

# Route 3.0 - Qualitätskriterien für digitale Touren

## Ausgabe 2: Content-Qualität

Digitale Tourenvorschläge sind seit vielen Jahren fester Bestandteil der touristischen Angebotsplanung und nehmen kontinuierlich zu. Dabei besteht das Angebot nicht nur aus einem Track/der Route, sondern wird je nach Angebot und Zielgruppe mit entsprechendem Content, zum Beispiel Texten, Bildern und Hinweisen angereichert. Nach den Qualitätskriterien für digitale Touren (siehe Ausgabe 1: GPX-Qualität) widmet sich die hier vorliegende Ausgabe 2 dem digitalen Content, der die Tour mit ihren Eigenschaften und Merkmalen beschreibt.

Der Content stellt den entscheidenden Informationsbaustein in der Entscheidungsphase dar und kann dem Gast Auskunft darüber geben, ob die Tour zu seinen Ansprüchen und Bedürfnissen passt. Untergliedert nach einzelnen Kategorien wie Metadaten, Eckdaten, Beschreibung, Medien etc. werden die Merkmale konkret benannt und Kriterien bestimmt. Wie in Ausgabe 1 werden Qualitätskriterien für alle touristischen Segmente aufgezeigt. Ziel ist es, dem Gast qualitativ hochwertige Angebote zu unterbreiten, die von den meisten Outdoor-Apps ausgespielt werden können.

Die Initiative "Route 3.0" wurde entwickelt, um die Qualität der digitalen Angebote zu fördern und somit dem Gast ein verlässliches, attraktives und nachvollziehbares Angebot zu bieten.

Der Handlungsleitfaden sowie die Qualitätskriterien für digitalen Content richtet sich an Mitarbeitende aus Touristinformationen (TI), Destinationsmanagementorganisationen (DMO) sowie Outdoor-Portale und wurde von der DTV-Arbeitsgruppe Qualität und Kundenorientierung als bundesweite einheitliche Orientierung entwickelt.

## Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeine Informationen	2
2. Checkliste zur Erstellung und Überprüfung von digitalem Content	4
3. Glossar	10

# 1. Allgemeine Informationen

## Worum geht es bei „Route 3.0 - Qualitätskriterien für digitale Touren“ Ausgabe 2: Content-Qualität?

Während die **Track-Qualität** sicherstellt, dass Nutzerinnen und Nutzern der Streckenverlauf einer Tour stets in optimaler digitaler Qualität zur Verfügung steht und damit die praktische Nutzung der Tour vor Ort ermöglicht, beschreibt der Touren-Content inspirierend und informativ, was den Gast auf der Tour erwartet und sorgt auf diese Weise für eine optimale Sichtbarkeit des Produkts „Tour“. Der Gast erhält anhand verschiedener Informationen zu den Eigenschaften der Tour ein Bild davon, ob die Tour zu seinen Interessen, der eigenen Kondition, seiner Ausrüstung oder dem verfügbaren Zeitplan passt und wie die Tour mit anderen touristischen Aktivitäten in der Region verbunden werden kann beziehungsweise wo zum Beispiel eine Einkehr möglich ist.

Digitaler Content, der eine **Tour vollständig beschreibt**, setzt sich aus mehreren Komponenten zusammen. Angefangen beim Namen und der Kategorie einer Tour über Beschreibungstexte und Bilder, wichtige Eigenschaften, die bei der Planung helfen, zum Beispiel Dauer, An- und Abreise, empfohlene Jahreszeit, Ausrüstung, Eignung bis hin zu aktuellen Hinweisen zur Befahrbarkeit der Strecke. Ergänzend können für den Gast potenziell interessante POIs entlang der Strecke - wie beispielsweise Einkehrmöglichkeiten, Infrastruktur (zum Beispiel E-Bike-Ladestationen), Sehenswürdigkeiten oder alternative Tourenvorschläge - verknüpft werden.

Neben der inhaltlichen Qualität und der vollständigen Beschreibung einer Tour spielt die Wahl einer offenen Lizenz (Open Data) eine entscheidende Rolle, damit der Touren-Content eine möglichst große Reichweite erlangt und von allen interessierten Portalen und Anwendungen gemäß rechtlichen Standards aufgegriffen und veröffentlicht werden kann.

