LUZERN
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

# Leitfaden Content Einträge

## Für DestinationOne

12. Oktober 2026

Partner:

uri DIE SEELE DER SCHWEIZ

OBWALDEN der Geheimtipp

NIDWALDEN TOURISMUS

ächt SCHWYZ

# Inhalt


1 Einleitung ..... 2
1.1 Content Leitfaden ..... 3
1.2 Datentypen ..... 3
1.2.1 POI ..... 4
1.2.2 Gastronomie ..... 4
1.2.3 Angebot ..... 4
1.2.4 Gastgeber ..... 4
1.3 Mastersysteme ..... 4
1.4 OpenData im Content Hub ..... 5
1.5 Sprache ..... 6
1.6 Datenqualität ..... 6
1.7 Ablauf der Datenerfassung ..... 6
1.7.1 Dubletten ..... 6
1.8 Keyword Management ..... 7
1.9 Kontaktpersonen ..... 7
2 Leitfaden für POIs ..... 7
2.1 Informationen ..... 7
2.1.1 Titel ..... 7
2.1.2 Beschreibung ..... 8
2.2 Kontakt ..... 8
2.3 Kategorien ..... 9
2.4 Standort / Geoinformationen ..... 9
2.4.1 POI-Adresse ..... 10
2.4.2 Anreise / Erreichbarkeit ..... 10
2.5 Internet ..... 11
2.5.1 Suchmaschinen-Informationen ..... 11
2.5.2 Social-Media- Plattformen ..... 11
2.5.3 Partnersysteme ..... 12
2.6 Alle anderen Felder ..... 12
3 Leitfaden für Gastronomie ..... 12
3.1 Informationen ..... 12
3.1.1 Titel ..... 12
3.1.2 Beschreibung ..... 13
3.1.3 Eignung ..... 14
3.2 Kontakt und Adresse ..... 14
3.2.1 Gastro-Adresse ..... 15
3.3 Betriebsarten ..... 15

3.4 Küchenarten ..... 16
3.5 Merkmale ..... 16
3.6 Standort /Geoinformation ..... 16
3.7 Internet ..... 17
3.7.1 Suchmaschinen-Informationen ..... 17
3.7.2 Social-Media- Plattformen ..... 17
3.7.3 Partnersysteme ..... 17
3.8 Alle anderen Felder ..... 18
4 Leitfaden für Angebote ..... 18
4.1 Informationen ..... 18
4.1.1 Titel und Teilnahme-Infos ..... 18
4.1.2 Beschreibung ..... 19
4.1.3 Eignung ..... 20
4.2 Kontakt und Adresse ..... 20
4.2.1 Angebots-Adresse ..... 21
4.3 Kategorien ..... 21
4.4 Standort / Geoinformationen ..... 22
4.5 Preise ..... 22
4.6 Internet ..... 23
4.6.1 Suchmaschinen-Informationen ..... 23
4.6.2 Social-Media- Plattformen ..... 23
4.6.3 Partnersysteme ..... 24
4.7 Alle anderen Felder ..... 24
5 Leitfaden für Gastgeber ..... 24
5.1 Allgemein ..... 24
5.1.1 Titel und Gastgeberdaten ..... 24
5.2 Kontakt und Adresse ..... 25
5.2.1 Vermieter-Adresse ..... 25
5.2.2 Betreiber-Adresse / Autor / Organisation ..... 26
5.3 Betriebsarten ..... 26
5.4 Lage ..... 27
5.4.1 Geoinformationen ..... 27
5.4.2 Lage-Information ..... 27
5.4.3 Erreichbarkeit / Anreise ..... 27
5.5 Information ..... 28
5.5.1 Beschreibung ..... 28
5.5.2 Weitere Infos ..... 29
5.5.3 Eignung ..... 29

5.5.4 Öffnungszeiten ..... 30
5.6 Preise ..... 30
5.6.1 Vergünstigungen ..... 30
5.6.2 Zahlungsmöglichkeiten ..... 31
5.7 Barrierefreiheit ..... 31
5.8 Internet ..... 32
5.8.1 Suchmaschinen-Informationen ..... 32
5.8.2 Social-Media- Plattformen ..... 32
5.8.3 Buchungslink ..... 33
5.8.4 Partnersysteme ..... 33
5.9 Merkmale ..... 33
5.10 OpenData ..... 33
5.11 Alle anderen Felder ..... 34
6 Mediadaten ..... 34
6.1 Allgemein ..... 34
6.1.1 Allgemein ..... 34
6.1.2 Urheber ..... 35
6.2 Informationen ..... 36
6.2.1 Beschreibung ..... 36
6.3 Jahreszeiten ..... 36
6.4 Bildbearbeitung ..... 36
6.4.1 Fokuspunkt ..... 36
6.5 Internet ..... 37
6.5.1 Suchmaschinen-Informationen ..... 37
6.6 Open Data ..... 37
6.6.1 Creative Commons ..... 38
6.6.2 Copyright ..... 38
6.7 Experiencezuordnung ..... 38
7 Öffnungszeiten ..... 39
8 ST-Net ID vs. manuelle Adresseingabe ..... 39

# 1 Einleitung

Dieses Dokument dient als Guideline und Leitfaden für den Data & Content Hub Luzern-Vierwaldstättersee. Wie in Abbildung 1 dargestellt, umfasst dieser Leitfaden allgemeine Regelungen und Vorgaben für den Data & Content Hub. Sie bildet den Rahmen und gilt für sämtliche Daten, die im Data & Content Hub verarbeitet werden.

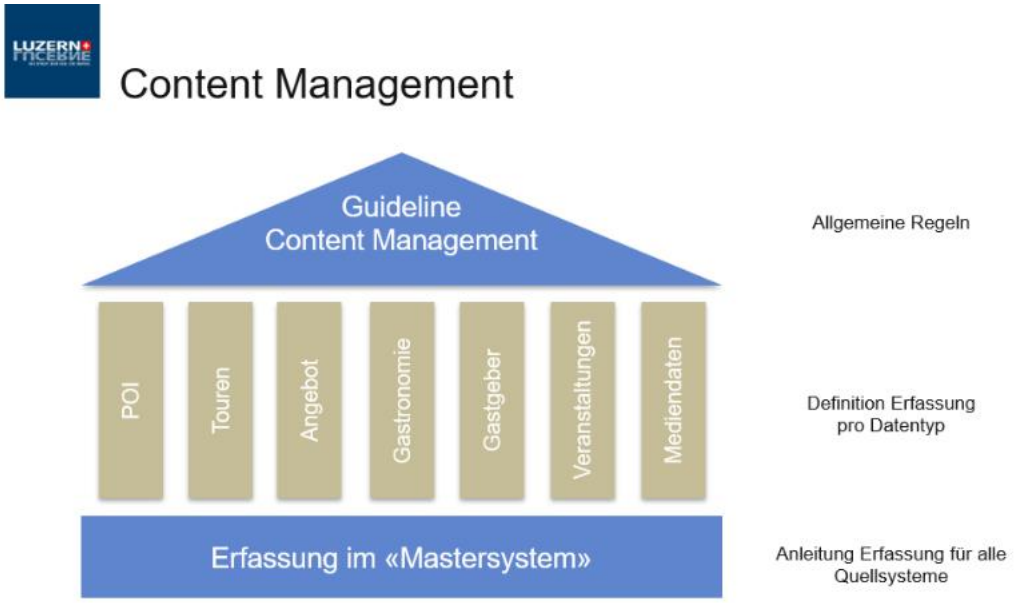



*Abbildung 1: Darstellung des Content Managements*

## 1.1 Content Leitfaden

Der Leitfaden zur Content Erfassung wird periodisch aktualisiert und ist auf tourismdata-luv.com/wissenscenter verlinkt. Nebst dem Leitfaden von Luzern Tourismus bietet auch der Systemanbieter von one.data Anleitungen und Tipps, wie Datensätze anzulegen sind. Die Regeln aus diesem Leitfaden gelten für alle Einträge im Data & Content Hub, über alle Datentypen hinweg.

## 1.2 Datentypen

Im Data & Content Hub werden unterschiedliche Datentypen erfasst. Dabei werden die Daten entweder im Data & Content Hub über Schnittstellen importiert und oder direkt im Data & Content Hub erfasst. Wenn immer möglich sind importierte Datensätze redaktionell mit weiteren Informationen zu ergänzen und alle leeren Felder im Data & Content Hub zu befüllen.

Folgende Daten resp. Themen können erfasst werden:

| **Datentyp** | **Beispiele** |
|---|---|
| POIs | Sehenswürdigkeiten, Museen etc. |
| Touren | Wanderung, Biketouren etc. |
| Angebote/Packages | Stadtführungen, Erlebnisse etc. |
| Gastronomie | Restaurants, Bars etc. |
| Gastgeber | Hotels, Ferienwohnungen, Campings etc. |
| Webcams | Standorte von Webcams |

| | |
|---|---|
| Veranstaltungen | Regionale Events |

### 1.2.1 POI
Ein POI ist ein spezifischer Ort, der aufgrund seiner besonderen Bedeutung, Attraktivität oder Relevanz hervorsticht. POIs sind Orte, die für Touristen, Reisende oder auch lokale Bewohner interessant sind, wie beispielsweise historische Denkmäler, Sehenswürdigkeiten, Naturattraktionen oder kulturelle Einrichtungen.

Folgende Einträge (nicht abschliessend) sind als POIs zu verstehen: Museen und Schlösser, Sehenswürdigkeiten, Feuerstellen, Hallen- und Strandbäder, Pärke, Theater, Kirchen, Seen und Bergseen, Wellness und Spa, Berge etc.

### 1.2.2 Gastronomie
Eine Gastronomie kann beispielsweise ein Restaurant, Café, Bar, Bistro oder ein Hotel- oder Bergrestaurant sein. Der Begriff umfasst alle Aspekte des kulinarischen Angebots.

### 1.2.3 Angebot
Ein Angebot umfasst eine Vielzahl von Möglichkeiten, darunter touristische Aktivitäten, Führungen, Aktivitäten, Ausflüge und vieles mehr. Wesentlich dabei ist, dass ein Angebot **buchbar** ist. Im Vergleich zu einem POI können bei einem Angebot Teilnahmeinformationen, Leistungen und Termine erfasst werden.

Ein Beispiel ist das „Swiss Chocolate Adventure“ im Verkehrshaus. Das Verkehrshaus ist als eigenständiger Point of Interest (POI) erfasst, während das Chocolate Adventure als buchbares Angebot des Verkehrshauses hinterlegt ist. Diese beiden Erfassungen können verknüpft werden.

### 1.2.4 Gastgeber
Unter Gastgebern werden alle Arten von Unterkünften verstanden, in denen Übernachtungen stattfinden. Das umfasst traditionelle Optionen wie Hotels oder Ferienwohnungen sowie Campingplätze oder das Schlafen im Stroh. Aber auch Seminar- und Tagungsorte. Über die Schnittstelle Openbooking werden Gastgeber in das System importiert, was bedeutet, dass Einträge nicht manuell erfasst werden müssen. Folgende Buchungsportale laufen über die Schnittstelle ein: Deskline, Interhome, Reconline, Reka, STC, SwissHotelData (Discover), TOMAS. Unterkünfte, die nicht auf diesen Buchungsplattformen vorhanden sind, können manuell im Data & Content Hub erfasst werden. Die Quellinformation jedes Datensatzes zeigt, ob dieser importiert oder manuell erfasst wurde. Importierte Datensätze können nicht manuell überschrieben werden.

## 1.3 Mastersysteme
Um die Daten in den Data & Content Hub zu integrieren, gibt es zwei Möglichkeiten. Entweder werden die Daten in einem lizenzpflichtigem Drittsystem gepflegt und über eine Schnittstelle in den Data & Content Hub importiert oder die Daten werden direkt im Data & Content Hub erfasst und gepflegt.

Die nachstehende Tabelle zeigt auf, welcher Dienstleister als Mastersystem fungiert, und legt damit fest, wo Daten an der Quelle gepflegt werden müssen. Falls das Mastersystem nicht der Data & Content Hub ist, stammen die Daten von einem Import. Der Datenimport erfolgt ausschliesslich in eine Richtung, vom Drittsystem in den Data & Content Hub. Änderungen an den Import-Daten müssen daher direkt im Quellsystem vorgenommen werden. Importierte Datenfelder können im Data & Content Hub nicht manuell überschrieben oder bearbeitet werden, da diese Felder für die Bearbeitung gesperrt sind. Freie resp. leere Felder bei importierten Datensätzen können aber redaktionell ergänzt werden. Das ist ausdrücklich erwünscht, um den Datensatz mit weiteren Informationen zu bereichern.

| | Für Leistungsträger kostenlos | Für Leistungsträger kostenpflichtig | | |
|---|---|---|---|---|
| **Organisation / Datentyp** | **d.data** | **Outdooractive** | **Guidle** | **weitere Buchungssysteme** |
| POIs | ✓ | ✓ | | |
| Touren | ✓ | ✓ | | |
| Angebote/Packages | ✓ | | | Alturos<br>«TOMAS»<br>«e-Guma» |
| Gastronomie | ✓ | ✓ | | |
| Gastgeber | ✓ | ✓ | | Openbooking |
| Webcams | ✓ | | | |
| Veranstaltungen | ✓ | | ✓ | |

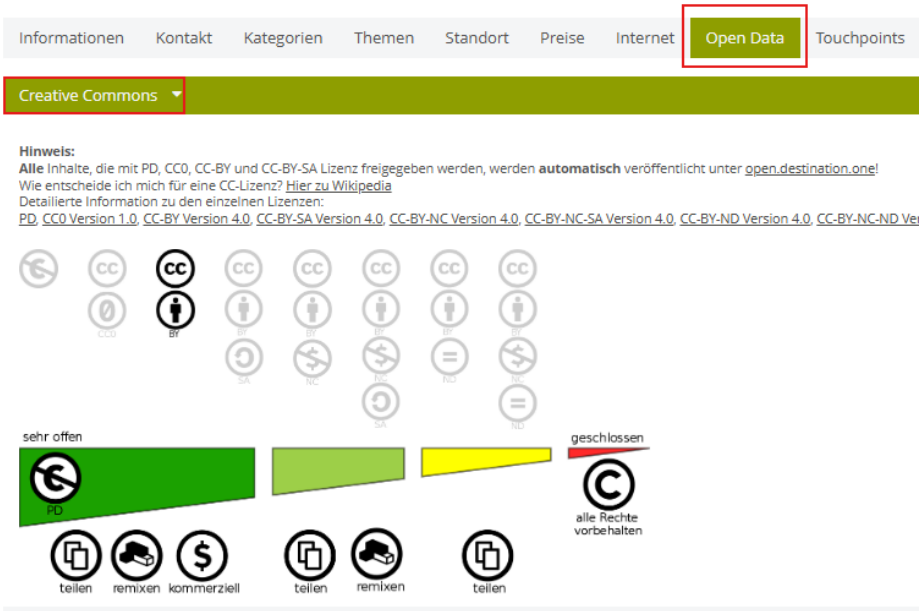
*Tabelle 1: Schema Mastersysteme*

## 1.4 OpenData im Content Hub

Damit Daten von externen Akteuren, ausserhalb des Data & Content Hub genutzt und auf weiteren Anwendungen ausgespielt werden können, müssen die Daten sowie die dazugehörigen Bilder als Open Data gekennzeichnet sein. Hierfür sind die entsprechenden Daten wenn immer möglich und falls die Einwilligung vorhanden ist, mit der Creative Commons Lizenz CC-BY zu versehen.

Mit einem Klick auf die jeweilige Lizenz auf jedem Datensatz lässt sich die Lizenz öffnen oder schliessen. Für den Datensatz bzw. Text kann eine andere Lizenz als für die Bilder hinterlegt werden. Die für den Text hinterlegte Lizenz gilt nicht automatisch für die Bilder. Da für Bilder oft eine andere Lizenzfreigabe gilt.

### Creative Commons Lizenzstufen




Namensnennung (CC BY): Das Material darf kostenlos geteilt, bearbeitet und auch kommerziell genutzt werden, sofern der Urheber genannt, die Lizenz verlinkt und Änderungen angegeben werden.

| |
|---|
| Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen (CC BY-SA): Das Material darf geteilt, bearbeitet und kommerziell genutzt werden, sofern der Urheber genannt, die Lizenz verlinkt, Änderungen angegeben und Bearbeitungen unter derselben Lizenz weitergegeben werden. |
| Namensnennung-Nicht kommerziell (CC BY-NC): Das Material darf geteilt und bearbeitet, aber nicht kommerziell genutzt werden, sofern der Urheber genannt, die Lizenz verlinkt und Änderungen angegeben werden. |
| Namensnennung-Nicht kommerziell-Share Alike (CC BY-NC-SA): Das Material darf geteilt und bearbeitet, aber nicht kommerziell genutzt werden; Bearbeitungen müssen unter derselben Lizenz weitergegeben werden und Urheber, Lizenz sowie Änderungen sind anzugeben. |
| Namensnennung-Keine Bearbeitung (CC BY-ND): Das Material darf geteilt und auch kommerziell genutzt werden, aber nicht bearbeitet werden; der Urheber muss genannt und die Lizenz verlinkt werden. |
| Namensnennung-Nicht kommerziell-Keine Bearbeitungen (CC BY-NC-ND): Das Material darf geteilt, aber nicht bearbeitet oder kommerziell genutzt werden; der Urheber muss genannt und die Lizenz verlinkt werden. |
| Erfolgt keine Auswahl, ist der Datensatz nicht open data resp. die Lizenz geschlossen. |

## 1.5 Sprache

Für die Dateneingabe ist deutsch die grundlegende Anforderung, während alle anderen Sprachen optional sind. Die Übersetzung erfolgt direkt im System mit dem DeepL Plugin oder dem KI oi.Button.

Der Schreibstil der Inhalte sollte neutral sein und eine sachliche Darstellung der Informationen widerspiegeln. Nach Möglichkeit eine unpersönliche Formulierung, ohne direkte Anrede wie „du“, „Sie“ oder „euch“. Auf werbende und beschönigte Sprache ist zu verzichten.

## 1.6 Datenqualität

Um das angestrebte Ziel des Data & Content Hubs zu erreichen, ist eine hohe Datenqualität von entscheidender Bedeutung. Nur strukturierte, vollständige und qualitativ hochwertige Daten bieten einen echten Nutzen und erhöhen die Attraktivität des Data & Content Hubs für externe Kooperationspartner. Diese können die Daten für weitere Anwendungen nutzen und damit deren Reichweite erhöhen.

Datensätze sind daher möglichst vollständig und detailliert zu pflegen und mit allen relevanten Informationen zu ergänzen. Fehlen Angaben, sind diese beim Anbieter oder Leistungsträger anzufragen und anschliessend einzupflegen.

## 1.7 Ablauf der Datenerfassung

Vor jeder Erfassung muss sich die erfassende Person im Klaren sein, in welchem Themenbereich der Datensatz zugehört (POI, Gastronomie, Angebot…). Im Anschluss beginnt die Erfassung.

### 1.7.1 Dubletten

Eine vom Erfasser vorgenommene Dublettenprüfung vor der Erfassung verhindert doppelte Einträge. Importierte Datensätze können in freien Feldern redaktionell ergänzt werden, Abweichungen in gesperrten Feldern sind im Quellsystem zu korrigieren. Doppelte Einträge für denselben Datensatz sind nicht erwünscht.

## 1.8 Keyword Management

Auf allen Datensätzen können interne Keywords festgelegt werden. Die Erfassung von Keywords hilft dabei, spezifische Inhalte zu gruppieren. Je nach Tourismusregion oder Ausgabekanal können unterschiedliche Keywords verwendet werden, müssen jedoch nach dem folgenden Schema betitelt werden.

Abkürzung Organisation_Keyword (z.b. ltag_schlechtwetter)

Falls ein Eintrag nicht bei Google indexiert werden sollte, kann das Keyword *robots_noindex* hinterlegt werden.

