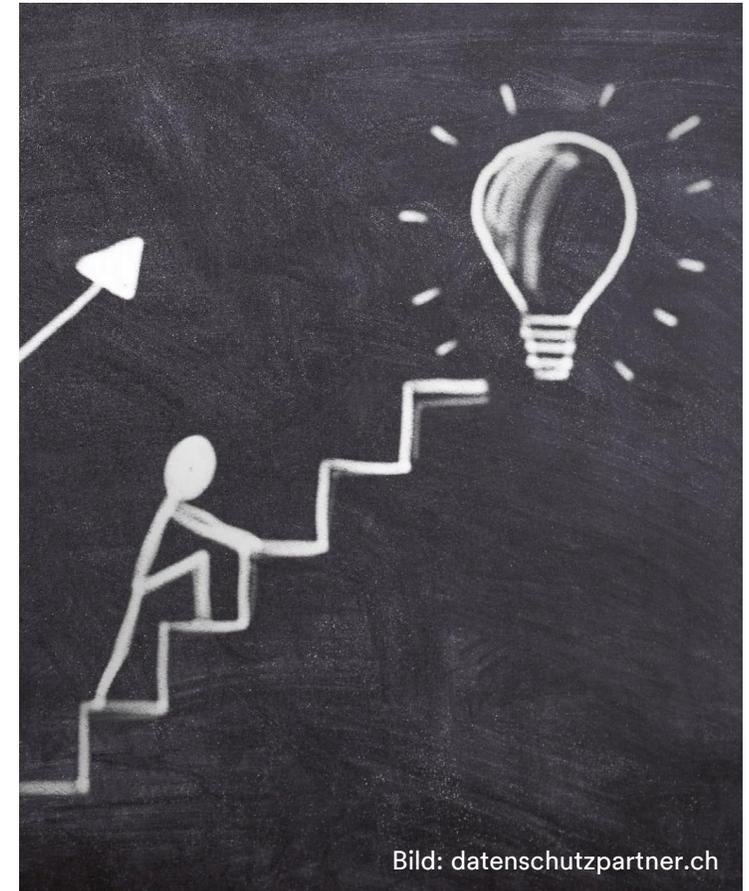
Bild: datenschutzpartner.ch

# Shared Service: Datenschutzpartner.ch Academy



DATENSCHUTZPARTNER

- Regelmässige Infoveranstaltungen und Webinare
- Aktuelle Themen aus dem Datenschutzrecht und aus dem Recht im digitalen Raum
- Legal Sessions (Fragerunde)
- Checklisten und weitere Unterlagen