## An wen richtet sich dieser Leitfaden?

Der vorliegende Leitfaden richtet sich an alle Redakteurinnen und Redakteure einer Destination oder eines Anbieters (Leistungsträgers), die ihre Tourenvorschläge oder Themenrouten mit digitalen **Inhalten beschreiben** oder ergänzen möchten. Die aufgeführten Punkte in der Checkliste sollen eine **systemunabhängige Orientierung** darüber geben, welche Felder und Kriterien für die vollständige beschreibende Darstellung einer Tour notwendig sind und gepflegt werden müssen.

## Wie kann man die Qualitätskriterien überprüfen?

Die Checkliste für digitalen Content hat einen ganzheitlichen, systemunabhängigen und damit objektiven Blick auf die zu erfassenden Inhalte und Kriterien. Die übergreifenden Kriterien sind in der Regel in den gängigen Tourenmanagementsystemen enthalten; individuelle Ausprägungen und Anpassungen sind möglich.

Darüber hinaus soll die Checkliste sicherstellen, dass die Kriterien allen Interessierten unabhängig von Systemen oder Anbietern zur Verfügung stehen und eingesehen werden können.

## Route 3.0: Bausteine und nächste Schritte

Ausgabe 1



**GPX-Qualität**  
(GPX-Dateien als Standard für Tracks)



Ausgabe 2



**Content-Qualität**  
(z.B. Bilder, Beschreibung, Eckdaten)



Ausgabe 3



**System-Qualität**  
(z.B. technische Anforderungen an Tourensysteme)



Ausgabe 4



**Produkt-Qualität**  
(z.B. Anforderungen an die Touren, Berücksichtigung der Kriterien der Landesnetzwerke)



Im Rahmen der Initiative Route 3.0 werden systematisch Qualitätskriterien für digitale Bausteine in der Angebotsentwicklung definiert. Während in Ausgabe 1 und 2 maßgeblich Kriterien für den Content festgelegt werden, geht es in Ausgabe 3 um die System-Qualität, in der unter anderem technische Anforderungen an Tourensysteme (Schnittstellen) definiert werden. In Ausgabe 4 werden Kriterien und Merkmale für das digitale Produkt, bestehend aus der Bündelung von Einzelleistungen und Komponenten, bestimmt.

## 2. Checkliste zur Erstellung und Überprüfung von digitalem Content

### (1) Metadaten

interne Daten und Vermerke für die Datenbankverwaltung

**Autor**

Ersteller oder letzter Bearbeiter der Tour

Beispiel: Redakteur oder Tourismusorganisation

**Erstelldatum / Änderungsdatum**

Datumsangabe, letztes Aktualisierungsdatum

**ID**

eindeutige Kennung/Identifikationsnummer aus dem jeweiligen Tourenmanagementsystem (falls vorhanden)

**Status**

Ist der Eintrag aktiv oder inaktiv?

**Canonical Tag**

Angabe der Quellseite bzw. des Quelllinks

**Sprache**

Angabe zur Sprache, in der der Inhalt erfasst wurde

### (2) Eckdaten

Merkmale der Tour

**Kategorie**

genaue Definition der Fortbewegungsart

Beispiel: Radtour, Wandertour, Bootstour

**Kategoriespezifische Informationen/Tags**

weiterführende Informationen zu Kategorien und der Untergliederung

Beispiel: führerscheinfrei befahrbare Hausboottouren, nautische Informationen, Tour ohne Schleuse/ Wehr, Wegbeschaffenheit

**Tourentyp**

Eigenschaft der Tour

Beispiel: Rundtour, Streckentour, Etappe

**Länge in km**

Angabe der Länge der gesamten Tour in km

Hinweis: Die Länge der Tour wird von vielen Systemen anhand des hinterlegten Tracks automatisch berechnet.

**Dauer**

reine Wegezeit in Minuten oder Stunden

Hinweis: Die Dauer der Tour wird von vielen Systemen anhand des hinterlegten Tracks automatisch berechnet.

**Höhenmeter, tiefster und höchster Punkt**

akkumulierte Höhenmeter, Angabe des höchsten und tiefsten Punkts der Tour in Meter über Normalnull

Hinweis: Die Höhendaten können entweder im Tourenmanagementsystem oder in der Anwendung für den Gast (APP, PWA, Website) anhand des GPX-Tracks automatisiert mittels vorhandener Höhendatendienste hinzugefügt werden. Eine redaktionelle Arbeit ist dafür nicht notwendig.