Auf https://app.tourismdata-luv.com/open-data-finder kann nach den Keywords gesucht werden (Login muss angefragt werden). Dort werden die Keywords jede Nacht aus dem Content Hub importiert und dargestellt. Um zu den Keywords zu gelangen: Reiter Daten → destination.one → Keyword

## 1.9 Kontaktpersonen

Bei Fragen zum System und der Erfassung können folgende Personen kontaktiert werden. Schulungstermine auf Anfrage möglich.
Technischer Projektleiter: Urs Lang, urs.lang@luzern.com
Inhalt & Erfassung: Chantal Bättig, chantal.baettig@luzern.com

# 2 Leitfaden für POIs

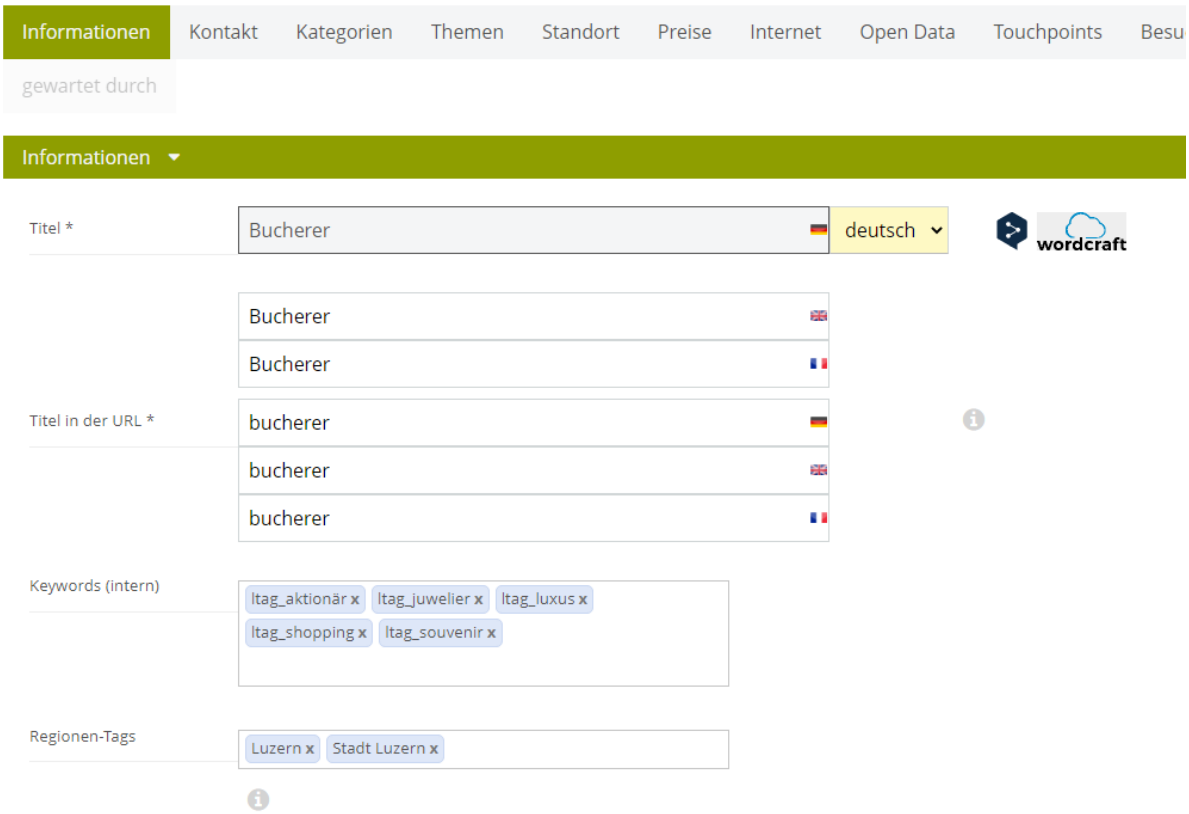
## 2.1 Informationen

Im Reiter Informationen werden grundlegende Daten, Titel und Beschreibung erfasst.

### 2.1.1 Titel

**Anforderungen**

- 1-5 Wörter
- Keine Artikel im Titel (z.B. Die Kappelbrücke)
- Bezeichnung wie auf der Webseite des Eintrags (z.B. Hans Erni Museum)
- Allgemein auf die Ortsnamen im Titel verzichten. Wenn es umgangssprachlich zur Bezeichnung gehört, darf der Ort geschrieben werden. (z.B.Grand Casino Luzern)
- Keine Artikel im Titel (z.B. Die Kappelbrücke)
- Bei Spielplätzen und Feuerstellen darf die Bezeichnung geschrieben werden, soll aber wenn möglich weglassen und über die Kategorie abgebildet werden. Keine Umschreibungen (z.B. Hotel Löwen – das schönste Hotel)
- Gross- und Kleinschreibung beachten. GROSSBUCHSTABEN nicht verwenden (nur wenn es Eigennamen sind (z.B. MIGROS)
- Anführungs- und Schlusszeichen und Klammern «» sowie () und - nicht verwenden.
- Keine Höhenangaben (z.B. Rigi 1'797 m.ü.M.)
- Keine Trennzeichen wie z.B. | oder:
- Titel in EN und Französisch übersetzen




**Gut zu wissen**
Der Regionen-Tag bietet die Möglichkeit, einen Eintrag zusätzlich Regionen oder Projekten zuzuordnen.

### 2.1.2 Beschreibung

In der Beschreibung werden wichtige und für den Gast interessante Informationen niedergeschrieben. Möglichst neutral und sachlich geschrieben. Nach Möglichkeit eine unpersönliche Formulierung, ohne direkte Anrede wie „du“, „Sie“ oder „euch“.

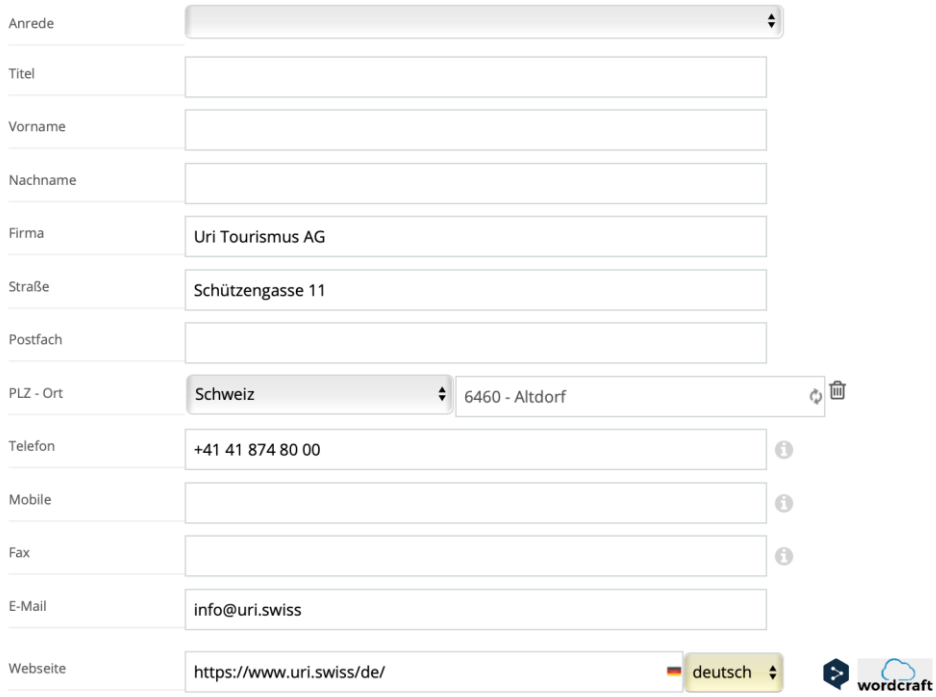
Sind keine speziellen Wintertexte vorgesehen ist nur ein Sommertext zu pflegen. Sommertext = Standardtext.

**Anforderungen**

| | |
|---|---|
| Kurzbeschreibung / Teaser | • Max. 200 Zeichen<br>• Keine Bullet Points<br>• Keine Links<br>• Nicht Fett<br>• Ansprechende kurze Zusammenfassung |
| Beschreibung | • Keine Links auf Google Maps<br>• Mind. 200 Zeichen<br>• Bei Übertitel immer H2 nehmen |

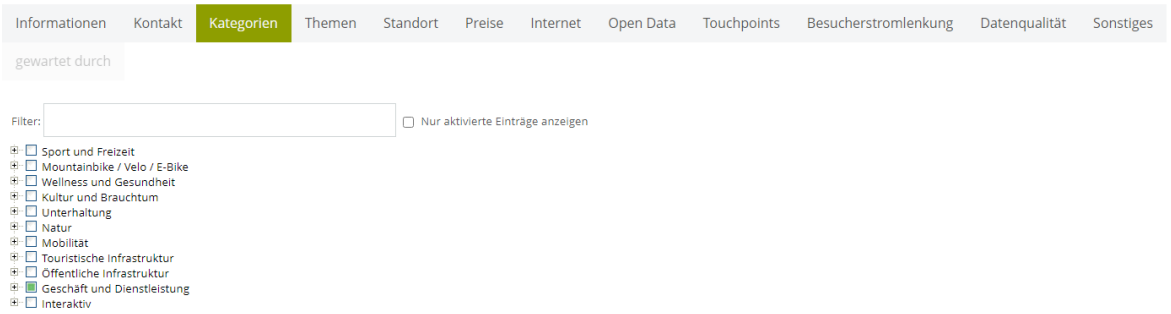
## 2.2 Kontakt

Im Reiter Kontakt sind Adressinformationen einzutragen. Falls der Datensatz eine ST-Net Adresse besitzt, kann dieses Feld leergelassen werden. Da die Adressinformationen auch über die ST-Net ID angezogen werden.



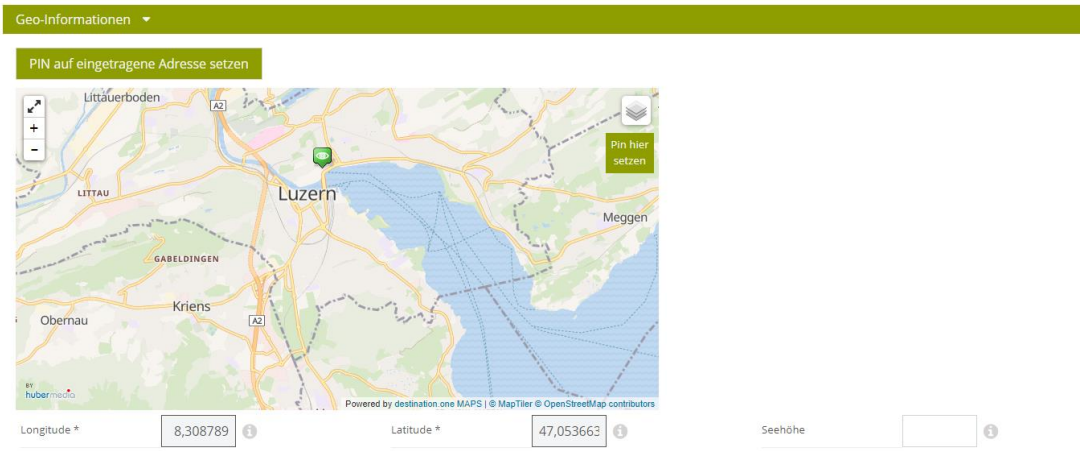

## 2.3 Kategorien

Der Reiter Kategorien dient dazu, den Inhalt Kategorien zuzuordnen. Es können mehrere Kategorien gewählt werden. Die Kategorien werden an das Projekt übergeben. Z.B. In das Frontend einer Website. Mindestens eine passende Kategorie wählen, wenn sinnvoll können auch mehrere Kategorien ausgewählt werden.




## 2.4 Standort / Geoinformationen

Im Reiter Standort werden die Geokoordinaten eingetragen. Zwingend auszufüllen sind Lat / Lon Koordinaten. Das Feld der Seehöhe ist nicht relevant.



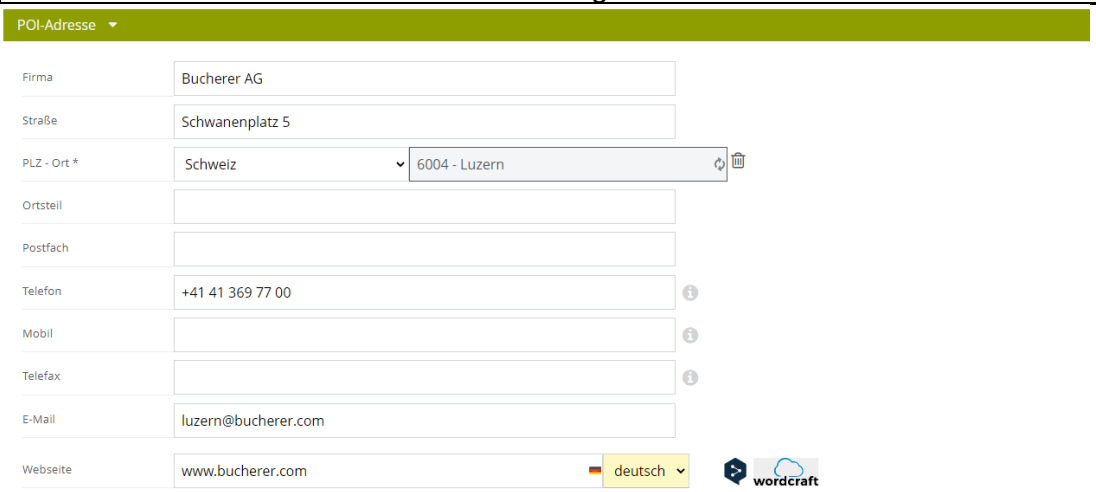
**Gut zu wissen**
Longitude und Latitude können im ST-Datanetwork nachgeschaut werden. Alternativ ist dies auch über Google Maps möglich, mit Rechtsklick auf die Stecknadel.

### 2.4.1 POI-Adresse

Die POI-Adresse ist ergänzend zum Kontaktfeld und ist zwingend auszufüllen, sofern keine ST-Net-Adresse vorhanden ist. Wenn die ST-Net-Adresse vorhanden ist, kann dieser Reiter leergelassen werden.

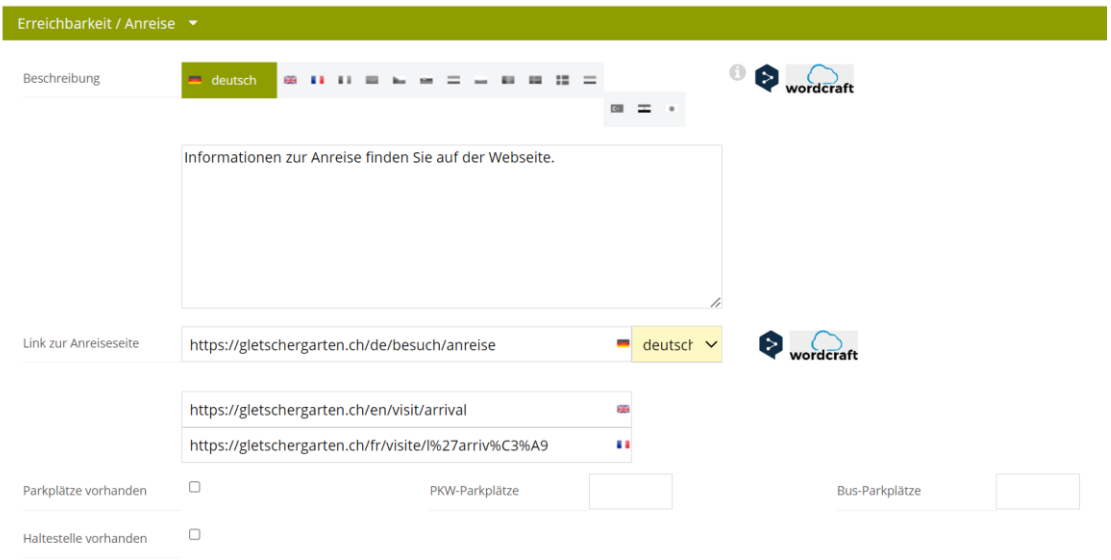
**Anforderungen**

- Telefonformat: +41 41 123 45 67
- E-Mail ist klein geschrieben
- Website: https://www.test.ch
- Es ist Ort und PLZ anzugeben
- Bei POI ohne Eindeutige Adresse, Tourismus Büro Adresse eingeben
- Kann auch über ST-Net-Adresse bezogen werden




### 2.4.2 Anreise / Erreichbarkeit

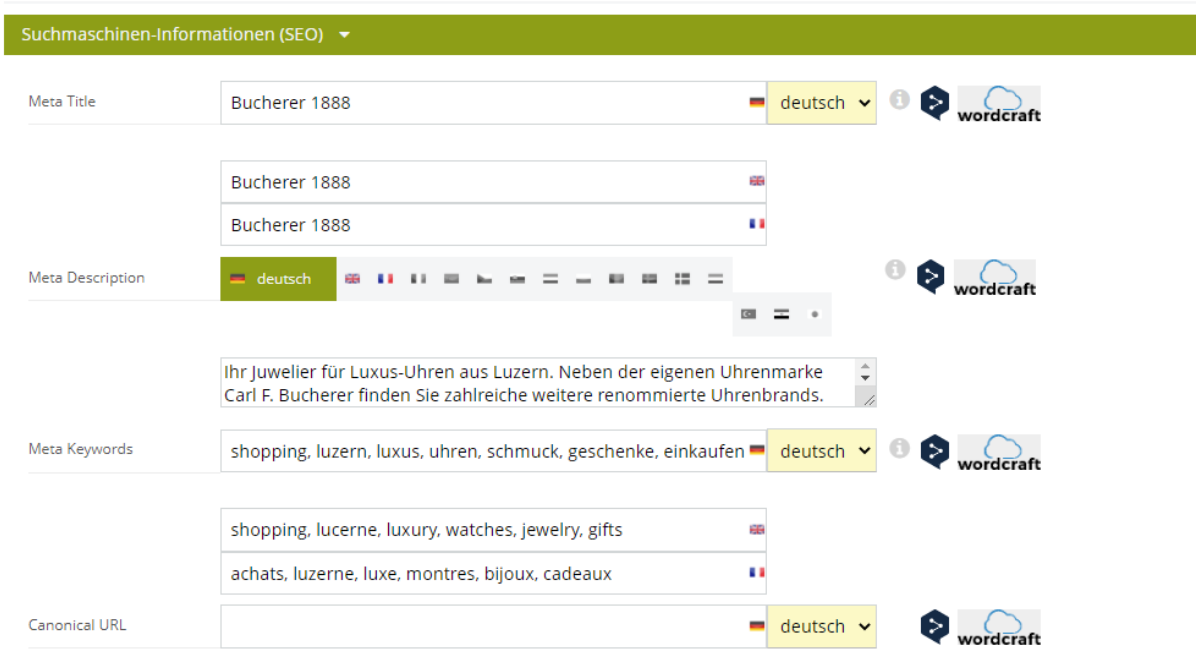
In diesem Feld sind die Anreiseinformationen zu pflegen. Es besteht die Möglichkeit einen eigenen Text zu schreiben oder auf eine Webseite zu verlinken. Vermeiden Sie Texte wie z.B. "Weitere Informationen finden Sie auf der Webseite oder weitere Informationen finden Sie auf der Anreiseseite". Besser konkrete Angaben wie z.B. Anreise mit dem Auto: Vor dem Museum hat es 20 gebührenfreie Parkplätze für Museumsgäste. Anreise mit dem ÖV: Anreise mit dem Bus mit der Line 2, 5, 8, 9. Zu Fuss: Das Museum ist ca. 10 Gehminuten vom Bahnhof Luzern entfernt.




## 2.5 Internet

In diesem Bereich können alle internetbezogenen Daten gepflegt werden. Dazu gehören SEO-Daten für die Google-Suche oder Soziale-Medien-Daten. Ebenfalls in diesem Reiter sind alle Partnersysteme, wie die [ST-Net-ID.]