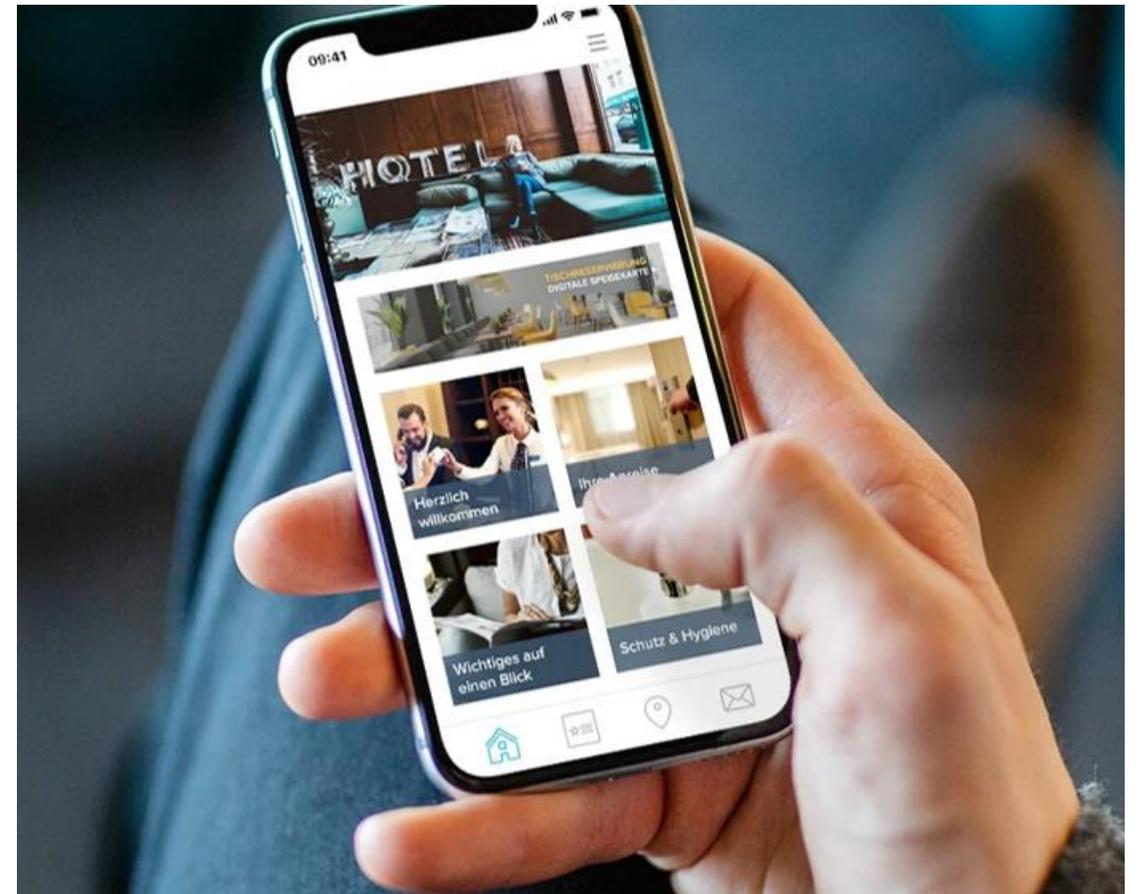
# Shared Service: Datenschutzpartner.ch

## Aktueller Stand und weiteres Vorgehen

- Prüfung, welche Angebote als Shared Service angeboten werden können
- Test des Tools durch GRF
- Kommunikation nach Einführung über unsere Social-Media-Kanäle sowie über unseren Newsletter
  - LinkedIn: [www.linkedin.com/company/graubuenden](https://www.linkedin.com/company/graubuenden)
  - Newsletter: <https://mailingservice.graubuenden.ch/-lp/p53xj18694/BmS649>

# Digitale Gästemappe

# Physisch oder digital?



# Die Lösungen im Vergleich

		
Einfache Bedienbarkeit	★★★	★★★
Rund um die Uhr beim Gast	-	★★★
Übersichtliche und einfache Präsentation der Informationen	★★	★★★
Reiseführer	★★	★★★
Mehr Umsatz durch Upselling	★★	★★★

# Die Lösungen im Vergleich

		
Direktbuchungen steigern	-	★ ★ ★
Immer up-to-date	★	★ ★ ★
Entlastung für Rezeption	★ ★	★ ★ ★
Vorhandene Informationen mehrfach nutzen	-	★ ★ ★
Auswertungen und Statistiken	-	★ ★ ★



# Aktueller Stand und weiteres Vorgehen

- Austausch mit verschiedenen möglichen Anbietenden
- Prüfung, ob dies als Shared Service angeboten werden kann
- Kommunikation nach Einführung über unsere Social-Media-Kanäle sowie über unseren Newsletter
  - LinkedIn: [www.linkedin.com/company/graubuenden](http://www.linkedin.com/company/graubuenden)
  - Newsletter: <https://mailingservice.graubuenden.ch/-lp/p53xj18694/BmS649>