**Anspruch**

Einfache verständliche Angabe dazu, wie anspruchsvoll die Tour ist.

Beispiel: leicht, mittel, schwer

**Startpunkt**

Angabe zum Startpunkt mit Adresse und Koordinaten

**Alternative Startpunkte**

Angabe von alternativen Startpunkten mit Adresse und Koordinaten

**Zielpunkt**

Angabe zum Zielpunkt mit Adresse und Koordinaten

**Verknüpfungen Tipps entlang an der Strecke**

Verknüpfung von Sehenswertem, Gastronomie und weiteren POIs am Streckenverlauf

**Wegmarkierung, Logo**

Upload der Markierungszeichen/der Logos als Bilddatei

Hinweis: Wenn kein Logo vorhanden ist, dann sollte dies in der Datenbank vermerkt sein.

**Charakter der Tour**

Bestimmte Merkmale der Tour können hier hervorgehoben werden.

Beispiel: überwiegend asphaltierte Route, familienfreundlich, zumeist autofrei, ebenes Gelände mit wenigen Steigungen

**Empfohlene Reisezeit**

Zu welcher Jahreszeit ist die Tour besonders empfehlenswert und wann sollte sie besser nicht unternommen werden?

**Schlechtwettertauglichkeit**

Informationen zur Nutzbarkeit der Tour bei verschiedenen Wetterlagen

**Notwendige Ausrüstung**

Angabe zur Ausrüstung, die nicht fehlen darf

Beispiel: festes Schuhwerk, Stöcke, Steigeisen

Hinweis: Kriterium, wenn für die Nutzung der Tour relevant, zum Beispiel bei alpinen Touren

**An- und Abreise**

Welche Möglichkeiten gibt es, zum Startpunkt der Tour zu kommen und vom Zielpunkt abzureisen?

Beispiel: ÖPNV, Parkmöglichkeiten (unter anderem Behindertenparkplatz, Tiefgarage)

**Raumnutzungseinschränkung**

Informationen zu Naturschutz, Eigentumsrechten, Land- und Forstrechten

Hinweis: Kriterium, wenn für die Nutzung/Tour relevant

**Aktuelle Hinweise**

Informationen zu Baustellen und Sperrungen: textuelle Angabe

Informationen aufgrund spezieller Wetterereignisse

### (3) Beschreibung

ausformulierte Beschreibung der Tour oder Route in Schriftform

**Name**

Titel der Tour

**Text**

Der Beschreibungstext soll sachlich und objektiv über die Tour informieren und nicht zu werblich sein. Bei den Inhalten ist auf eine vollständige und zielorientierte Darstellung zu achten. Ziel sollte eine ganzheitliche Information über die Merkmale und Vorzüge der jeweiligen Tour sein. Der Text sollte daher flüssig lesbar und schnell erfassbar sein.

Bei längeren Texten kann eine übersichtliche Gliederung durch die Bildung von Absätzen erreicht werden. In Einzelfällen können Zwischenüberschriften (ggf. in Fettdruck) sinnvoll sein. In der Regel sollten ganze Sätze verwendet werden. Wo es sinnvoll ist, können aber auch Aufzählungen zum Einsatz kommen.

In den Beschreibungstexten sollte auf eine direkte Ansprache und auf die Angabe von Daten/Terminen verzichtet werden. Ebenso sollten aktuelle Hinweise und Informationen zu Sperrungen nicht in den Texten, sondern in den dafür vorgesehenen Feldern hinterlegt werden.

Bei Bedarf kann der Text in einer Kurz- und Langbeschreibung erfolgen. Auch verschiedene Sprachversionen sind möglich.

#### EXKURS: KÜNSTLICHE INTELLIGENZ (KI)

Tools wie zum Beispiel der Chatbot ChatGPT von OpenAI können durch die Eingabe sogenannter Prompts (Befehle oder Fragen) automatisiert Texte erstellen. Die inhaltliche Korrektheit muss jedoch in jedem Fall manuell überprüft werden, bevor die Texte verwendet und veröffentlicht werden.