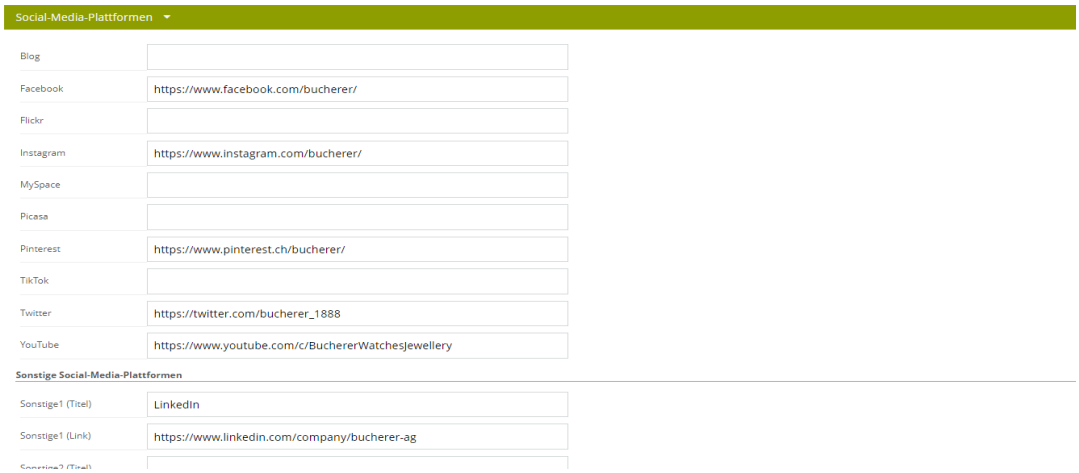
### 2.5.1 Suchmaschinen-Informationen




Bei der Erfassung der SEO-Daten ist zu beachten, dass keine Region oder Firmen spezifischen Endungen gebraucht werden.

Hinweis zu Canonical URL: Die Canonical URL ist zu pflegen, wenn derselbe Inhalt über mehrere Seiten oder URLs erreichbar ist, damit Suchmaschinen die richtige Hauptseite erkennen und bewerten. Bsp. Beim POI der Kapellbrücke kann optional die URL der redaktionell gepflegten Landingpage “luzern.com/de/highlights/kapellbruecke” hinterlegt werden.

### 2.5.2 Social-Media- Plattformen




### 2.5.3 Partnersysteme




Die ST-Net ID für die Adressinformationen kann bei Partnersystem gepflegt werden.

## 2.6 Alle anderen Felder

Nicht in diesem Leitfaden erwähnte Felder sind, wenn immer möglich zu befüllen. Die Informationen können direkt beim Partner oder Leistungsträger angefragt werden.

# 3 Leitfaden für Gastronomie

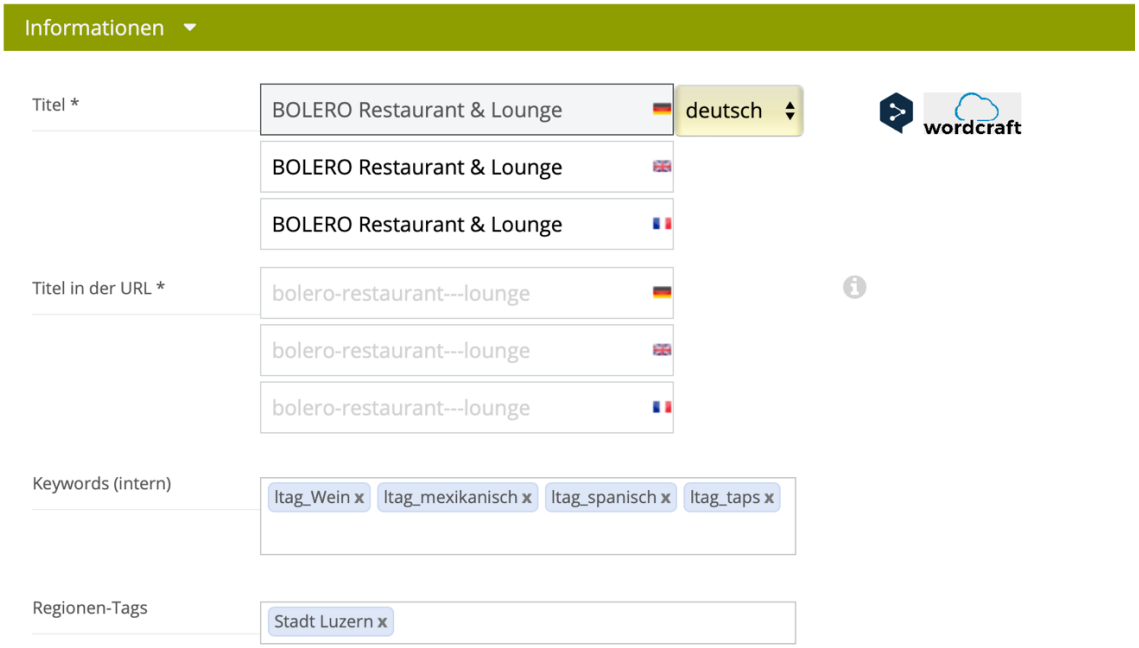
## 3.1 Informationen

Im Reiter Informationen werden grundlegende Daten, Titel und Beschreibung erfasst.

### 3.1.1 Titel

**Anforderungen**

- 1-5 Wörter
- Keine Artikel im Titel (z.B. Die Kappelbrücke)
- Bezeichnung wie auf der Webseite des Eintrags (z.B. Hans Erni Museum)
- Allgemein auf die Ortsnamen im Titel verzichten. Wenn es umgangssprachlich zur Bezeichnung gehört, darf der Ort geschrieben werden. (z.B.Grand Casino Luzern)
- Keine Artikel im Titel (z.B. Die Kappelbrücke)
- Bei Spielplätzen und Feuerstellen darf die Bezeichnung geschrieben werden, soll aber wenn möglich weglassen und über die Kategorie abgebildet werden. Keine Umschreibungen (z.B. Hotel Löwen – das schönste Hotel)
- Gross- und Kleinschreibung beachten. GROSSBUCHSTABEN nicht verwenden (nur wenn es Eigennamen sind (z.B. MIGROS)
- Anführungs- und Schlusszeichen und Klammern «» sowie () und - nicht verwenden.
- Keine Höhenangaben (z.B. Rigi 1'797 m.ü.M.)
- Keine Trennzeichen wie z.B. | oder
- Titel in EN und Französisch übersetzen




**Gut zu wissen**
Der Regionen-Tag bietet die Möglichkeit, einen Eintrag zusätzlich Regionen oder Projekten zuzuordnen.

Falls ein Eintrag nicht bei Google indexiert werden sollte, kann das Wort *robots_noindex* eingegeben werden.

Auf der Webseite https://app.tourismdata-luv.com kann unter Keywords auch nach den Regionen-Tags gesucht werden. Hier für immer nach «region_» mit der anschliessenden Region suchen.

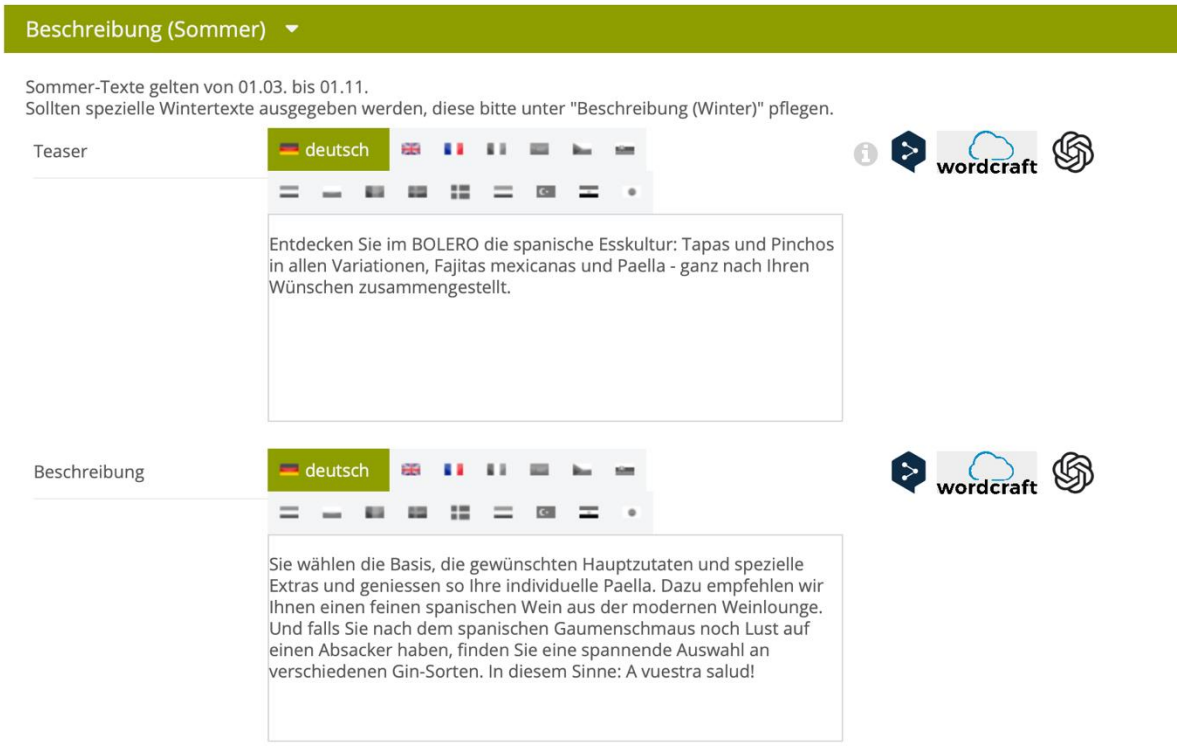
### 3.1.2 Beschreibung

In der Beschreibung werden wichtige und für den Gast interessante Informationen niedergeschrieben. Möglichst neutral und sachlich geschrieben. Nach Möglichkeit eine unpersönliche Formulierung, ohne direkte Anrede wie „du“, „Sie“ oder „euch“.

Sind keine speziellen Wintertexte vorgesehen ist nur ein Sommertext zu pflegen. Sommertext = Standardtext.

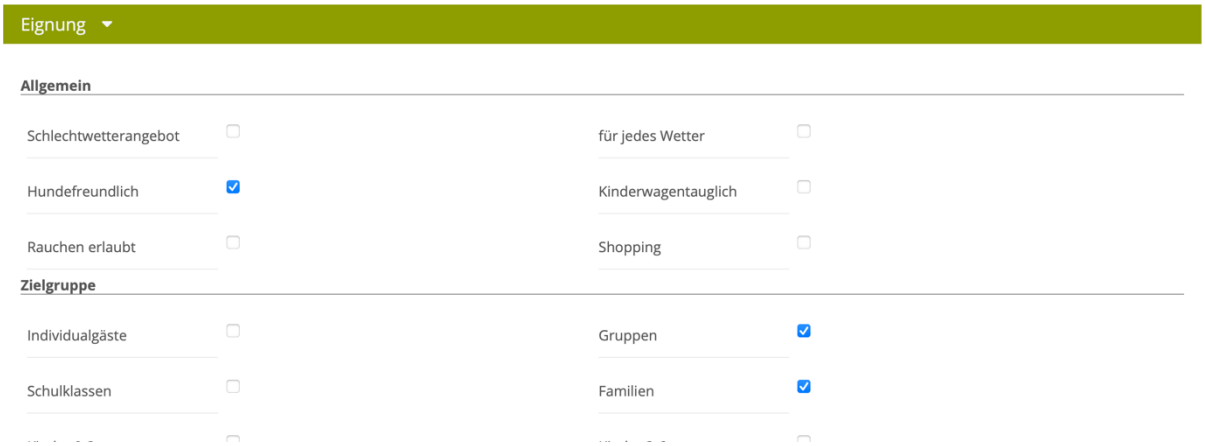
**Anforderungen**

| | |
|---|---|
| Kurzbeschreibung / Teaser | • Max. 200 Zeichen<br>• Keine Bullet Points<br>• Keine Links<br>• Nicht Fett<br>• Ansprechende kurze Zusammenfassung |
| Beschreibung | • Keine Links auf Google Maps<br>• Bei Übertitel immer H2 nehmen<br>• Keine Absätze machen vor und nach einem Übertitel (Abstände können im CMS definiert werden)<br>• Mind. 200 Zeichen |



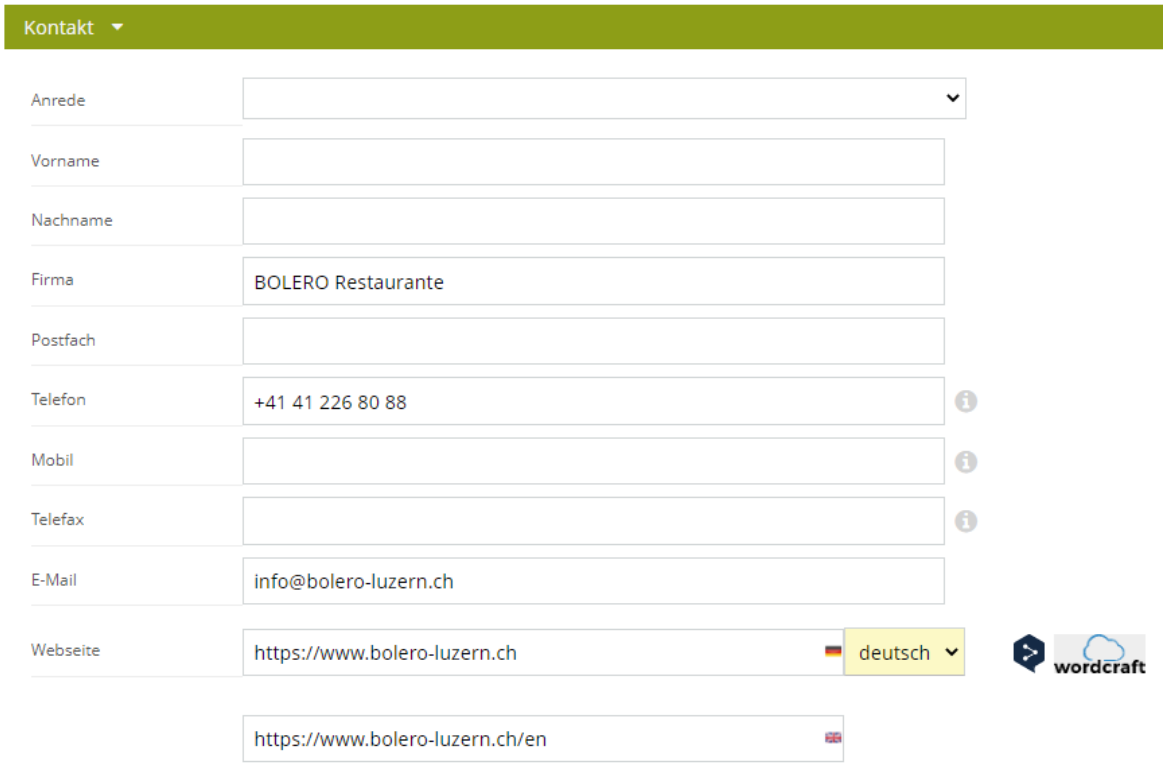

### 3.1.3 Eignung

Die Eignung beschreibt für wen der Eintrag geeignet ist.




## 3.2 Kontakt und Adresse

Im Reiter Kontakt sind Adressinformationen einzutragen. Falls der Datensatz eine ST-Net Adresse besitzt, kann dieses Feld leergelassen werden. Da die Adressinformationen auch über die ST-Net ID angezogen werden.




### 3.2.1 Gastro-Adresse

Die Gastro-Adresse ist ergänzend zum Kontaktfeld und ist zwingend auszufüllen, sofern keine ST-Net-Adresse vorhanden ist.

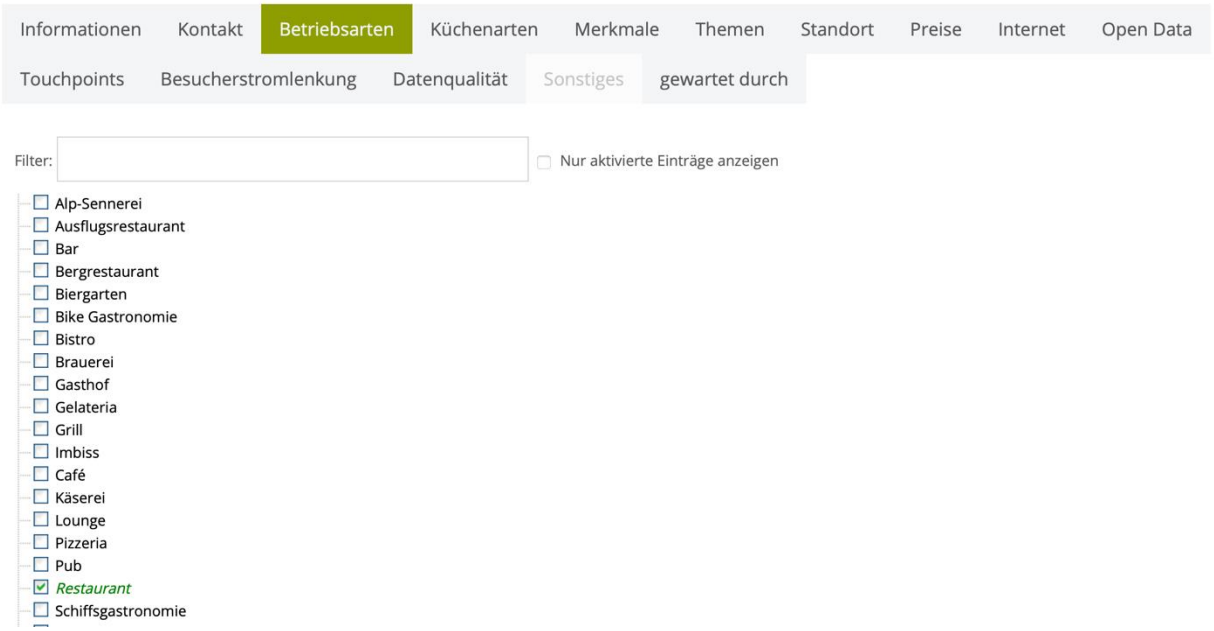
**Anforderungen**

- Telefonformat: +41 41 123 45 67
- E-Mail ist klein geschrieben
- Website: https://www.test.ch
- Es ist Ort und PLZ anzugeben
- Kann auch über STN-Adresse bezogen werden



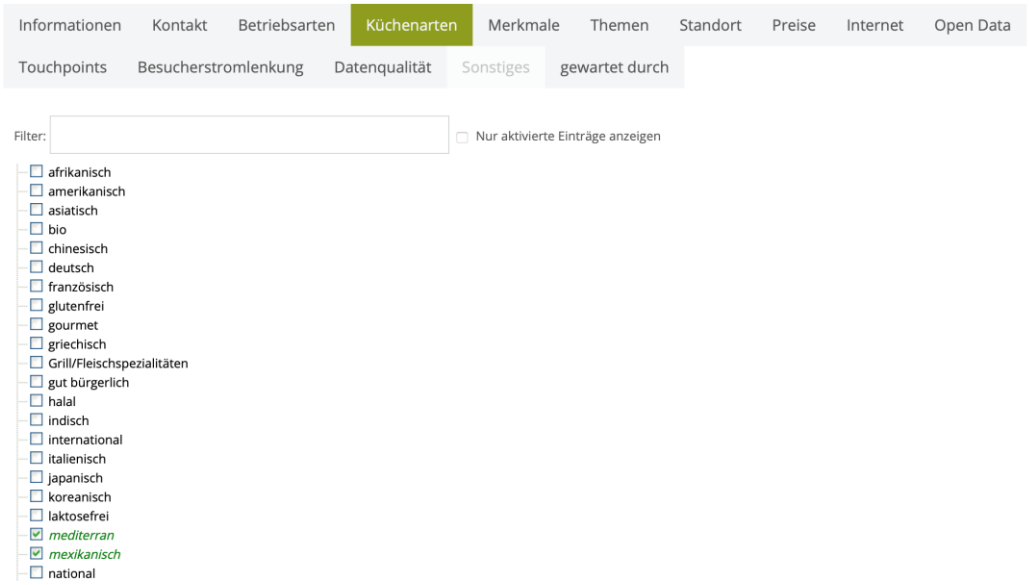

## 3.3 Betriebsarten

Der Reiter Kategorien dient dazu, den Inhalt Kategorien zuzuordnen. Es können mehrere Kategorien gewählt werden. Die Kategorien werden an das Projekt übergeben. Z.B. In das Frontend einer Website. Mindestens eine Betriebsart ist zu wählen.




## 3.4 Küchenarten

Die Checkbox der Küchenart dient dazu, den Inhalt Kategorien zuzuordnen. Es können mehrere Kategorien gewählt werden. Die Kategorien werden an das Projekt übergeben. Z.B. In das Frontend einer Website. Mindestens eine Küchenart wählen, wenn sinnvoll können auch mehrere Küchenarten ausgewählt werden.