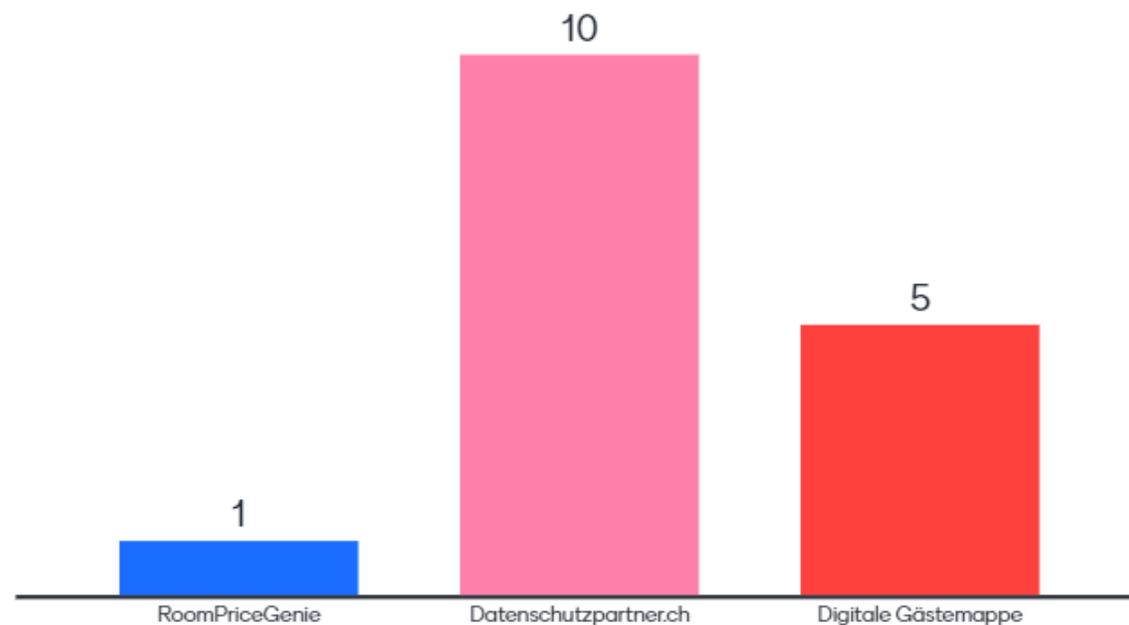
# Umfrage zu neuen Services

Welcher der vorgestellten Services spricht Euch am meisten an?

<https://www.menti.com/>  
Teilnahmecode: **2508 6458**



# Welcher der vorgestellten Services spricht Euch am meisten an?



4

# Aktuelles von Graubünden Ferien

# Gendergerechte Sprache

# Gendergerechte Sprache – warum?

- Politik, Wirtschaft und Gesellschaft arbeiten an der Geschlechtergerechtigkeit auf verschiedenen Ebenen
- Sprache steht besonders im Fokus und ist ein wichtiges Mittel
- Immer mehr Menschen, die sich nicht eindeutig im zweistelligen (binären) Geschlechtermodell verorten lassen: CH ca. 40'000, DE ca. 160'000 Menschen
- Diese Menschen sollen in der Sprache gleichermassen berücksichtigt werden



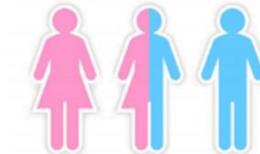
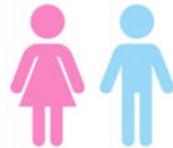
Richtig gendern im Alltag

# Gendergerechte Sprache – warum?

«Die Frage ist nicht, ob wir gendern, sondern wie wir gendern.»

# Gendergerechte Sprache – wie?

fraueneinbindend vs. gendergerecht



# Gendergerechte Sprache – wie?

Nur kein Genderstress!

Oberste Maxime: Wir  
nutzen kein generisches  
Maskulinum mehr.

In unserem Online-Shop  
findet jede\*r ein  
Geschenk für  
seinen\*ihren\*ihre\*seine  
Partner\*in zum  
seinem\*ihrem Geburtstag.

Online-Shop  
n Sie schöne  
sgeschenke  
für ihre Liebsten!