Selbst verfasste Beschreibungstexte können beispielsweise über Languagetools auf Rechtschreibung und Grammatik überprüft werden. Das Tool DeepL Write gibt zum Beispiel Tipps zum Feinschliff der Texte.

#### **Experten- bzw. Autoren-Tipp**

Insidertipp, zum Beispiel eines Rangers, warum die Tour besonders empfehlenswert und für wen oder wann sie besonders spannend ist

#### **SEO**

Beispiel: Meta Title, Meta Description, Suchbegriffe

## (4) Medien

Bilder, Videos und weiterführende Informationen und Literatur zur beschriebenen Tour

#### **Bilder**

Vorschaubild und Bildergalerie sollen die Tour veranschaulichen und einen Eindruck davon bieten, was auf der Tour zu erwarten ist.

Gute Bilder zeichnen sich unter anderem durch folgende Punkte aus:

- sie repräsentieren den Tourenverlauf
- sie wiederholen sich nicht in den Motiven
- sie sind möglichst im Dateiformat jpg oder png
- sie sind möglichst im Querformat
- sie sind mindestens 1.920 Pixel breit und bestenfalls im Seitenverhältnis 8:5
- sie haben im Dateinamen möglichst kein Sonderzeichen, also zum Beispiel kein ©
- sie liegen nach Möglichkeit in einer offen teilbaren Lizenz (zum Beispiel nach Creative-Commons) vor
- sie haben keinen im Bild sichtbaren Datumsstempel
- sie sind keine Fotocollagen
- sie sind keine Comics oder Grafiken
- sie sind keine Flyer oder Plakate
- sie haben keine Logos im Bild
- sie sind keine Stockfotos

Zu jedem Bild gehören jeweils ein Titel, der Urheber, mögliche Lizenzinhaber sowie - falls vorhanden - eine Creative-Commons-Lizenz für die Open-Data-Fähigkeit des Bildes.

#### EXKURS: NUTZUNGSRECHTE

Damit Medien und ganze Datensätze auf externen Websites und Anwendungen ausgespielt werden können, d.h. an Dritte weitergegeben werden dürfen, bedarf es der dafür notwendigen Nutzungsrechte des Urhebers. Das betrifft im Wesentlichen Bilder, in Einzelfällen auch Texte.

Um die Rechte an Bildern Anderen zur Nutzung zur Verfügung zu stellen, haben sich verschiedene Möglichkeiten etabliert:

- die Bereitstellung eines übertragbaren Nutzungsrechts auf Basis des Urheberrechts (dies ist aufgrund eines hohen Dokumentationsaufwandes vergleichsweise aufwändig)

- die Bereitstellung von standardisierten Nutzungsrechten auf Basis des weltweiten Standards Creative Commons (dies stellt einen geringen Dokumentationsaufwand dar, da dieser Standard weltweit etabliert ist), siehe auch: <https://creativecommons.org/>

**Videos**

Link zu einem Video auf einer Videoplattform

Beispiel: YouTube, Vimeo

**Audioguides**

Link zu Audioguides auf einer Plattform

**Link zur GPX-Datei der Tour aus dem Tourenmanagementsystem**

Link zum Download der GPX-Datei für die Verwendung im eigenen Endgerät

**Datei-Upload**

Link zum Download von PDF-Dokumenten mit weiterführenden Informationen

Beispiel: Karten-PDFs mit wichtigen Hinweisen

**Routenplanung/Literatur**

Angaben zu Karten- und Literaturempfehlungen

**Verknüpfung mit Sehenswertem, Gastronomie, Veranstaltungen und weiteren POIs am Rande der Tour**

ID-basierte Verknüpfungen mit POIs

**Verknüpfung der Haupttour mit den Etappen**

ID-basierte Verknüpfung der Haupttour und der Etappen untereinander

**Abstecher und Kombinationsmöglichkeiten**

Verknüpfung mit kreuzenden Touren, auch mit Alternativrouten

**Informationen zu Wartungs- und Serviceeinrichtungen**

Wo können zum Beispiel Fahrräder geladen und repariert werden?

**Informationen zu Hindernissen und Herausforderungen**

Beispiel: Umtragestellen bei Kanutouren, Poller bei Radwegen, Leiter bei Wanderung (um Höhenmeter zu überwinden) Weidezaun, Tritthilfen

**Buchbare Angebote**

Gibt es zur Tour passende Angebote?