## 3.5 Merkmale

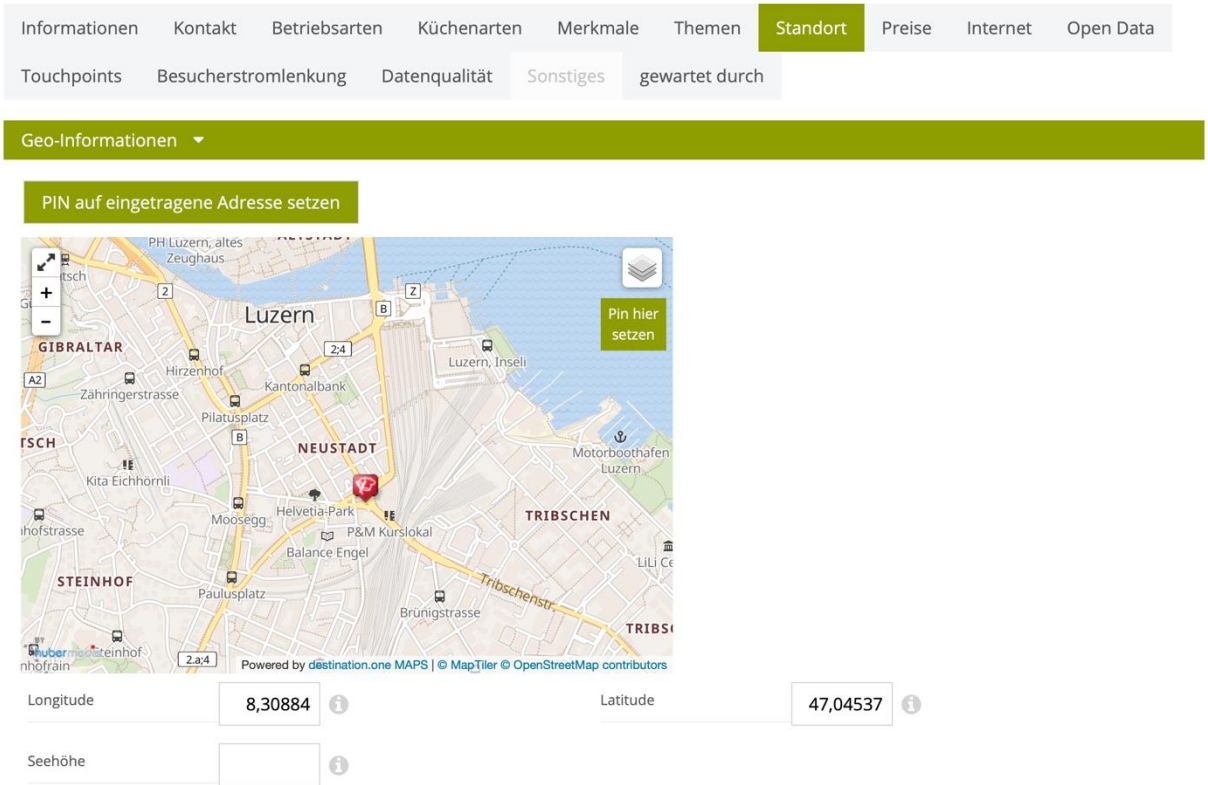
Die Checkbox der Küchenart dient dazu, den Inhalt Kategorien zuzuordnen. Es können mehrere Kategorien gewählt werden. Die Kategorien werden an das Projekt übergeben. Z.B. In das Frontend einer Website.

## 3.6 Standort /Geoinformation

In diesem Bereich können die Standortdaten des Eintrags eingegeben werden, damit dieser auf einer Karte abgebildet werden kann. Zwingend auszufüllen sind Lat / Lon Koordinaten. Das Feld der Seehöhe ist nicht relevant.

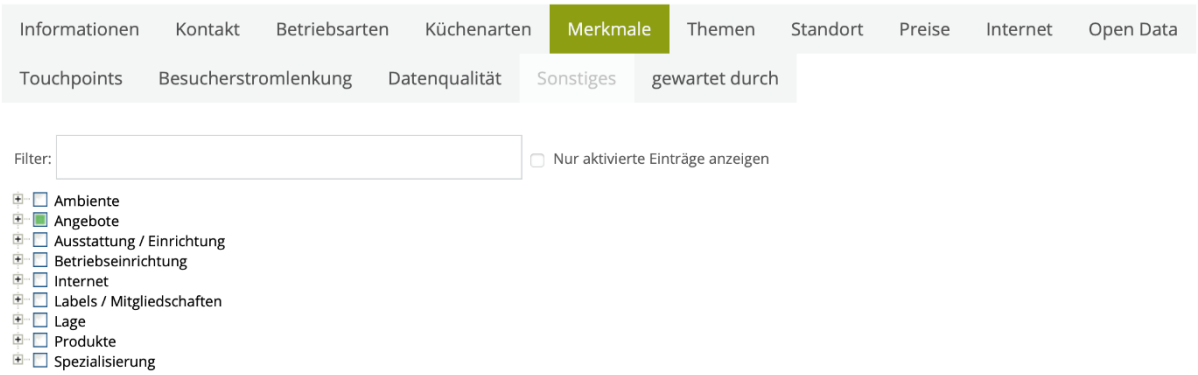
**Gut zu wissen**

Longitude und Latitude können im ST-Datanetwork nachgeschaut werden. Alternativ ist dies auch über Google Maps möglich, mit Rechtsklick auf die Stecknadel.

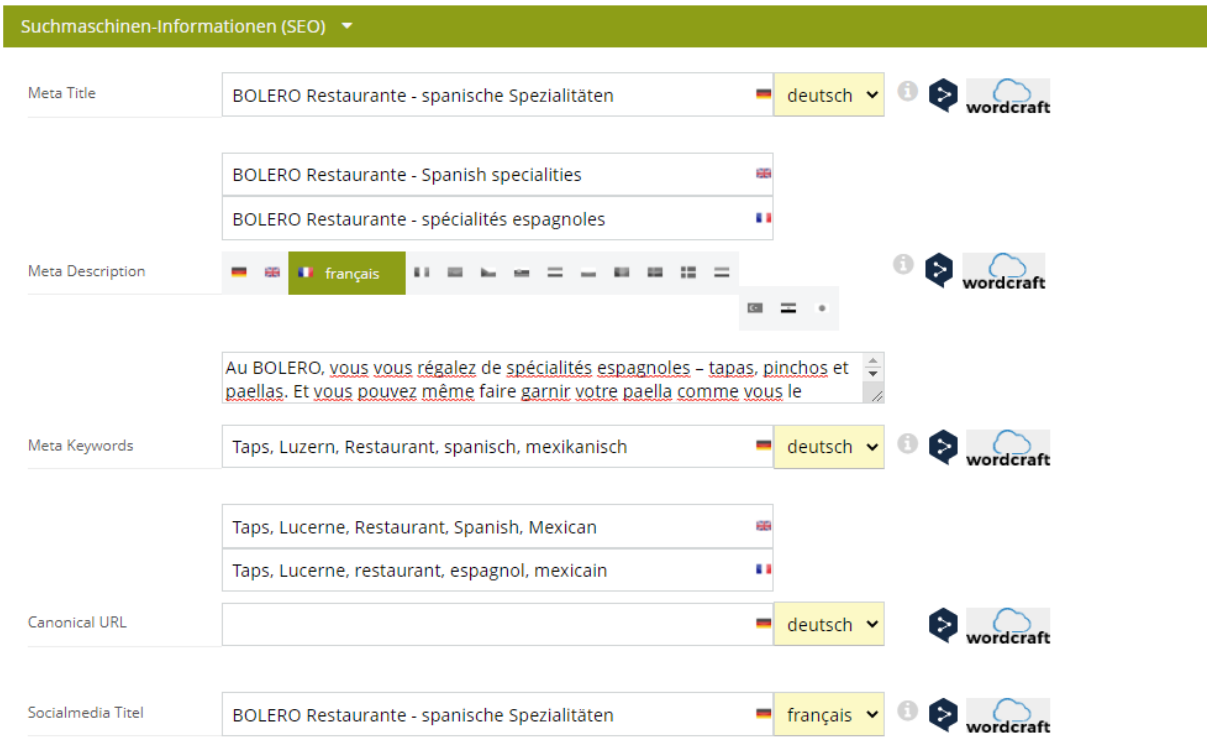



## 3.7 Internet

In diesem Bereich können alle internetbezogenen Daten gepflegt werden. Dazu gehören SEO-Daten für die Google-Suche oder Soziale-Medien-Daten. Ebenfalls in diesem Reiter sind alle Partnersysteme, wie die ST-Net-ID.

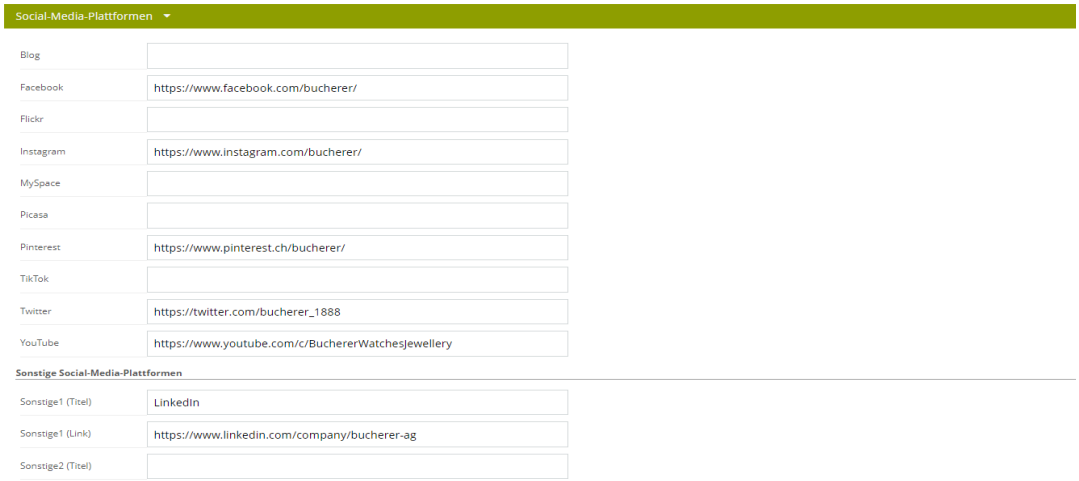


### 3.7.1 Suchmaschinen-Informationen




Bei der Erfassung der SEO-Daten ist zu beachten, dass keine Region oder Firmen spezifischen Endungen gebraucht werden.

### 3.7.2 Social-Media- Plattformen




### 3.7.3 Partnersysteme




## 3.8 Alle anderen Felder

Nicht in diesem Leitfaden erwähnte Felder sind, wenn immer möglich zu befüllen. Die Informationen können direkt beim Partner oder Leistungsträger angefragt werden.

# 4 Leitfaden für Angebote

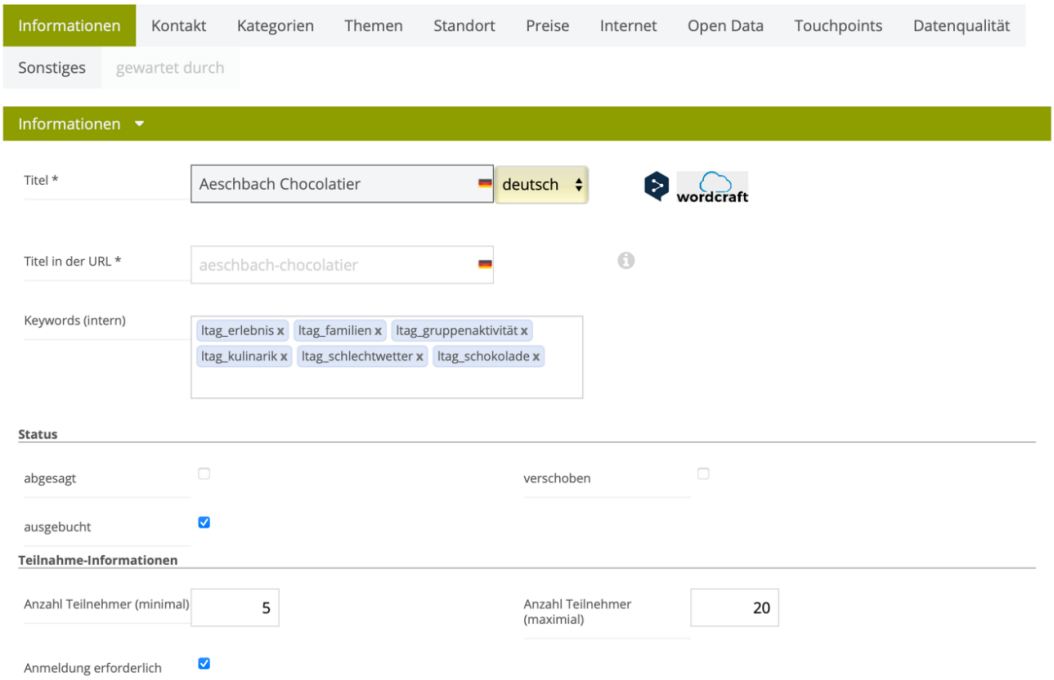
## 4.1 Informationen

Im Reiter Informationen werden grundlegende Daten, Titel und Beschreibung erfasst. Als Ergänzung zu einem POI werden zusätzliche Infos wie z.B. der Status des Angebots oder erweiterte Teilnahme-Informationen festgehalten.

### 4.1.1 Titel und Teilnahme-Infos

**Anforderungen**

- 1-5 Wörter
- Keine Artikel im Titel (z.B. Die Kappelbrücke)
- Bezeichnung wie auf der Webseite des Eintrags (z.B. Hans Erni Museum)
- Allgemein auf die Ortsnamen im Titel verzichten. Wenn es umgangssprachlich zur Bezeichnung gehört, darf der Ort geschrieben werden. (z.B.Grand Casino Luzern)
- Keine Artikel im Titel (z.B. Die Kappelbrücke)
- Bei Spielplätzen und Feuerstellen darf die Bezeichnung geschrieben werden, soll aber wenn möglich weglassen und über die Kategorie abgebildet werden. Keine Umschreibungen (z.B. Hotel Löwen – das schönste Hotel)
- Gross- und Kleinschreibung beachten. GROSSBUCHSTABEN nicht verwenden (nur wenn es Eigennamen sind (z.B. MIGROS)
- Anführungs- und Schlusszeichen und Klammern «» sowie () und - nicht verwenden.
- Keine Höhenangaben (z.B. Rigi 1'797 m.ü.M.)
- Keine Trennzeichen wie z.B. | oder:
- Titel in EN und Französisch übersetzen



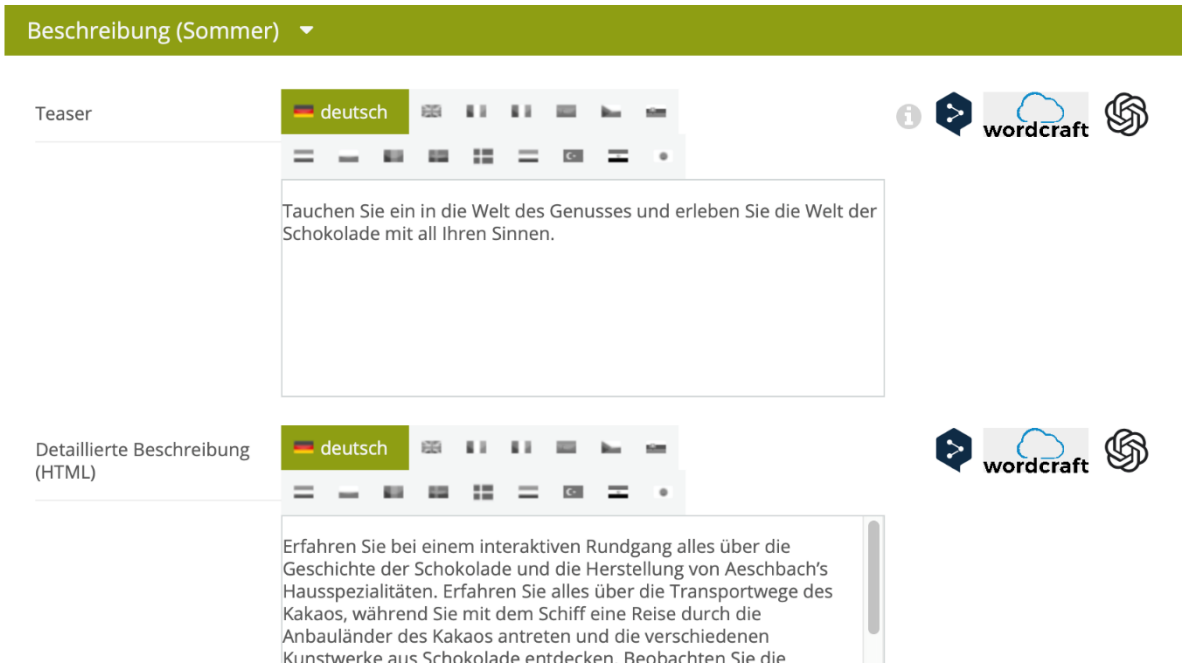

### 4.1.2 Beschreibung

In der Beschreibung werden wichtige und für den Gast interessante Informationen niedergeschrieben. Möglichst neutral und sachlich geschrieben. Nach Möglichkeit eine unpersönliche Formulierung, ohne direkte Anrede wie „du“, „Sie“ oder „euch“.

Sind keine speziellen Wintertexte vorgesehen ist nur ein Sommertext zu pflegen. Sommertext = Standardtext.

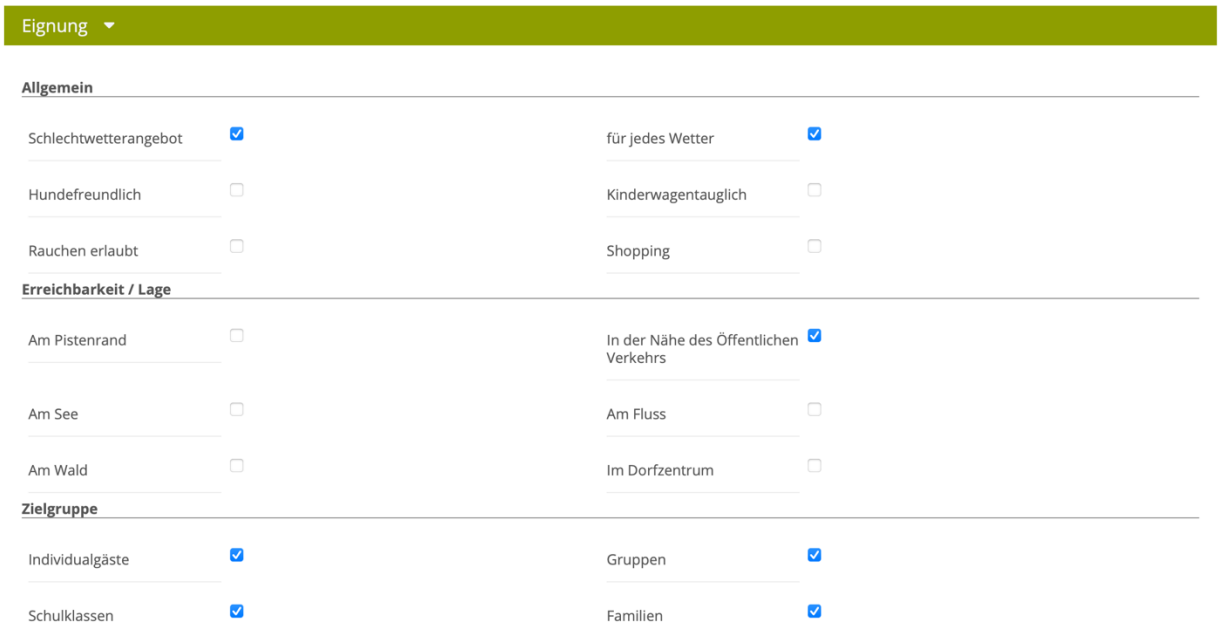
**Anforderungen**

| | |
|---|---|
| Kurzbeschreibung / Teaser | • Max. 200 Zeichen<br>• Keine Bullet Points<br>• Keine Links<br>• Nicht Fett<br>• Ansprechende kurze Zusammenfassung |
| Beschreibung | • Keine Links auf Google Maps<br>• Bei Übertitel immer H2 nehmen<br>• Keine Absätze machen vor und nach einem Übertitel (Abstände können im CMS definiert werden)<br>• Mind. 200 Zeichen |



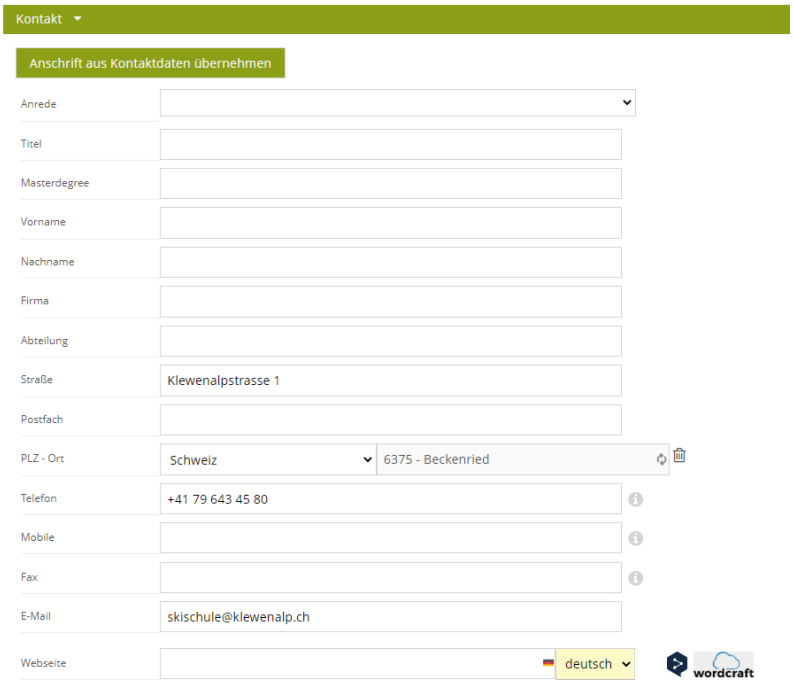

### 4.1.3 Eignung

Die Eignung beschreibt für wen der Eintrag geeignet ist.