# Gendergerechte Sprache – wie?



Genderneutrale Begriffe

inklusiv



Genderstern

inklusiv

Gastgeber  
und  
Gastgeberin

Paarformen (Ausnahmeoptionen)

- nur in Leads auf der Website
- der letzte Ausweg in allen anderen Texten

fraueneinbinden

# Gendergerechte Sprache – wie?

## **Genderneutrale Begriffe**

- neutrale Form wählen
- alle Geschlechtsidentitäten integriert
- kein Sonderzeichen
- rechtschreibkonform
- barrierefrei und SEO-freundlich

Weitere Möglichkeit: Direkte Ansprache (du/Sie).

# Gendergerechte Sprache – wie?

Die Mischung macht es aus.

**Kollektivbezeichnungen**  
**Beispiele:**  
*Personal, Bündner  
Bevölkerung, Präsidium,  
Geschäftsleitung, Gäste,  
Kundschaft*

**Substantivierte Adjektive  
und Partizipien im Plural**  
**Beispiele:**  
*Mitarbeitende, Studierende,  
Teilnehmende, (Kletter-,  
Wander-, Bike-)Begeisterte,  
Wagemutige, Abenteuerlustige*

**Wortzusammensetzungen mit -  
kraft, -hilfe, -person, -menschen, -  
Fans**  
**Beispiele:**  
*Führungskraft, Führungsperson,  
Fachleute, Bike-Fans,  
Genussmenschen*

**Geschlechtsunspezifische  
Pronomen**  
**Beispiele:**  
*Keiner => Niemand  
Einer => Jemand  
Jedermann => Alle*

**Umschreibung mit «wer»**  
**Beispiele:**  
*Alle, die Abenteuer suchen, werden  
hier fündig.  
Wer noch nicht genug hat vom Biken,  
soll ab nach Graubünden.*

**Lösung mit Relativsatz**  
**Beispiele:**  
*Die Personen, die am Kurs  
teilnehmen, ...  
Die Personen, die Kulinarik mögen, ...*

„Man“-Formulierungen sind ebenfalls ein **Ausweichmanöver**.

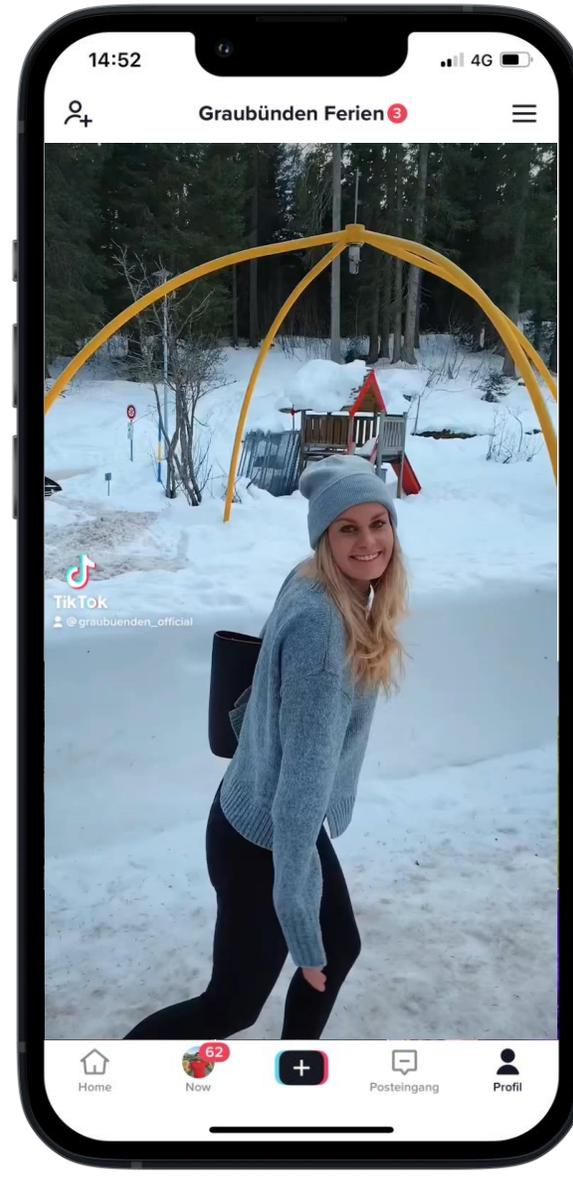
# 9 Praxistipp für den Start

1. Recherchieren und einlesen; was machen andere?
2. Was passt zu uns?
3. Ausprobieren
4. Leitfaden erstellen und informieren
5. Anpassungen vornehmen
6. Geduld haben
7. Tipps und Tricks teilen
8. Diversität auch in der Bildwelt
9. Gendern macht SPASS!