Beispiel: Führung mit einem Ranger

**Aus Drittsystemen anreicherbare Informationen**

Weitergehende Informationen, die für die Tour eine Bedeutung haben und aus anderen Quellen bezogen werden können. Beispiel: Wetter, Boden- bzw. Wegbeschaffenheit, ÖPNV-Livedaten



## (5) Verlinkungen

Links zu weiterführenden Informationen oder Touren-Apps

**Link zur Tour auf komoot**

Deeplink zur Tour auf komoot

**Link zur Tour auf Outdooractive**

Deeplink zur Tour auf Outdooractive

**Link für ergänzende Informationen**

externe Links beispielsweise zur Themenwebsite der Tour

EXKURS: OpenStreetMap (OSM)

### **OpenStreetMap (OSM) ist die Datengrundlage der Zukunft**

OSM ist ein 2004 gegründetes kollaboratives Projekt, das eine frei verfügbare, editierbare und weltweite Karte bereitstellt. Das Ziel von OpenStreetMap ist es, geografische Daten, wie Straßen, Städte, Flüsse, Wälder und andere geografische Merkmale, zu sammeln und diese Informationen frei zugänglich zu machen. Eigens erhobene Daten werden gesammelt und dargestellt. Diese können durch die Nutzenden (denn sogenannten „Mapper“) angepasst und weiterentwickelt werden. Grundsätzlich kann jeder als Mapper agieren und den Datenbestand anpassen. Der von neuen Mappern veränderte Inhalt kann jedoch von erfahrenen Mappern geprüft und wieder rückgängig gemacht werden.

Im Gegensatz zu kommerziellen Kartenanbietern kann OSM lizenzfrei bzw. mit offener Lizenz genutzt und eingesetzt werden, so zum Beispiel als Kartengrundlage für digitale Routenführungen und Darstellung in den gängigen Tourenportalen wie Komoot, Outdooractive oder Alltrails. Ein Großteil der gängigen GPS-Navigationsgeräte (bspw. Garmin oder Bosch eBike) nutzen ebenfalls OSM-Daten als Grundlage für die Routenplanung. Dies geschieht auf Basis der hinterlegten Informationen, Straßen- und Wegedaten. OSM stellt somit ein gutes Beispiel dar für eine nutzergenerierte Community-Datenbank, die großen Einfluss auf viele Anwendungen und somit auf die touristische Kommunikation hat.

## (6) Qualitätsmerkmale

Merkmale und Auszeichnungen

**Zertifikate**

Angabe aller vorhandenen Zertifizierungen

Beispiel: Wanderbares Deutschland, ADFC-Qualitätsradrouten

**Informationen zur Barrierefreiheit**

Angaben zur Barrierefreiheit der Tour für Menschen mit Einschränkungen

## **(7) Kontakt**

**Ansprechpartner für Rückfragen**

### **Kontakt**

**Angabe eines Ansprechpartners für weitere Informationen zur Tour: Website-URL, E-Mail-Adresse, Telefonnummer, Ansprechpartner Vermarktung, Ansprechpartner Wegebetreuung bzw. Wegewart**

## 3. Glossar

Hinweis: Das Glossar beschreibt ausschließlich Begriffe, um die Lesbarkeit und Verständlichkeit zu gewährleisten.

### Canonical Tag

Der Canonical Tag ist ein Element, das angibt, welche Website die Originalwebsite des Contents ist. Damit ist er ein Informationsmedium für Suchmaschinen, das Abstrafungen zum Beispiel durch Google bei mehrfacher Verwendung desselben Contents auf verschiedenen Websites vermeiden soll.

### Creative Commons

Die Creative Commons Organization veröffentlicht verschiedene Standard-Lizenzen, mit denen ein Autor der Öffentlichkeit Nutzungsrechte an seinen Werken (Bilder, Texte, etc.) einräumen kann. In diesem Zusammenhang spricht man von freien Lizenzen für Open Data. Die verschiedenen Creative-Commons-Lizenzen sind unter <https://creativecommons.org/licenses/?lang=de> einsehbar.

### Deep Link

Mit Deep Link wird eine Verknüpfung zur Unterseite einer Website bezeichnet.