## 4.2 Kontakt und Adresse

Im Reiter Kontakt sind Adressinformationen einzutragen. Falls der Datensatz eine ST-Net Adresse besitzt, kann dieses Feld leergelassen werden. Da die Adressinformationen auch über die ST-Net ID angezogen werden.

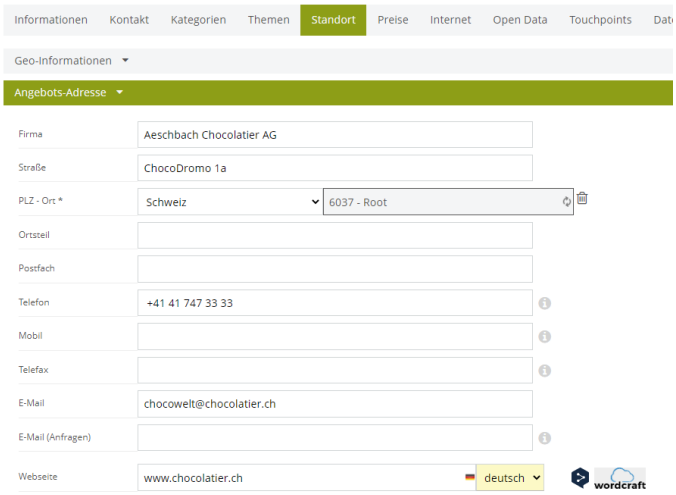



### 4.2.1 Angebots-Adresse

Die Angebots-Adresse ist ergänzend zum Kontaktfeld und ist zwingend auszufüllen, sofern keine ST-Net-Adresse vorhanden ist. Wenn die ST-Net-Adresse vorhanden ist, kann dieser Reiter leergelassen werden.

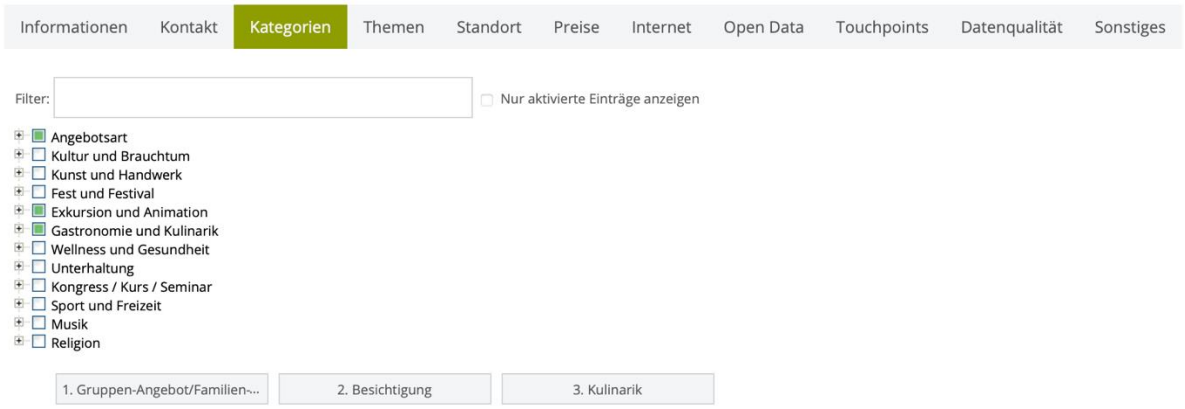
**Anforderungen**

- Telefonformat: +41 41 123 45 67
- E-Mail ist klein geschrieben
- Website: https://www.test.ch
- Es ist Ort und PLZ anzugeben
- Bei POI ohne Eindeutige Adresse, Tourismus Büro Adresse eingeben
- Kann auch über STN-Adresse bezogen werden



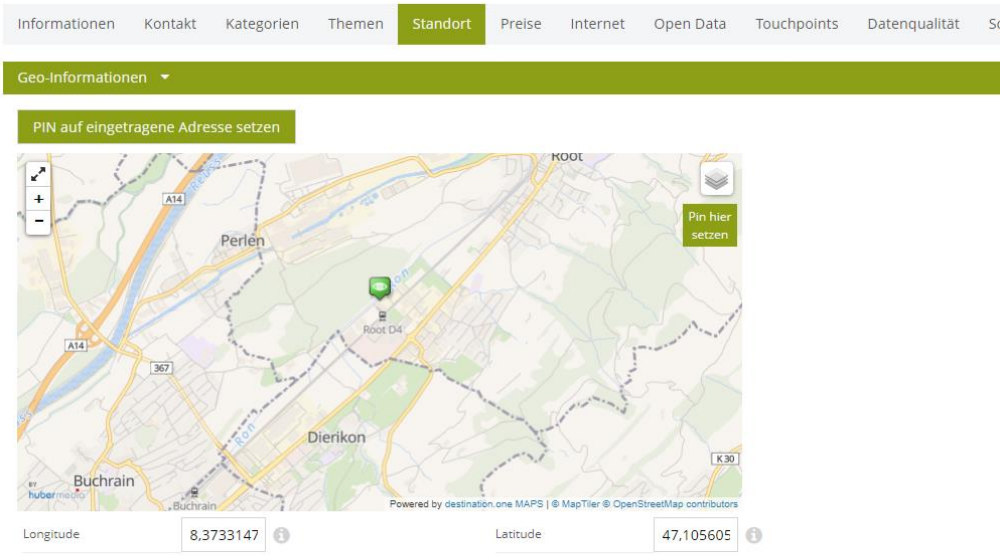
## 4.3 Kategorien

Der Reiter Kategorien dient dazu, den Inhalt Kategorien zuzuordnen. Es können mehrere Kategorien gewählt werden. Die Kategorien werden an das Projekt übergeben. Z.B. In das Frontend einer Website. Mindestens eine passende Kategorie wählen. Wenn es sinnvoll ist, können auch mehrere Kategorien ausgewählt werden




## 4.4 Standort / Geoinformationen

Im Reiter Standort werden die Geokoordinaten eingetragen. Zwingend auszufüllen sind Lat / Lon Koordinaten. Das Feld der Seehöhe ist nicht relevant.

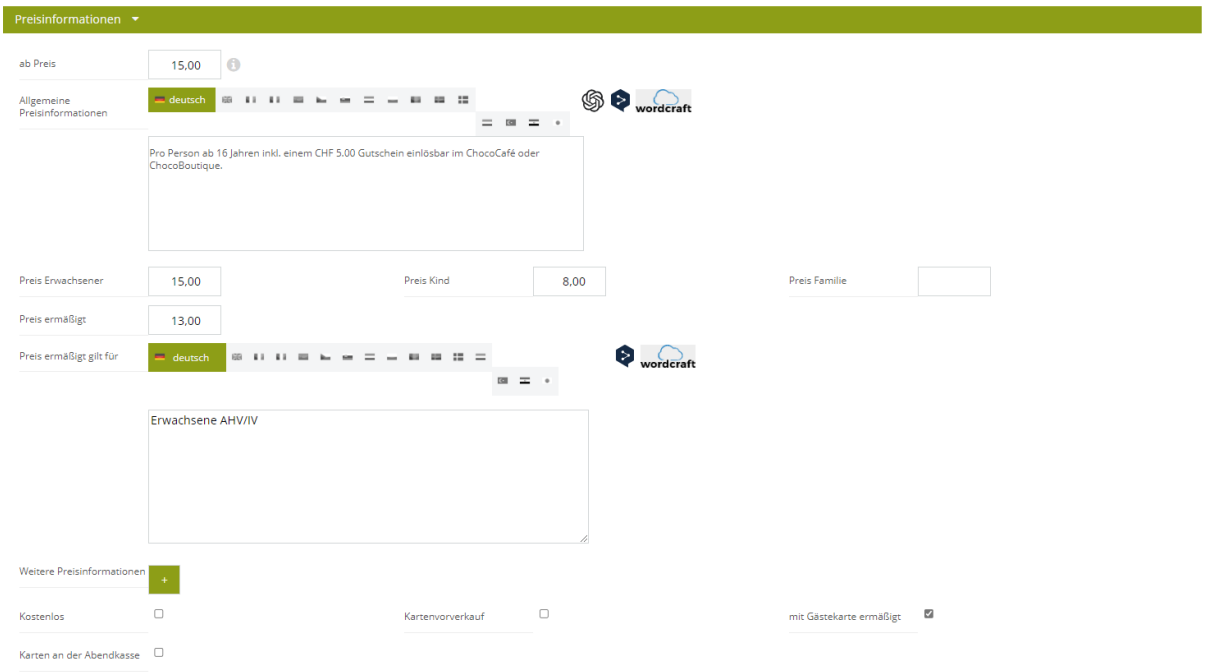



**Gut zu wissen**

Longitude und Latitude können im ST-Datanetwork nachgeschaut werden. Alternativ ist dies auch über Google Maps möglich, mit Rechtsklick auf die Stecknadel.

## 4.5 Preise

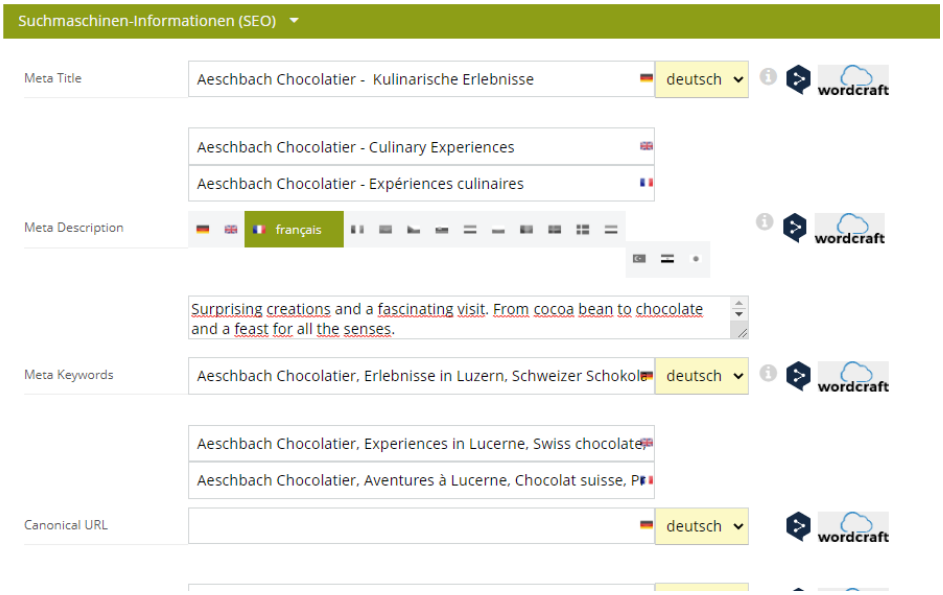
In diesem Reiter können die «ab Preise» für die Angebote sowie generelle Preisinformationen gepflegt werden.




## 4.6 Internet

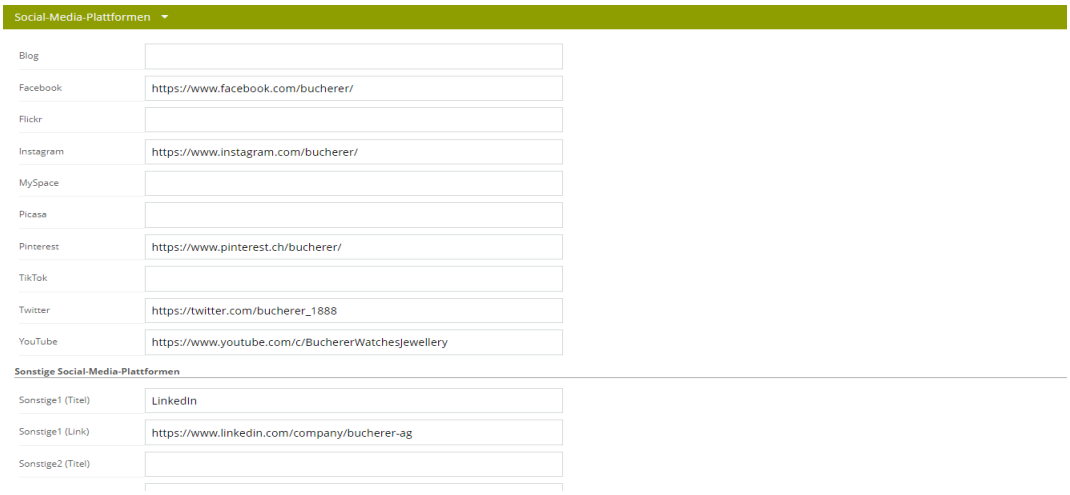
In diesem Bereich können alle internetbezogenen Daten gepflegt werden. Dazu gehören SEO-Daten für die Google-Suche oder Soziale-Medien-Daten. Ebenfalls in diesem Reiter sind alle Partnersysteme, wie die [ST-Net-ID.]

### 4.6.1 Suchmaschinen-Informationen




Bei der Erfassung der SEO-Daten ist zu beachten, dass keine Region oder Firmenspezifischen Endungen gebraucht werden.

### 4.6.2 Social-Media- Plattformen




### 4.6.3 Partnersysteme




## 4.7 Alle anderen Felder

Nicht in diesem Leitfaden erwähnte Felder sind, wenn immer möglich zu befüllen. Die Informationen können direkt beim Partner oder Leistungsträger angefragt werden.

# 5 Leitfaden für Gastgeber

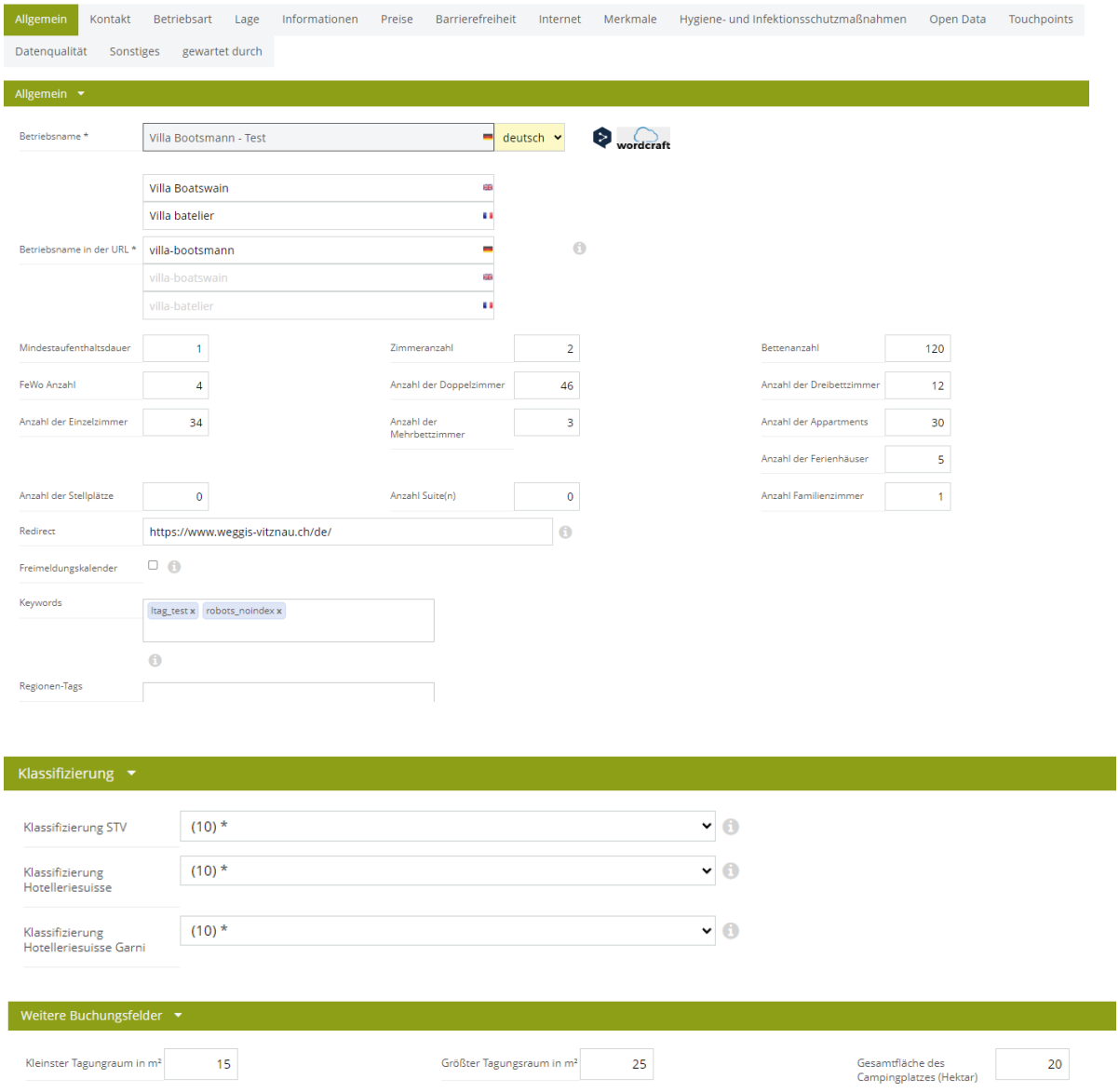
## 5.1 Allgemein

Im Reiter Allgemein werden grundlegende Daten,Titel und Beschreibung zum Gastgeber erfasst.

### 5.1.1 Titel und Gastgeberdaten

**Anforderungen**

- Bezeichnung wie auf der Webseite des Eintrags (z.B. Art Deco Hotel Montana)
- Allgemein auf die Ortsnamen im Titel verzichten. Wenn es umgangssprachlich zur Bezeichnung gehört, darf der Ort geschrieben werden. (z.B.Grand Casino Luzern)
- Keine Artikel im Titel (z.B. Die Kappelbrücke)
- Keine Umschreibungen (z.B. Hotel Löwen – das schönste Hotel)
- Gross- und Kleinschreibung beachten. GROSSBUCHSTABEN nicht verwenden (nur wenn es Eigennamen sind (z.B. MIGROS)
- Anführungs- und Schlusszeichen und Klammern «» sowie () und - nicht verwenden.
- Keine Höhenangaben (z.B. Rigi 1'797 m.ü.M.)
- Keine Trennzeichen wie z.B. | oder:
- Titel in EN und Französisch übersetzen




## 5.2 Kontakt und Adresse

Wenn eine ST-Net Adresse vorhanden ist, kann dieses Feld leergelassen werden. Falls nicht ist es zwingend auszufüllen.