# Hilfsmittel

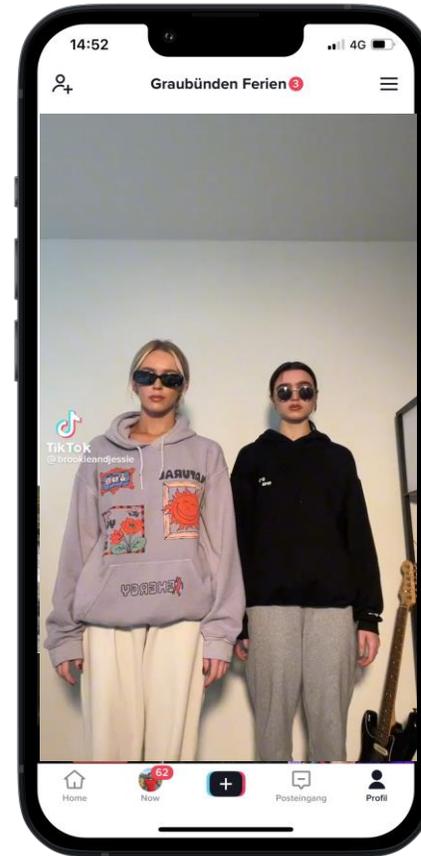
<a href="http://www.geschicktgendern.de">www.geschicktgendern.de</a>	Nach dem Alphabet sortierte Begriffe und ihr geschlechterneutrales Pendant, übersichtlich und mit Suchfunktion.
<a href="http://www.genderapp.org">www.genderapp.org</a>	Nach Eingabe des Wortes macht die Website gendergerechte Alternativvorschläge.

# TikTok



[Zum Video](#)

# Von Tanzvideos zur Entertainment-Plattform



## Beliebtste Kategorien 2021

1. Comedy
2. Daily Life
3. Ent Culture
4. Lip Sync
5. Gaming
6. Sport
7. **Dancing**
8. Animals
9. Food & Drink
10. Family

# Nutzung weltweit

## 2 Mrd. User

Die App verzeichnet 2 Milliarden Downloads weltweit und ist somit die im 2020 am meisten heruntergeladene App.

