

Tonalität der Inhalte

Auf dieser Seite

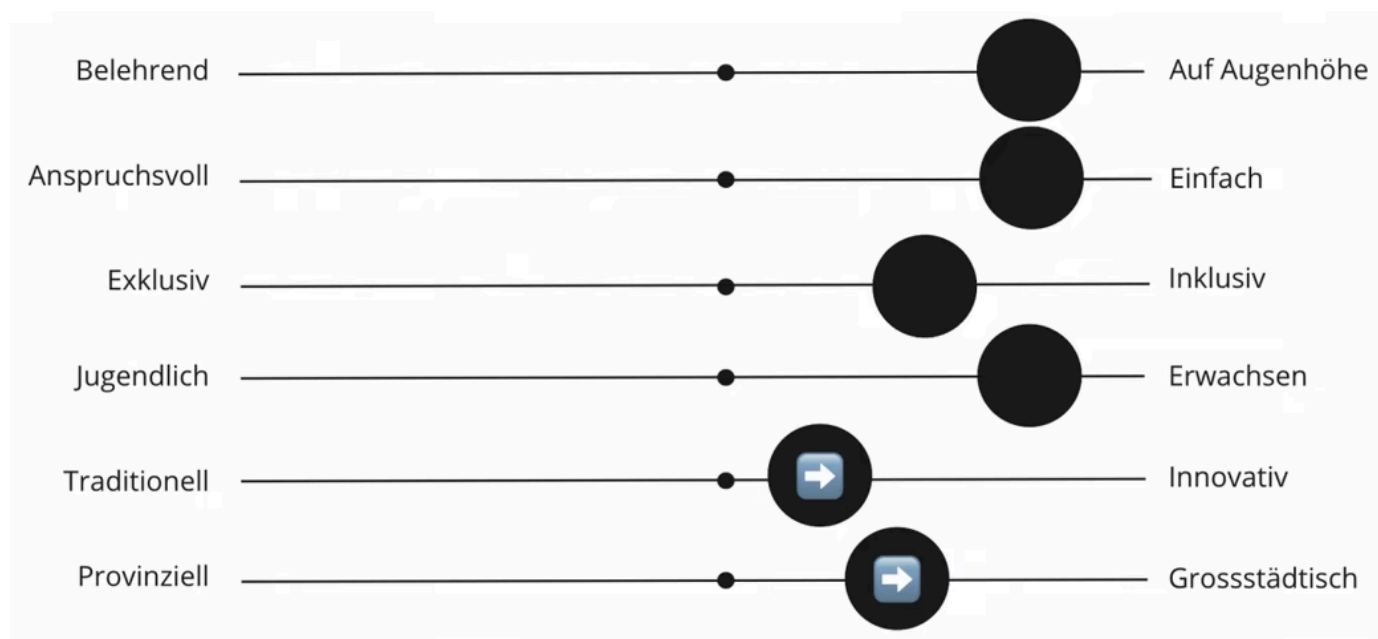
↓ Tonalität Kanton Basel-Stadt und semantisches Profil

↓ Tonalitäts-Empfehlungen

Die Webseite des Kantons Basel-Stadt wird von vielen und unterschiedlichen Personen erstellt und unterhalten. Damit die Webseite über alle Seiten als Einheit wahrgenommen wird, braucht es eine konsistente Tonalität. Dies stiftet bei den Leserinnen und Lesern zudem Vertrauen. Darum orientieren wir uns beim Erstellen der Inhalte an einem semantischen Profil, das gemeinsam mit den Kommunikationsverantwortlichen der Departemente definiert wurde.

Tonalität Kanton Basel-Stadt und semantisches Profil

Wir schreiben **auf Augenhöhe, einfach, inklusiv** und **erwachsen**. Zudem ist unsere Tonalität, wenn angebracht, **innovativ** und **grosstädtisch**.



Legende: Die Pfeile bei «Innovativ» und «Grosstädtisch» bedeuten, dass der Kanton Basel-Stadt danach strebt, nach Aussen innovativ und grosstädtisch zu wirken. Dies ist aber nicht in jedem Fall umsetzbar.