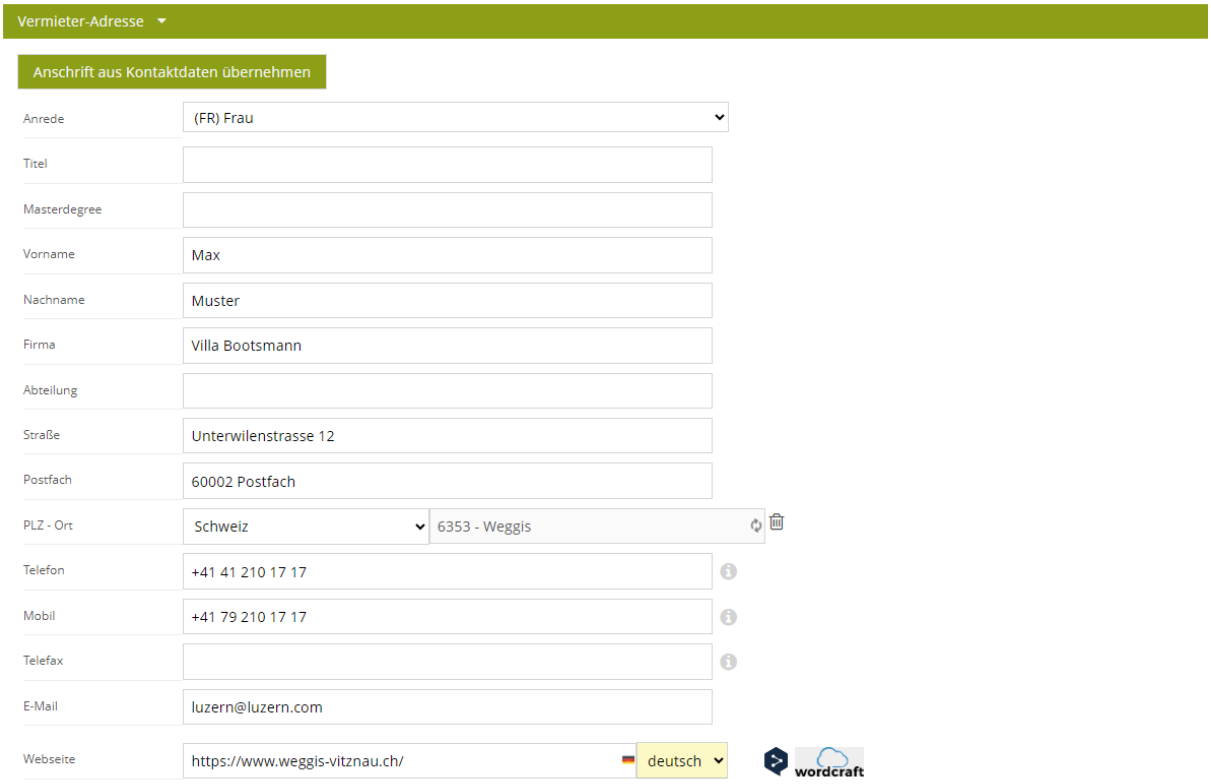
### Anforderungen

- Telefonformat: +41 41 123 45 67
- E-Mail ist klein geschrieben
- Website: https://www.test.ch
- Es ist Ort und PLZ anzugeben

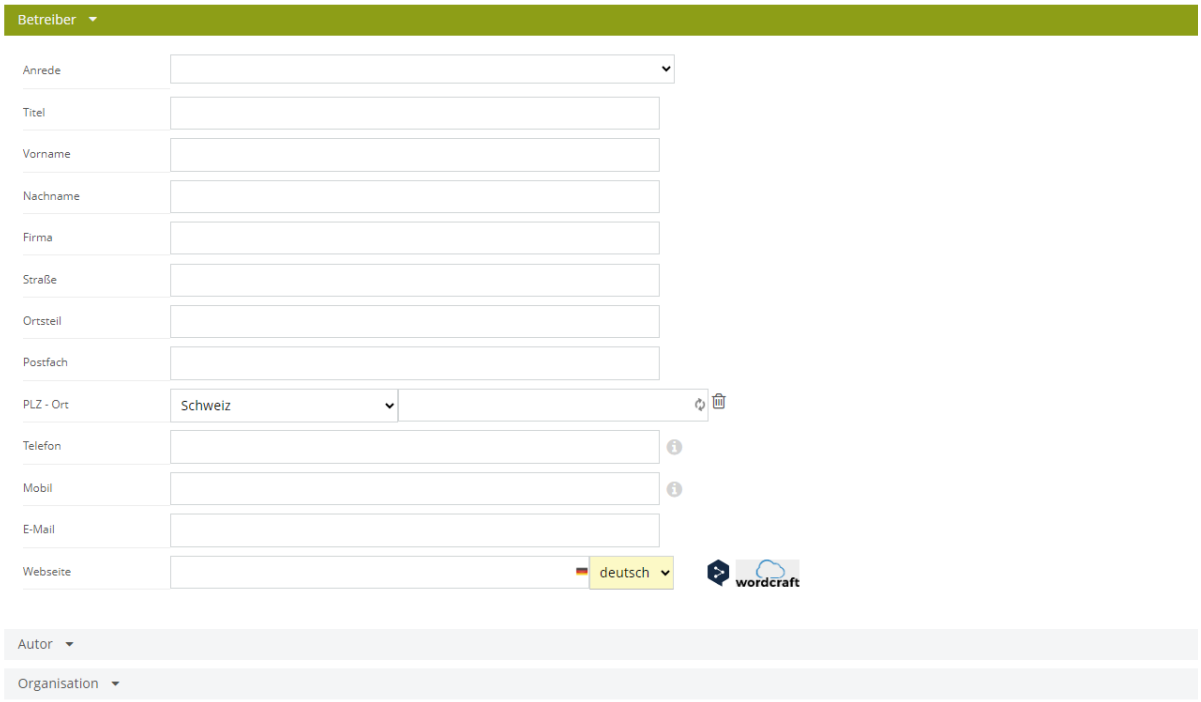
### 5.2.1 Vermieter-Adresse

Die Vermieter-Adresse ist ergänzend zur Objekt-Adresse und ist zwingend auszufüllen, sofern keine ST-Net-Adresse vorhanden ist. Wenn die ST-Net-Adresse vorhanden ist, kann dieser Reiter leergelassen werden (sofern Ansprechperson bei ST-Net ausgefüllt).
Unter «Internet» kann die ST-Net-Adresse eingetragen werden.

Achte bei der ST-Net ID darauf, dass die Swisstainable-Informationen ebenfalls mit der ID übermittelt werden, was zu falschen Angaben führen kann. Mehr Infos findest du hier.




### 5.2.2 Betreiber-Adresse / Autor / Organisation




## 5.3 Betriebsarten

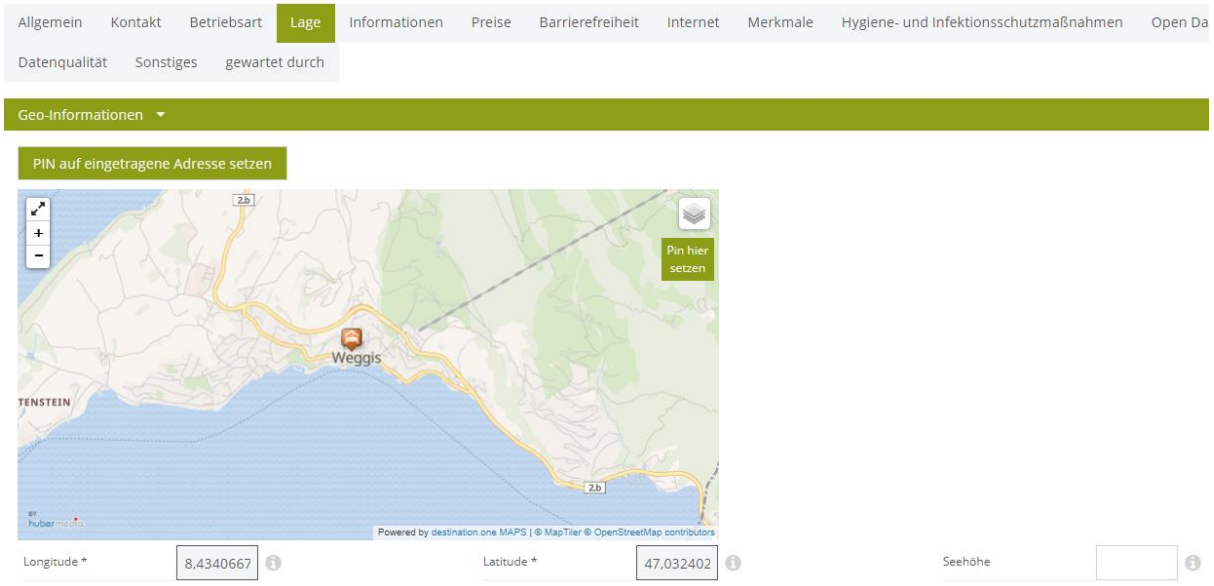
Die Betriebsarten dienen zum Strukturieren der Daten. Sie können im z.B. im CMS oder im Anwendungsprojekt dazu verwendet werden, Inhalte zu strukturieren oder sortieren. Mindestens eine passende Betriebsart wählen. Wenn es sinnvoll ist, können auch mehrere Kategorien ausgewählt werden.




## 5.4 Lage

### 5.4.1 Geoinformationen

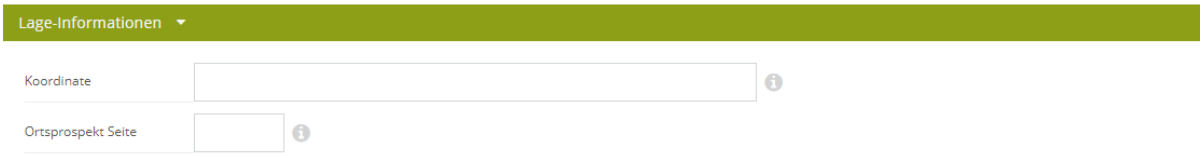
In diesem Bereich können die Standortdaten des Eintrags eingegeben werden, damit dieser auf einer Karte abgebildet werden kann.




**Gut zu wissen**

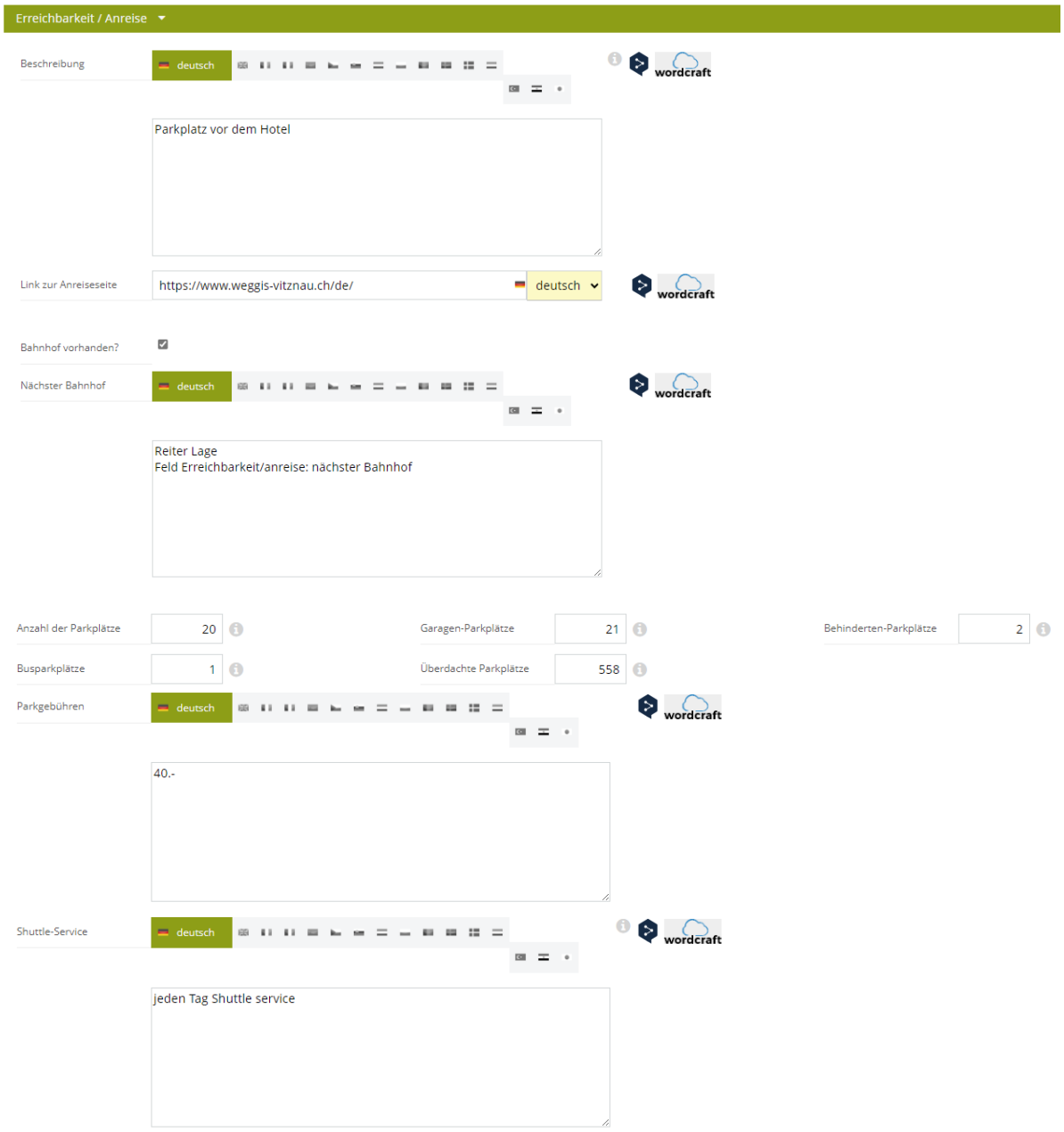
Longitude und Latitude können im ST-Datanetwork nachgeschaut werden. Alternativ ist dies auch über Google Maps möglich. Mit Rechtsklick auf die Stecknadel.

### 5.4.2 Lage-Information




### 5.4.3 Erreichbarkeit / Anreise

Hier können Anreiseinformationen eingetragen werden.




## 5.5 Information

### 5.5.1 Beschreibung

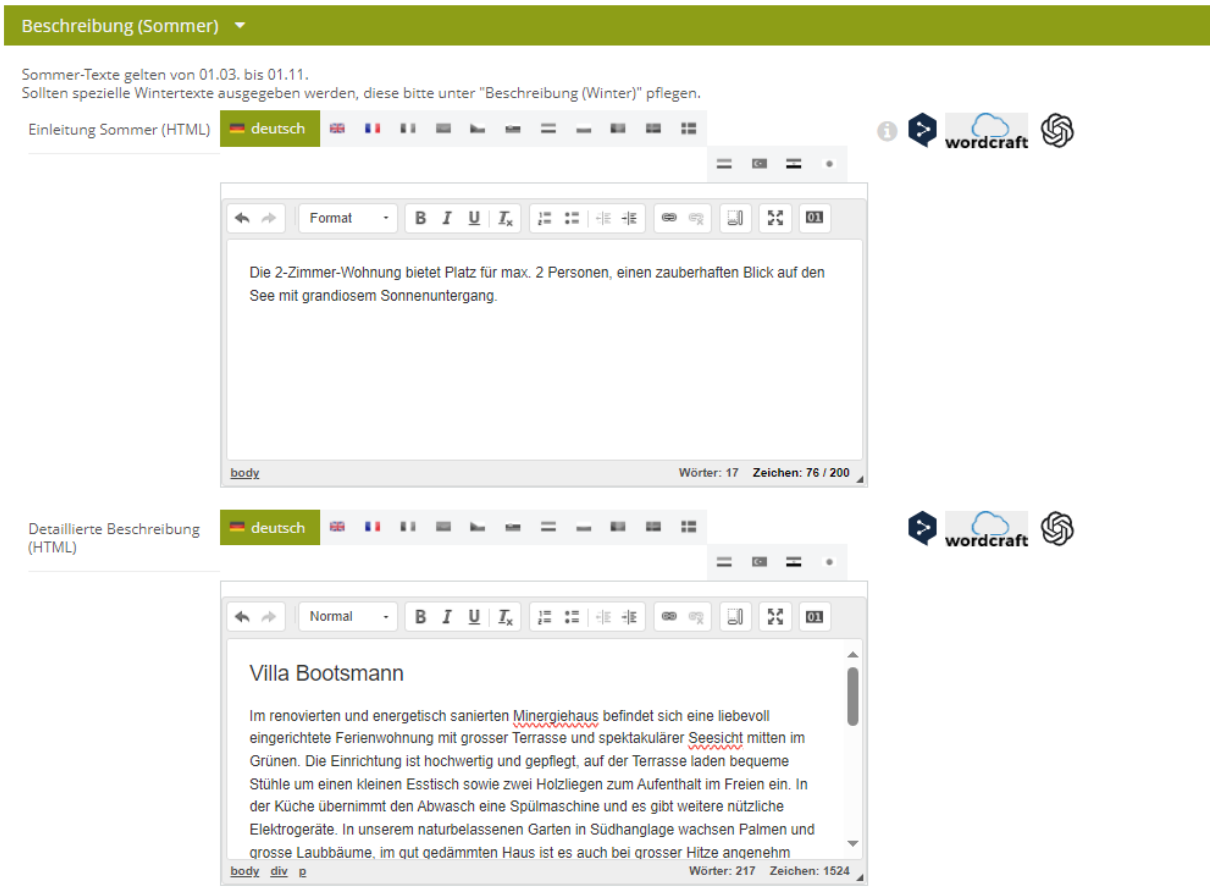
In der Beschreibung werden wichtige und für den Gast relevante Informationen niedergeschrieben. Es gilt zu beachten, dass möglichst neutral und sachlich geschrieben wird. Nach Möglichkeit eine unpersönliche Formulierung, ohne direkte Anrede wie „du“, „Sie“ oder „euch“. Auf werbende und beschönigte Sprache ist zu verzichten.

Sind keine speziellen Wintertexte vorgesehen, ist nur ein Sommertext zu pflegen. Sommertext = Standardtext.