## 50 Mrd. Views

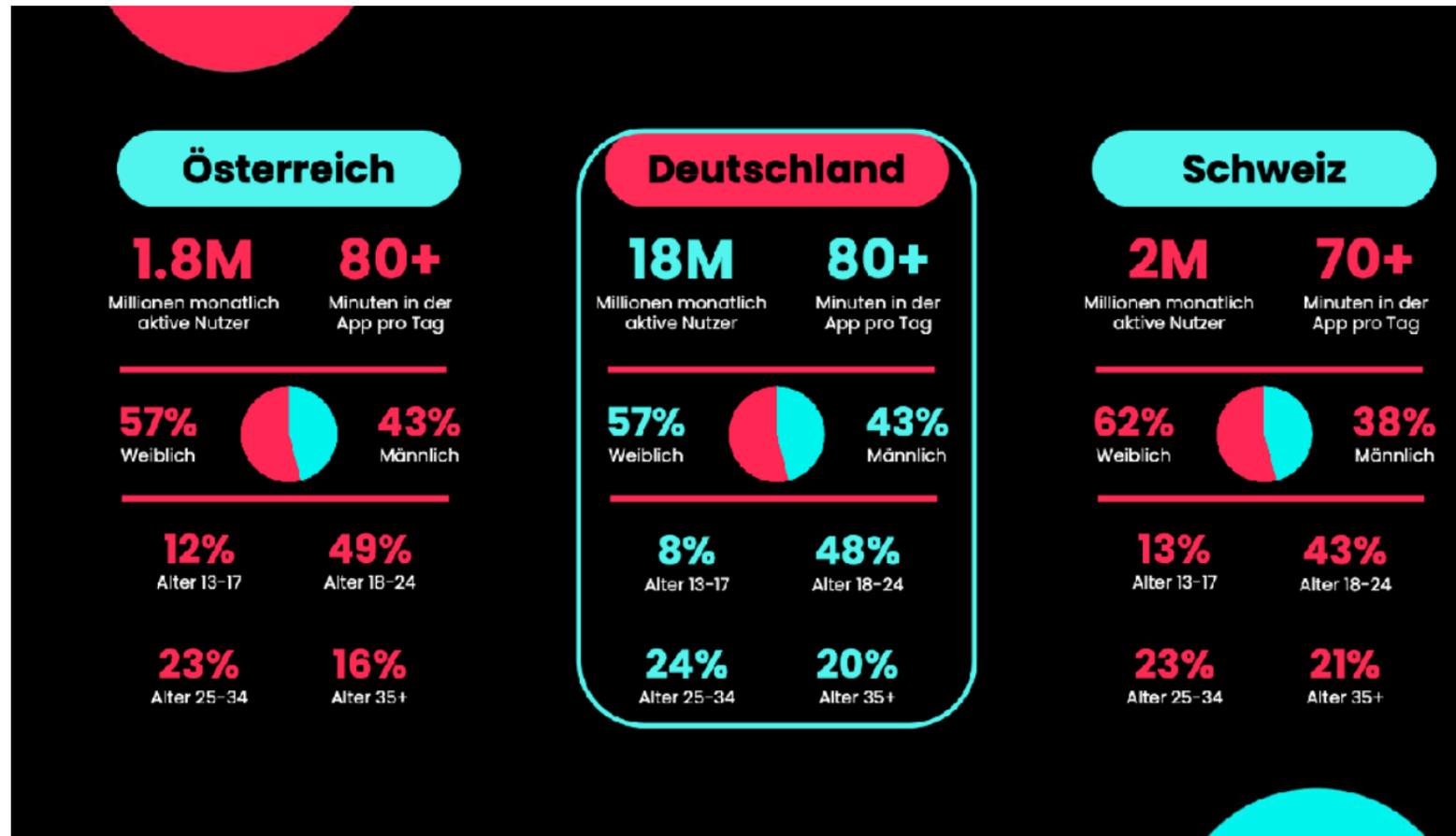
Monatlich werden 50 Milliarden Videos auf der App angeschaut.

## 46 Minuten

Verbringen User im Durchschnitt täglich auf der App. User geben an, mehrmals täglich die App zu öffnen.



# Nutzung DACH



# Graubünden-Kanal



## Comedy

**Typisch Bündnerisches, Bündner Mentalität zeigen, lustig gemeinte Insidertipps.**

- Dialekt
- Rätoromanisch
- Datingtipps
- Bündner Klischees

[Zum Video](#)



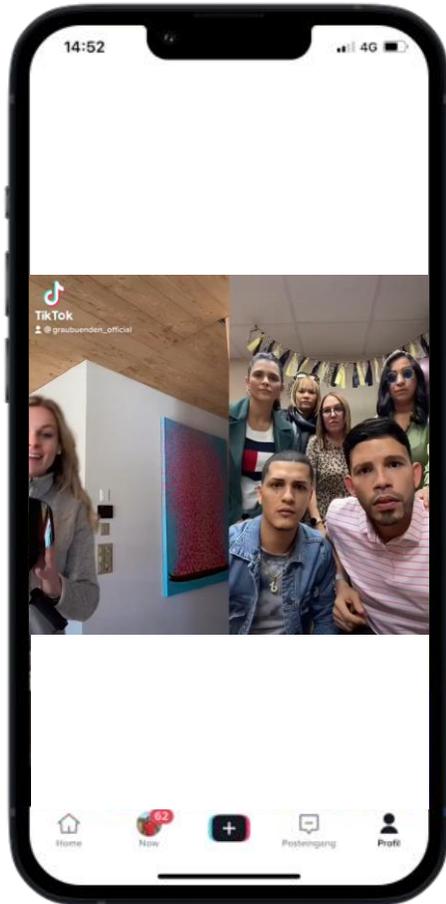
## Erlebnis

Erlebnisse in Graubünden, schöne Orte, überraschende Landschaften

- Ausflug zum Partnunsee
- E-Biken in Lenzerheide
- aussergewöhnliche Unterkünfte
- Alpabzug