Tonalität	Anwendung
Auf Augenhöhe	<ul style="list-style-type: none"> - Wir formulieren Inhalte so, dass sie für unser Gegenüber verständlich sind (in Bezug auf Komplexität, Wortwahl und Detaillierungsgrad). - Wir nehmen unser Gegenüber ernst und nehmen Probleme wahr. Wir bieten den Dialog an und Hilfe (auf einem sachlichen Level) statt abzublocken. - Die Tonalität passt sich dem Inhalt und Kontext an. Es gibt Themen, bei denen wir sachlich bleiben, um eine gewisse Distanz zu wahren. In weniger heiklen Kontext zeigen wir Empathie, wo dies angebracht ist.
Einfach	<ul style="list-style-type: none"> - Wir formulieren Inhalte so, dass sie für unser Gegenüber verständlich sind (in Bezug auf Komplexität, Wortwahl und Inhaltstiefe). - Wir schreiben so einfach wie möglich und so komplex wie nötig.
Inklusiv	<ul style="list-style-type: none"> - Wir erklären Fachbegriffe, sind aber kein Lexikon mit Anspruch auf Vollständigkeit. Richtet sich ein Inhalt klar nur an Fachpersonen, dürfen Fachbegriffe verwendet werden. Richtet sich ein Inhalt aber an mehrere Anspruchsgruppen, so sollten Fachbegriffe erklärt werden. - Wir nutzen den natürlichen Sprachgebrauch der Leserinnen und Leser statt Verwaltungssprache (Synonyme via Google Trends auf Präferenz testen).
Erwachsen	<ul style="list-style-type: none"> - Wir behandeln alle gleich, unsere Tonalität ändert sich nicht, wenn wir uns an Jugendliche richten.
Innovativ	<p>Innovativ sind wir eher bei der Bildwahl und in der Haltung, wie wir über Themen schreiben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bildwahl: Wir wählen Bilder, welche die Fortschrittlichkeit und den Innovationsgeist des Kantons Basel-Stadt zeigen (moderne medizinische Infrastruktur statt Stethoskop, Digitalisierung im Alltag statt Broschüre). - Haltung: Wir streichen heraus, wenn der Kanton Basel-Stadt oder eine Akteurin bzw. ein Akteur Innovatives leistet (über Pioniergeist, Vorreiterrolle, Zukunft schreiben).
Grossstädtisch	<p>Grossstädtisch sind wir eher bei der Bildwahl und in der Haltung, wie wir über Themen schreiben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bildwahl: Wir zeigen nicht nur Traditionelles (wie Fasnacht, Vogel Gryff, etc.), sondern den Kanton Basel-Stadt als moderne, weltoffene Grossstadt mit internationaler Ausstrahlung (Dreiländereck). - Haltung:

Tonalität

Anwendung

Wir wollen nicht trendig sein, aber selbstbewusst eine gewisse Strahlkraft zum Ausdruck bringen. Wir sind nicht überheblich und wollen nicht besser sein als andere.

Tonalitäts-Empfehlungen

Die folgenden Beispiele sind abgeleitet aus der Tonalität der Website. Es handelt sich um Empfehlungen, wie Texte entsprechend der Tonalität formuliert werden können.

Schwerpunkt 1) Der Kanton Basel-Stadt über sich als Absender

Der Kanton als Absender: Sachlich aber nicht distanziert

Wir schreiben sachlich über den Kanton Basel-Stadt als Absender, bleiben aber auf Augenhöhe mit den Leserinnen und Lesern.

Distanziertes Beispiel

- Die Verwaltung

Sachliche Beispiele

- Die Steuerverwaltung

- Der Kanton Basel-Stadt

Wir: Wir gehen sparsam um mit «Wir»

Inflationärer Umgang mit «Wir»

- Wir gehen sparsam mit «Wir» um. Vor allem bei politisch kritischen Themen verzichten wir aufgrund der Sachlichkeit auf das «Wir».

Sparsamer Umgang mit «Wir»

- Bei der ersten Nennung des Absenders auf einer Seite nennen wir immer die Abteilung oder Dienststelle beim Namen, danach kann als Synonym sparsam «Wir» genutzt werden.

- «Wir helfen Ihnen gerne weiter».

Persönlichkeit: Fokus auf Bilder statt auf die Sprache

Blumige Sprache

- Wir verzichten auf Adjektive, die mehrdeutig verstanden werden könnten.

Dezenter Umgang mit Persönlichkeit

- Wir setzen auf freundliche Sachlichkeit und gehen sehr sparsam mit Adjektiven um. Die Persönlichkeit wird eher über Bilder (innovativ, grossstädtisch) gezeigt.

Helvetismen: Verständlichkeit vor Heimeligkeit

Wir übertreiben nicht mit Lokalkolorit

Wir gehen sparsam mit «Baselismen» um, da diese nicht von allen verstanden werden:

- Bebbi
- Clique
- Drey scheenschte Dääg

Wir setzen auf Verständlichkeit

Wir nutzen Helvetismen, wenn es der Verständlichkeit dient:

- Znüni statt Pausenbrot
 - Detailhandel statt Einzelhandel
 - Parkieren statt parken
-

Schwerpunkt 2) Ansprache der Leserinnen und Leser

Ansprache: Sie statt du

Wir duzen

- Bitte informiere dich über die Dienstleistungen, bevor du Anfragen stellst oder einen Besuch planst.
 - Bitte informiert euch über die Dienstleistungen, bevor ihr Anfragen stellt oder einen Besuch plant.
-

Wir siezen

- Bitte informieren Sie sich über die Dienstleistungen, bevor Sie Anfragen stellen oder einen Besuch planen.
-

Privatpersonen und Unternehmen: Eine Ansprache für die ganze Website

In Bezug auf die Nähe oder Höflichkeit unterscheiden wir sprachlich nicht bei Inhalten, die sich an Privatpersonen oder Unternehmen richten. Bei Inhalten, die sich primär an Unternehmen richten, kann fachspezifischer Wortschatz verwendet werden.

Allgemein bleiben Auf Zielgruppen hinweisen

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Auf dieser Seite finden Sie alle Tarife | <p>Richtet sich ein Inhalt explizit nur an Privatpersonen oder Unternehmen, nutzen wir sprachliche «Wegweiser» zur Zielgruppe und geben bereits im Anriss oder Lead entsprechende Hinweise.</p> <ul style="list-style-type: none">- Leistungen für Unternehmen- Diese Tarife gelten für Anwohnerinnen und Anwohner |
|---|---|
-

→ [Zur Seite "Schreibkonventionen und Glossar"](#)