**Anforderungen**

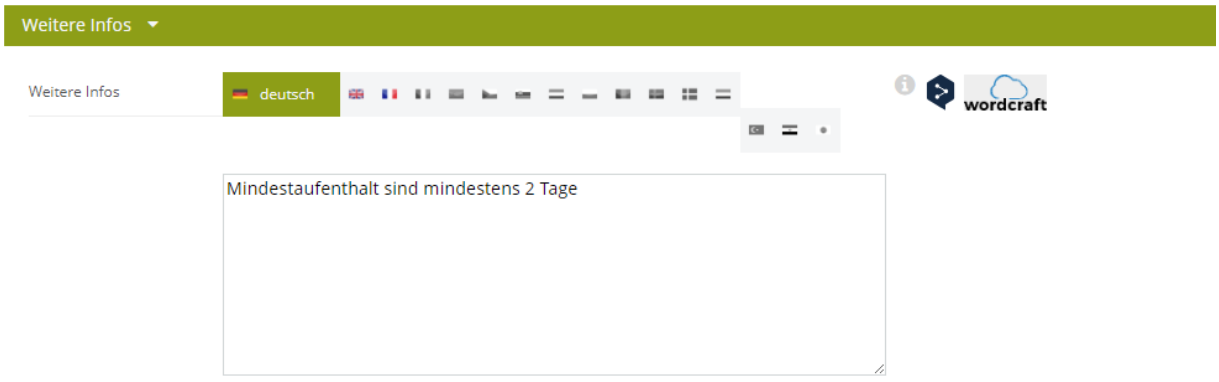
| | |
|---|---|
| Kurzbeschreibung / Teaser | • Max. 200 Zeichen<br>• Keine Bullet Points<br>• Keine Links<br>• Nicht Fett<br>• Ansprechende kurze Zusammenfassung |

| | |
|---|---|
| Beschreibung | • Keine Links auf Google Maps<br>• Bei Übertitel immer H2 nehmen<br>• Keine Absätze machen vor und nach einem Übertitel (Abstände können im CMS definiert werden)<br>• Mind. 200 Zeichen |



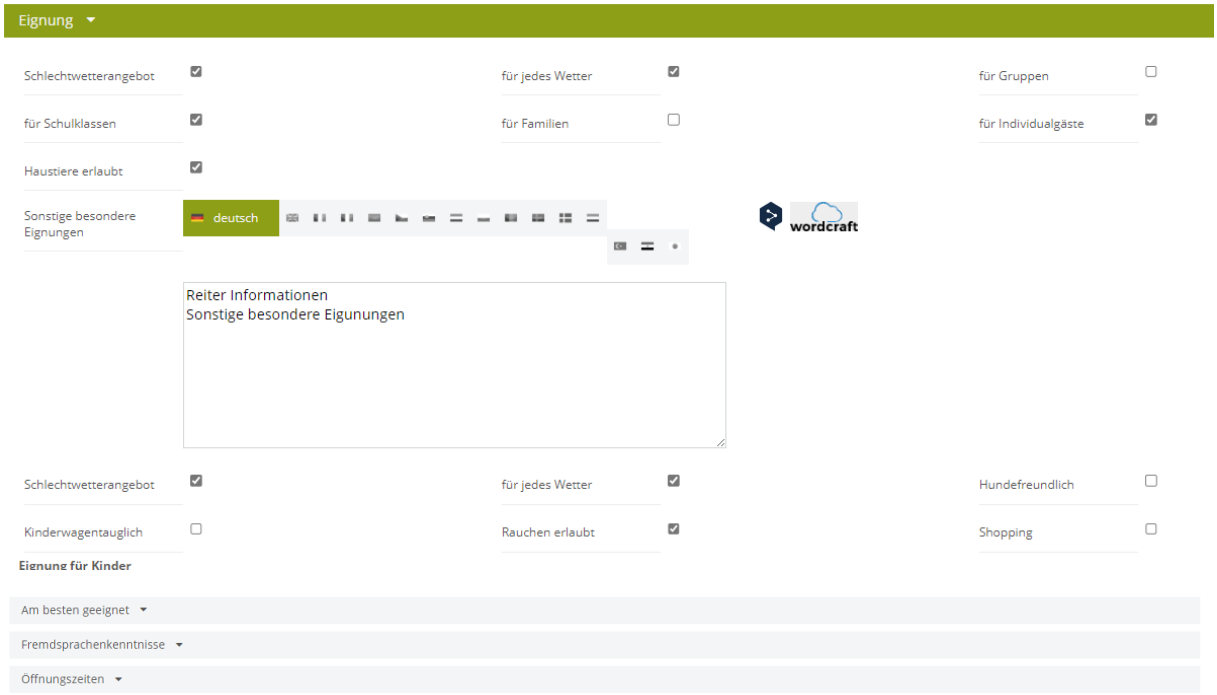

### 5.5.2 Weitere Infos

Weitere Informationen für den Gast können hier eingegeben werden.



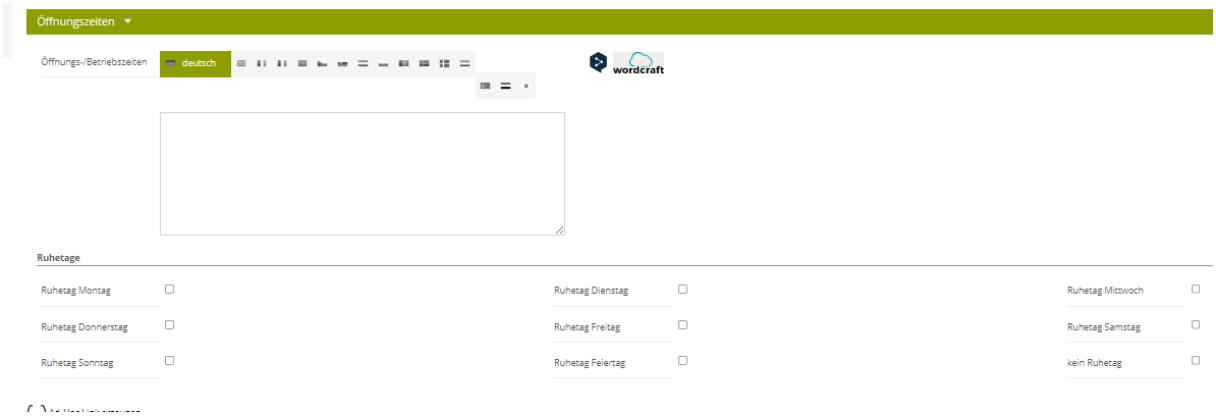

### 5.5.3 Eignung

Die Eignung beschreibt für wen der Eintrag geeignet ist.



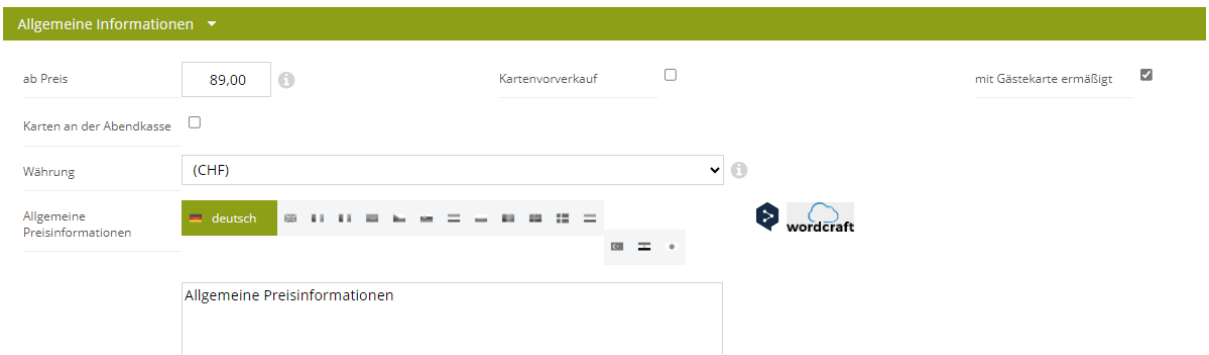

### 5.5.4 Öffnungszeiten

In diesem Feld sind die Öffnungszeiten als Freitext zu hinterlegen. Ein Verweis auf die Webseite des Betriebes vermeiden, z.B. "Weitere Informationen finden Sie auf der Hotelwebseite" nicht schreiben.

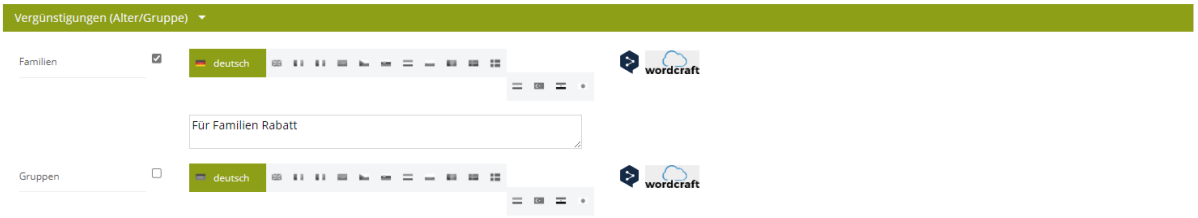



## 5.6 Preise

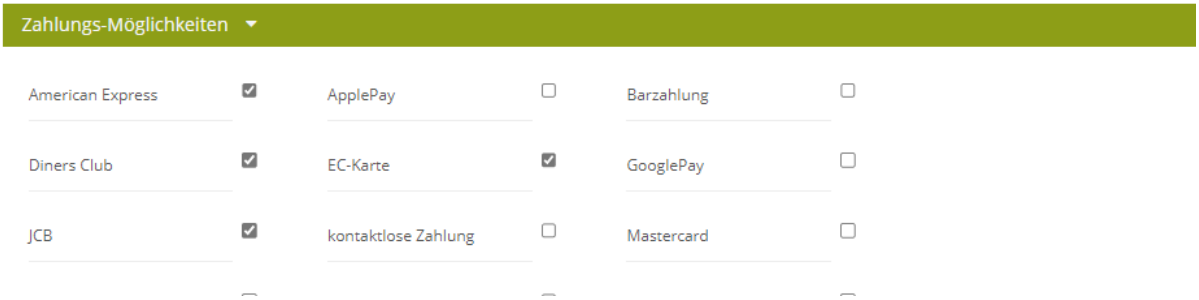
In diesem Reiter können die «ab Preise» für die Unterkunft sowie generelle Preisinformationen gepflegt werden.



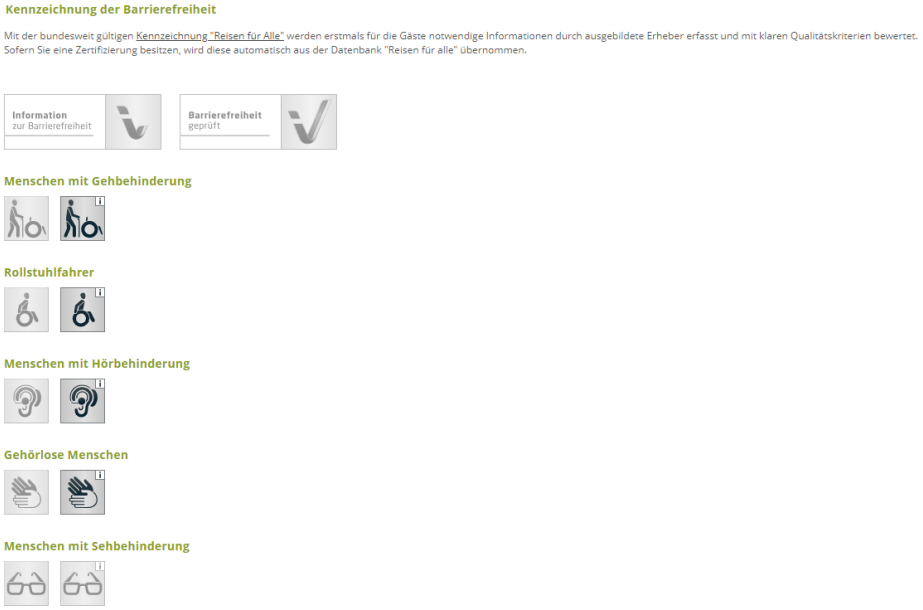
### 5.6.1 Vergünstigungen

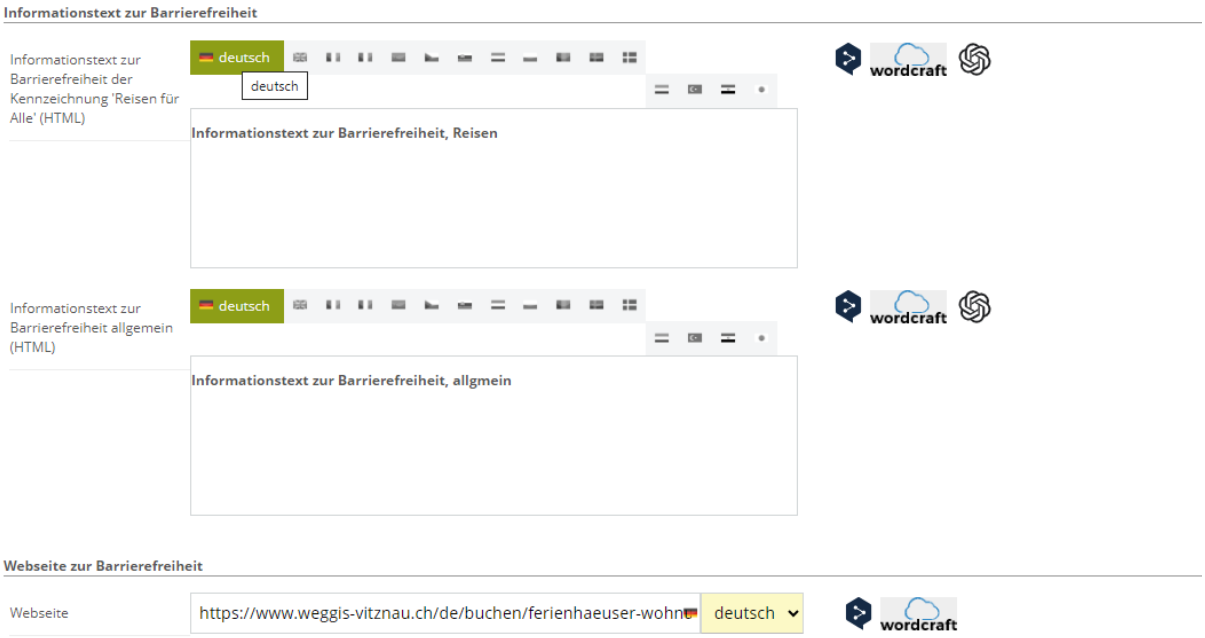



### 5.6.2 Zahlungsmöglichkeiten




## 5.7 Barrierefreiheit

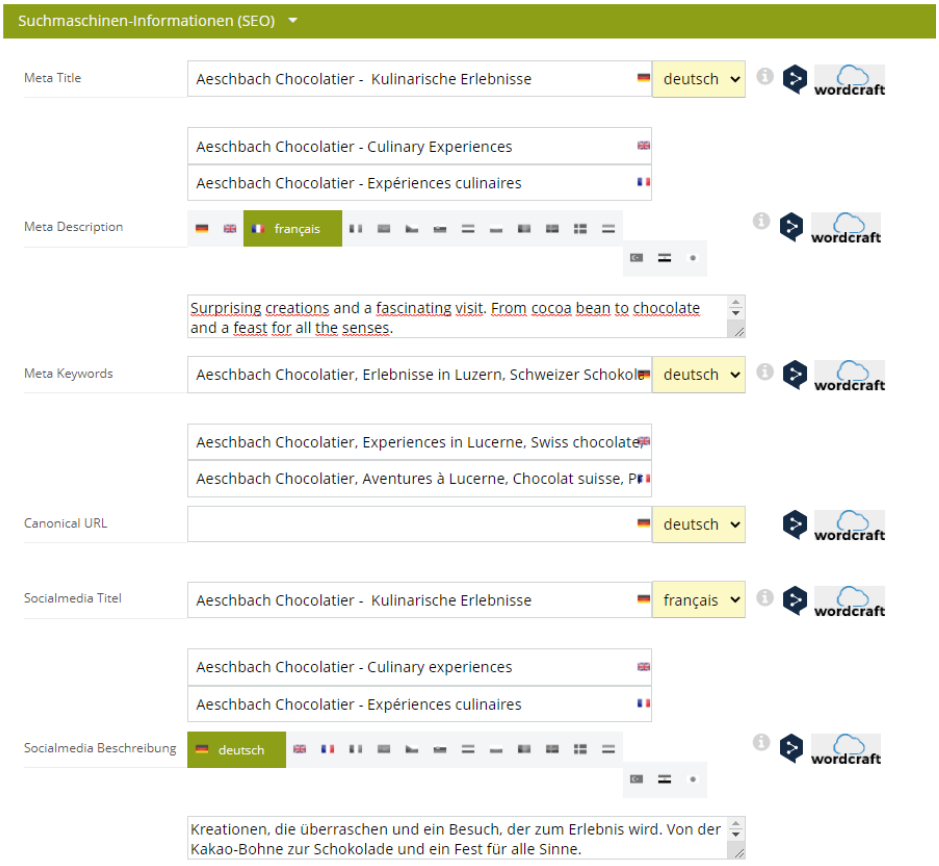





## 5.8 Internet

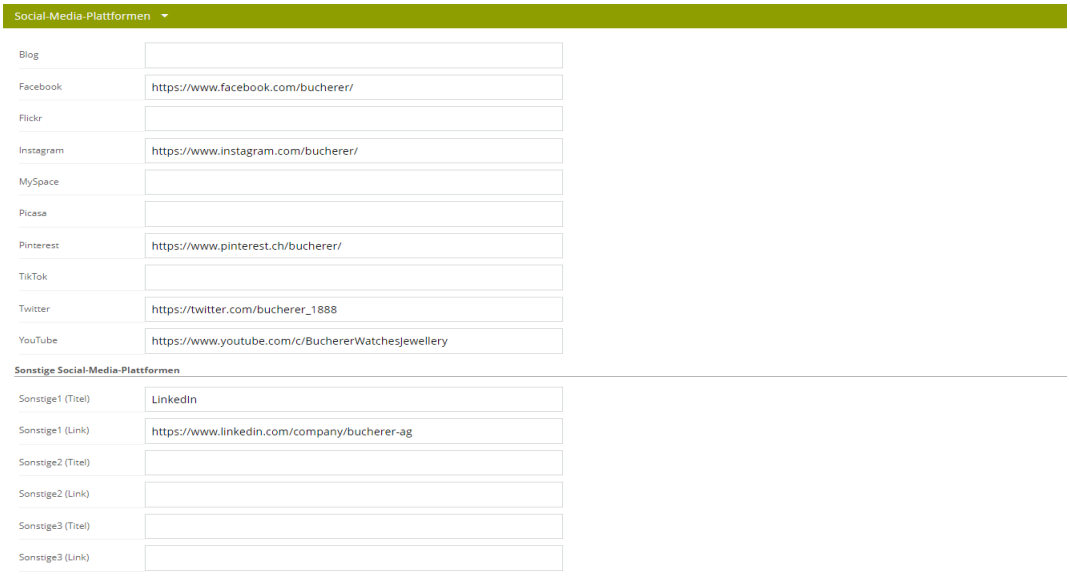
In diesem Bereich können alle internetbezogenen Daten gepflegt werden. Dazu gehören SEO-Daten für die Google-Suche oder Sozial-Media-Daten. Ebenfalls in diesem Reiter sind alle Partnersysteme, wie die ST-Net-ID. Je mehr Daten gepflegt werden, umso besser.

### 5.8.1 Suchmaschinen-Informationen

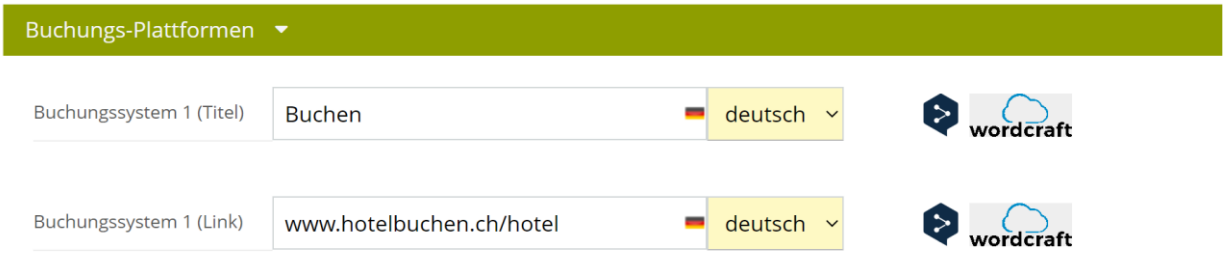



Bei der Erfassung der SEO-Daten ist zu beachten, dass **keine Regionen oder Projektbezogene Wörter** gebraucht werden dürfen.

### 5.8.2 Social-Media- Plattformen




### 5.8.3 Buchungslink




### 5.8.4 Partnersysteme




## 5.9 Merkmale

Die Merkmale dienen zum Strukturieren der Daten. Sie können im z.B. im CMS oder im Anwendungsprojekt dazu verwendet werden, Inhalte zu strukturieren oder sortieren.



### 5.10 OpenData

Damit die Daten für alle Leistungsträger öffentlich gemacht werden können, muss der Datensatz mit einer **OpenData Lizenz (CC-BY) versehen** werden. Mit einem Klick auf die jeweilige Lizenz lässt sich die Lizenz anpassen.

### 5.11 Alle anderen Felder

Nicht in diesem Leitfaden erwähnte Felder sind, wenn immer möglich zu befüllen. Die Informationen können direkt beim Partner oder Leistungsträger angefragt werden.

## 6 Mediadaten

Beim Hochladen der Medien sollte immer die bestmögliche Qualität (in JPEG, JPG oder PNG) hochgeladen werden. Wenn immer möglich ist mindestens ein Bild mit der CC-BY Lizenz hochzuladen. Im Optimalfall werden drei bis maximal fünf Bilder hochgeladen (die Lizenzen der Bilder können variieren).

Die Bilder können entweder als "Titel- oder Galeriebild" kategorisiert werden. Erfolgt über Media-Type.