### GPS Exchange Format (GPX)

GPS Exchange Format ist ein universelles Datenformat für den Austausch von Geodaten, das von der Firma TopoGrafix entwickelt wurde. Das Format ist lizenzfrei, offen und darf von jedem ohne Kosten verwendet werden. Die aktuelle und hier empfohlene Version ist 1.1.

### Lizenzen

Lizenzen sind rechtliche Vereinbarungen, die die wirtschaftliche Nutzung und Verbreitung von geistigem Eigentum regeln. Von einer offenen Lizenz („CC 0“ bzw. Zero-Lizenz), bis hin zu der

Einschränkung, dass Daten für andere Benutzer nicht sichtbar sind und damit nicht genutzt werden dürfen. Lizenzen lassen sich sowohl für Medien (zum Beispiel Bilder) als auch für Texte bzw. den gesamten Datensatz festlegen. Mit einer CC 0 Lizenz kann beispielsweise das Werk frei genutzt, kopiert, modifiziert und verbreitet werden, ohne dass eine Genehmigung erforderlich ist. Die Bedeutung der einzelnen Lizenzen, welche Auswirkungen sie haben und Beispiele zur Verwendung werden im Folgenden aufgezeigt.

Lizenz	CC 0	CC BY	CC BY-SA	CC BY-ND	CC BY-NC	CC BY-NC-SA	CC BY-NC-ND
Teilen	JA	JA	JA	JA	JA	JA	JA
Namensnennung	NEIN	JA	JA	JA	JA	JA	JA
Bearbeitung	JA	JA	JA	NEIN	JA	JA	NEIN
Weitergabe unter gleichen Bedingungen	NEIN	NEIN	JA	---	NEIN	JA	---
Kommerzielle Nutzung	JA	JA	JA	JA	NEIN	NEIN	NEIN

Quelle: TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

## Search Engine Optimization (SEO)

Unter Suchmaschinenoptimierung, engl. Search Engine Optimization (SEO), werden alle technischen und inhaltlichen Maßnahmen verstanden, die die Platzierungen für bestimmte Suchbegriffe einer Website in den Ergebnislisten von Suchmaschinen verbessern.

## Tourenmanagementsystem

Das Tourenmanagementsystem ist das System, in dem die DMO, Touristinformatoren oder touristische Anbieter ihre Tourenbeschreibungen und die dazugehörigen Tracks pflegen können und diese in einer offenen Schnittstelle für interessierte Ausgabekanäle zur Verfügung stellen. Im Deutschlandtourismus haben sich verschiedene Systemanbieter zum Management von Touren etabliert.

# Impressum

Herausgeber

Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)

Schillstraße 9, 10785 Berlin

Tel. 030/856 215-0

[kontakt@deutschertourismusverband.de](mailto:kontakt@deutschertourismusverband.de)

[www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de)

Der Leitfaden „Route 3.0 - Qualitätskriterien für digitalen Content“ ist eine Veröffentlichung der DTV-Arbeitsgruppe Qualität und Kundenorientierung. Die Arbeitsgruppe besteht aus Vertreterinnen und Vertretern der Tourismusbranche, die direkte bzw. indirekte Mitglieder im DTV sind.

Für die Konzeption, Erstellung und Umsetzung dieses Leitfadens danken wir nachfolgenden Personen, die mit ihrer Expertise und wertvollen praktischen Erfahrungen die Erstellung des vorliegenden Dokuments möglich gemacht haben:

- Susanne Bleibel, Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg
- Christiane Brannath, Bundesverband der Gästeführer in Deutschland e.V.
- Thomas Froitzheim, Naviso Outdoornavigation
- Iris Hegemann, Deutscher Tourismusverband e.V.
- Dieter Hütte, Vizepräsident Deutscher Tourismusverband e.V.
- David Lehmann, Regionalverband Thüringer Wald e.V.
- Erik Neumeyer, Deutscher Wanderverband
- Ferdinand Reb, Tourismuszentrale Fichtelgebirge e.V.
- Sabine Schulze, ADFC Bett+Bike Service GmbH
- Marcel Tischer, TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter. Grundsätzlich wird eine genderneutrale Ausdrucksweise bevorzugt.

Berlin, im Januar 2024