[Zum Video](#)

# Graubünden-Kanal



## Trends

**TikTok-typische Formate und Möglichkeiten sowie Trends ausprobieren.**

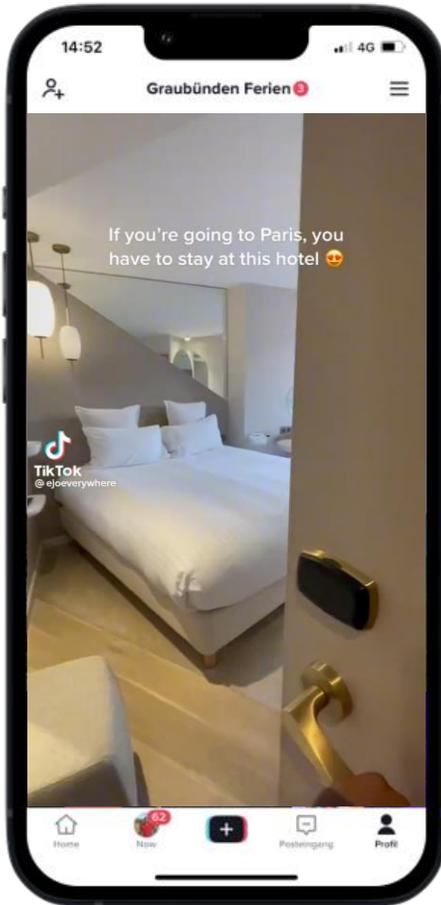
- **Sounds**
- **Memes**
- **Duette**
- **Stitchs**

[Zum Video](#)

# Unsere Learnings

- Gute Resonanz auf Content Creators (Personifizierung als Erfolgsfaktor)
- Überzeugen in 0,5 – 1 Sekunden (z. B. mit Hooks)
- Authentisch und überraschend
- Humor und Selbstironie
- Reiner Inspirationscontent funktioniert nicht
- Formate, die gut funktionieren, wiederholen
- Aufwendiger als andere Kanäle
- Regelmässiges Posten

# Inspiration



2,6 Mio. Views

[Zum Video](#)

Inspirationsplattform von TikTok

<https://www.tiktok.com/business/en/inspiration>

**Kanäle**

[Schweiz Tourismus](#)

[Engadin](#)

[Corvatsch](#)

[Rhätische Bahn](#)

[Hotel Stern](#)

[Arosa](#)

[Davos](#)

[Lenzerheide](#)

# 5 Fragen



# Informationen nach dem Webinar

- Aufzeichnung
- Präsentation
- Umfrage zur heutigen Veranstaltung

# Nächste Termine?

- Tourismustag: 9./10. März 2023 in Davos  
(New Work, Fachkräftemangel, Energie)
- Webinar «tourismus.digital.kompakt.» 3.0  
im 1. Halbjahr 2023. Termin folgt.

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Graubünden Ferien  
Alexanderstrasse 24  
7001 Chur

Kerstin Sigron  
Direktorin Shared Services  
kerstin.sigron@graubuenden.ch

Fabio Gfeller  
Senior Manager Service-Entwicklung & IT  
fabio.gfeller@graubuenden.ch

Ramona Caflisch  
Managerin Marketing Services & Support  
ramona.caflisch@graubuenden.ch

Tatjana Marti  
Managerin Marketing Services, Key  
Account & Events  
tatjana.marti@graubuenden.ch

Nadja Cantieni  
Senior Managerin Redaktion  
nadja.cantieni@graubuenden.ch