**Anforderungen**

| | |
|---|---|
| Titelbild | • OpenData Lizenz (CC-BY)*<br>*wenn möglich<br>• Querformat<br>• Bildtitel<br>• Bildbeschreibung |
| Bildergalerie | • Querformat<br>• Bildtitel<br>• Bildbeschreibung |

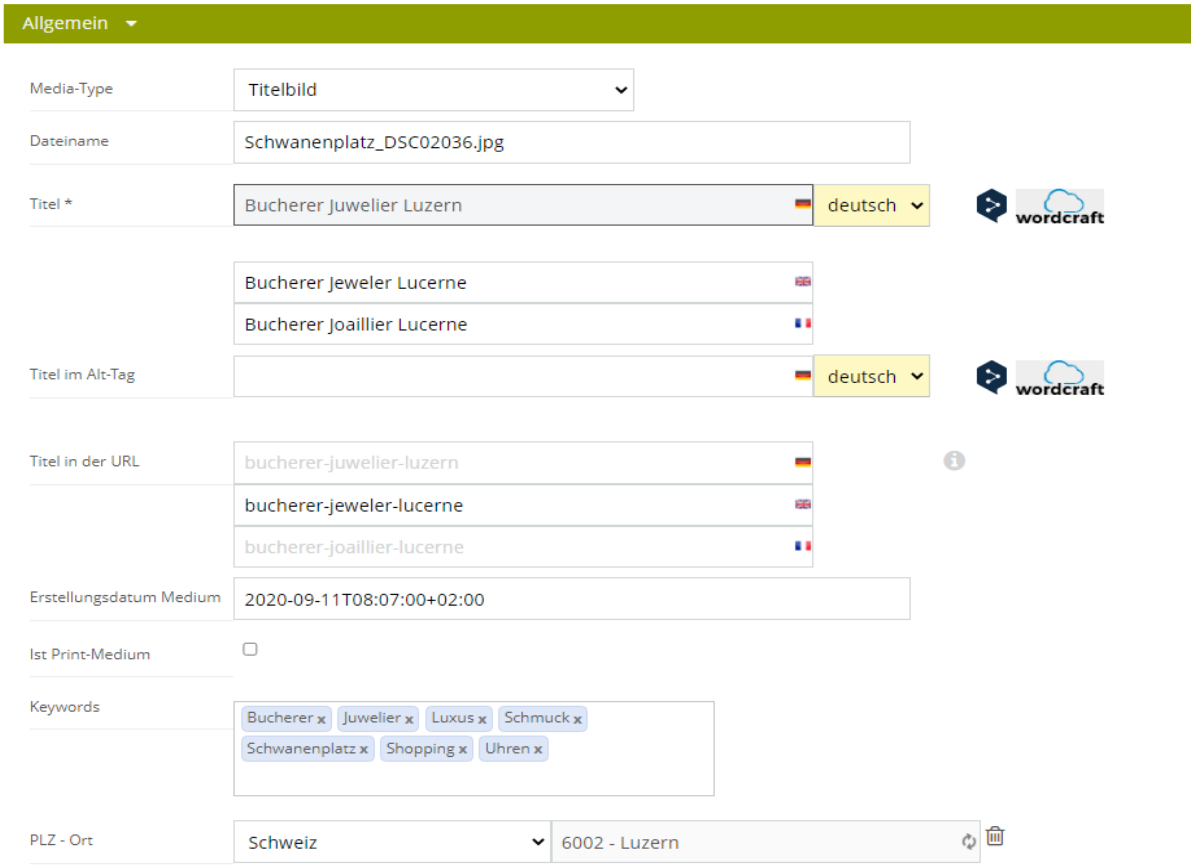
### 6.1 Allgemein

#### 6.1.1 Allgemein

In diesem Bereich können der Dateiname und weitere Informationen eingegeben werden. Wichtig dabei ist, dass ein Titelbild ausgewählt wird.

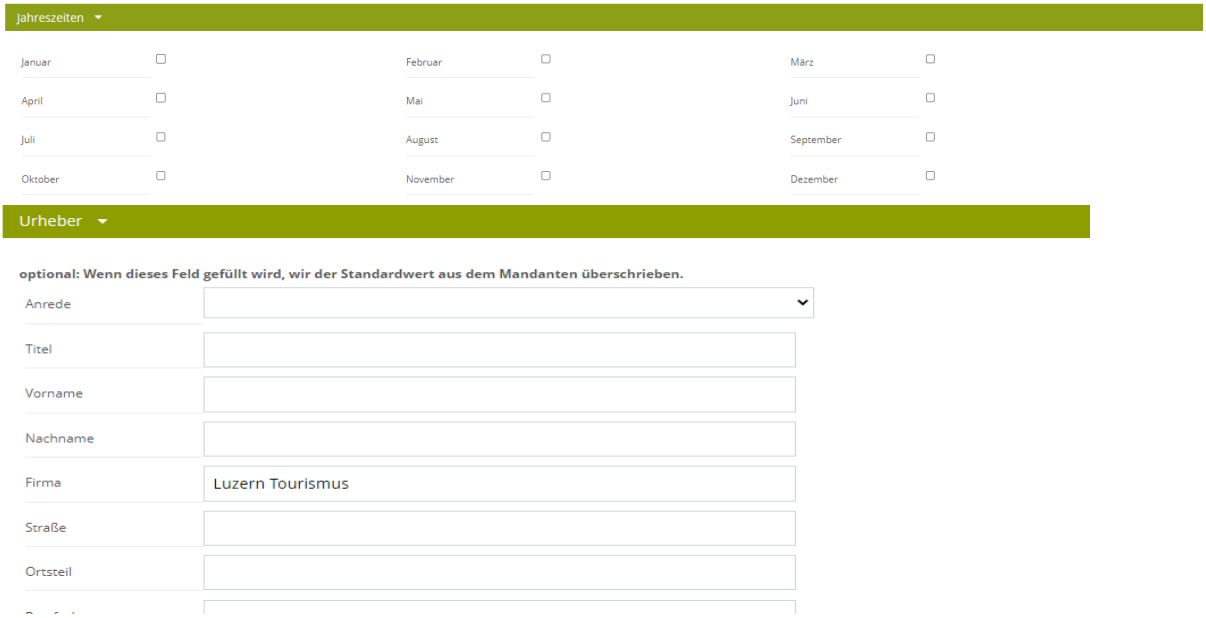
Beim Titel ist eine Dateinamenendung nicht erlaubt. Endungen mit .jpeg, jpg usw. aus dem Titel-Feld löschen.

**Tipp:** Originaldateiname sollte nicht verändert werden. Hilft bei der Suche der Bilder im System.


Allgemein
Media-Type
Titelbild
Dateiname
Schwanenplatz_DSC02036.jpg
Titel *
Bucherer Juwelier Luzern
deutsch
wordcraft
Bucherer Jeweler Lucerne
Bucherer Joaillier Lucerne
Titel im Alt-Tag
deutsch
wordcraft
Titel in der URL
bucherer-juwelier-luzern
bucherer-jeweler-lucerne
bucherer-joaillier-lucerne
Erstellungsdatum Medium
2020-09-11T08:07:00+02:00
Ist Print-Medium
Keywords
Bucherer
Juwelier
Luxus
Schmuck
Schwanenplatz
Shopping
Uhren
PLZ - Ort
Schweiz
6002 - Luzern

### 6.1.2 Urheber

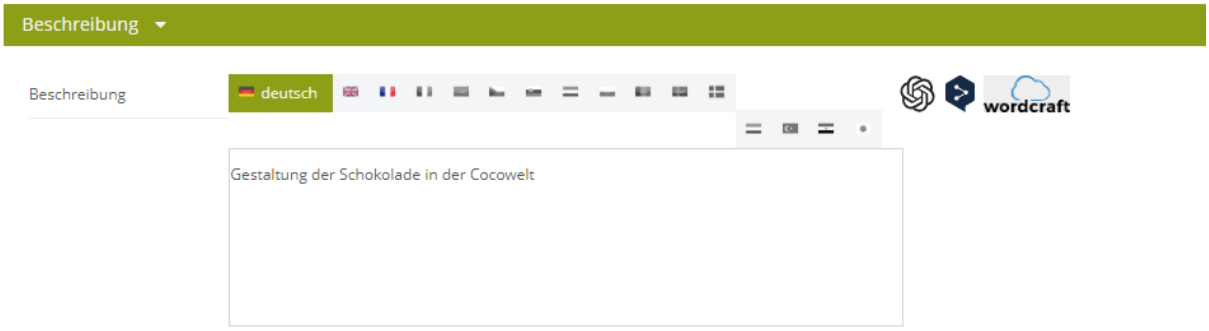
Ist der Urheber also der Fotograf bekannt, so muss dieser eingetragen werden. Ist dieser nicht bekannt, kann dieses Feld leer gelassen werden oder wird beim Leistungsträger angefragt.




## 6.2 Informationen

### 6.2.1 Beschreibung

Die Beschreibung des Bildes gehört zu den Pflichtfeldern und muss ausgefüllt werden. Hier genügt ein einfacher Satz (stichwortähnlich) was auf dem Bild zu sehen ist oder worum es beim Bild geht. Keine langen Sätze.




## 6.3 Jahreszeiten

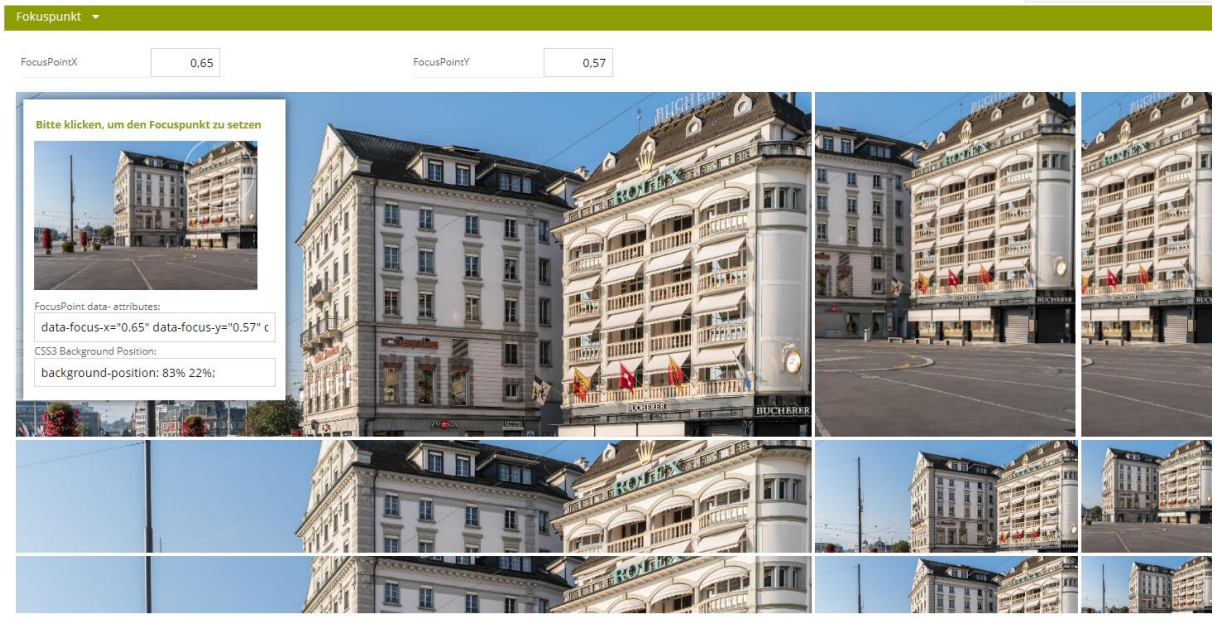
Je nach Möglichkeit kann das Bild auf Jahreszeiten abgestimmt werden. (Wird das Feld leer gelassen, werden die Bilder im Typo3 Frontend von Neusta das ganze Jahr ausgespielt.)

**Wichtig:** Wenn nur ein Titelbild vorhanden ist, keine Jahreszeit wählen.

## 6.4 Bildbearbeitung

Die Bildbearbeitung ist optional. Dazu gehört auch der Fokuspunkt. Wie in den Vorschau-Bilder dargestellt, ist je nach ist je nach Auswahl des Fokuspunkts das Haus besser ersichtlich oder weniger.

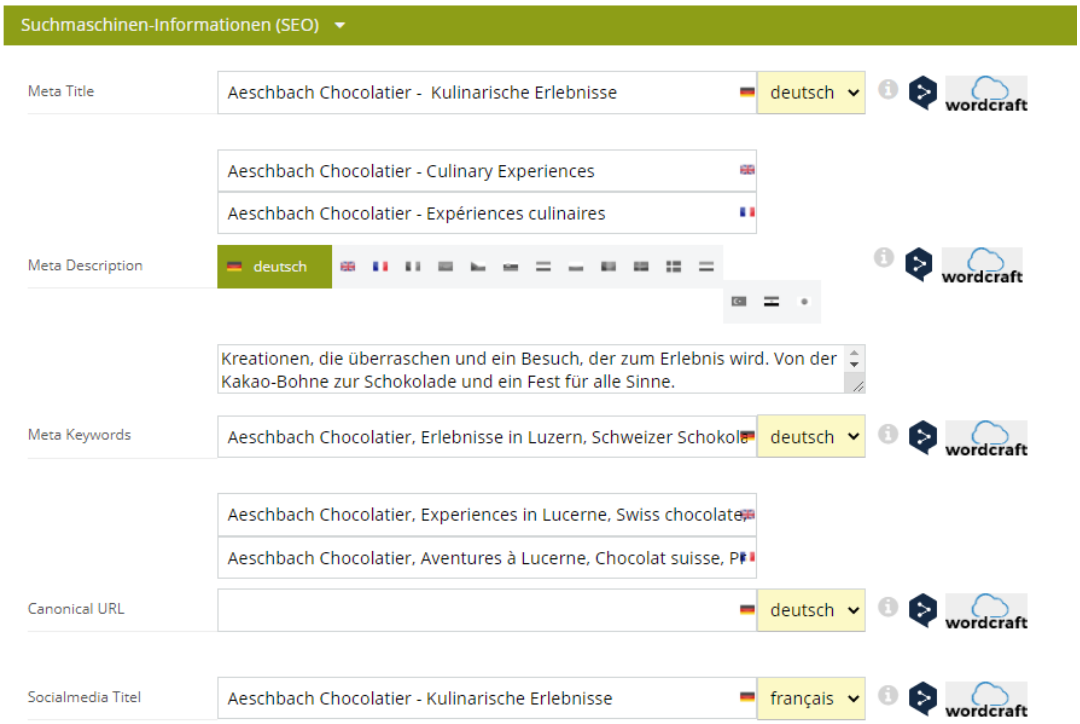
### 6.4.1 Fokuspunkt




## 6.5 Internet

Wie in der Datenerfassung des Grundeintrags (POI, Gastronomie oder Angebot), können hier die SEO-Daten erfasst werden. Diese können jeweils vom bestehenden Eintrag kopiert werden.

### 6.5.1 Suchmaschinen-Informationen

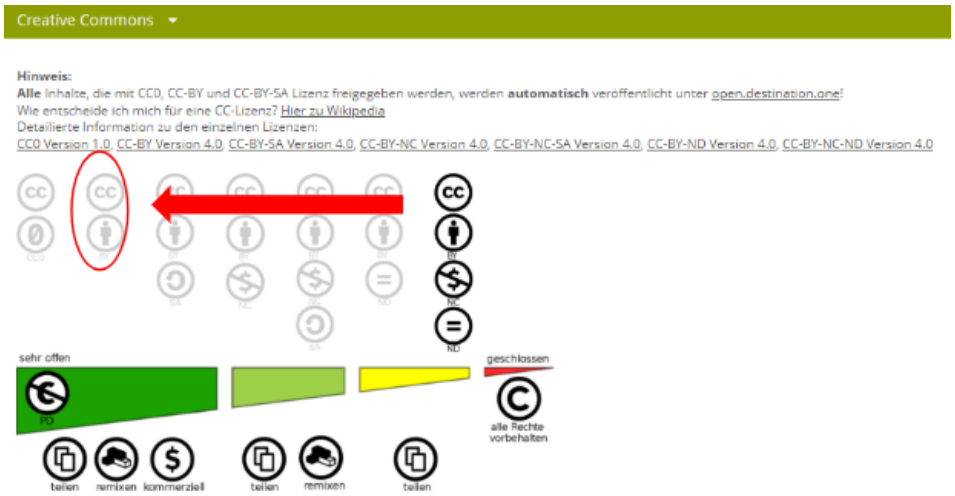



Bei der Erfassung der SEO-Daten ist zu beachten, dass **keine Regionen oder Projektbezogene Wörter** gebraucht, werden dürfen.

## 6.6 Open Data

### 6.6.1 Creative Commons

Wenn immer möglich und die Einwilligung vorhanden ist, CC-BY auswählen → heisst, die Daten oder die Datei ist öffentlich zugänglich und kann von weiteren Akteuren weiterverwendet werden.




### 6.6.2 Copyright

Ist eine Agentur oder Fotograf bekannt muss dieser hier eingetragen werden.

Im Allgemeinen wurde folgende Regeln zu den Urhebern definiert:

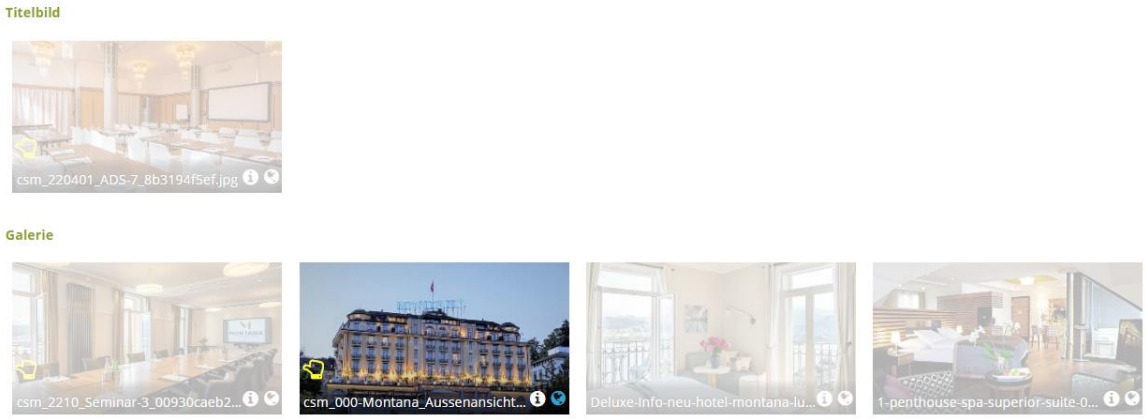
- Ist der Name des Urhebers bekannt, ist dieser immer im Urheber Feld einzutragen.
- Ist der Urheber nicht bekannt kann die Firma (bei weitere Copyright-Informationen) oder die eigene Tourismus Organisation angegeben werden. Dies ist ebenfalls zu empfehlen, wenn der Urheber bekannt ist.
- Bei Fotos, die man nicht einschätzen kann, nur das «weitere Copyright Informationen» befüllen mit der Tourismus Organisation.




## 6.7 Experiencezuordnung

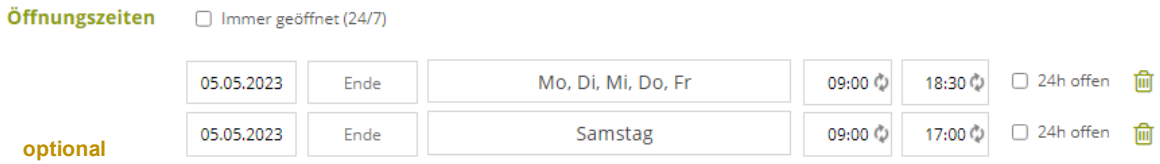
Die Bilder sind im Projekt nur ersichtlich, wenn diese der Experience zugeordnet sind. Die Bilder können manuell verwaltet werden, indem man auf die Weltkugel klickt.

*Grau = nicht zugeordnet | Vollfarbig = zugeordnet.*




# 7 Öffnungszeiten

Das Erfassen der Öffnungszeiten ist bei allen Datensätzen erwünscht.




**Bemerkung:** Textliche Ergänzungen zu den Öffnungszeiten (z.B. jeden Montag geschlossen) im Bereich Allgemein (Kap. 2.0) erfassen.

# 8 ST-Net ID vs. manuelle Adresseingabe

Es gibt zwei Möglichkeiten, die Adressdaten im DCH zu hinterlegen.

**Variante 1**
Es wird im DCH keine ST-Net-ID gepflegt und somit **manuell** die Adresse und die Kontaktinformationen hinterlegt.

**Variante 2**
Bei Internet -> Partnersysteme wird im Feld ST-net eine ID-Nummer hinterlegt. Darüber werden die Adressinformationen und Swisstainable Kategorien angezogen für das jeweilige Projekt.