

CORPORATE WORDING

Luzern Tourismus AG
Luzern-Vierwaldstättersee



1. BEZEICHNUNG DER REGION

1.1 Luzern-Vierwaldstättersee

Die Bezeichnung «Luzern-Vierwaldstättersee» (mit kurzem Bindestrich und ohne Leerschlägen zwischen Strich und Buchstaben) soll wenn immer möglich in Headlines und im Lauftext verwendet werden, wenn von der gesamten Region die Rede ist:

- d Luzern-Vierwaldstättersee
- f Lucerne-Lac des Quatre-Cantons
- i Lucerna-Lago di Lucerna
- e Lucerne-Lake Lucerne Region

In Headlines etc. kann je nach Schriftgrösse und Grafik auch eine Version mit Leerschlägen vor oder nach dem Bindestrich verwendet werden: Luzern – Vierwaldstättersee.

1.2 Erlebnisregion

Wann immer möglich und sinnvoll, soll auch die Bezeichnung «Erlebnisregion» verwendet werden, um den «Resort-Charakter» zu betonen:

- d Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee
- f Lucerne-Lac des Quatre-Cantons, région de découvertes
- i Lucerna-Lago di Lucerna, la regione svizzera delle scoperte
- e Lucerne-Lake Lucerne Region

Für Englisch existiert keine gut anwendbare Übersetzung von «Erlebnisregion».

1.3 Weggis Vitznau Rigi

Für die Region Weggis Vitznau Rigi sind folgende Bezeichnungen zu verwenden:

- d Ferienregion Weggis Vitznau Rigi
- f La région de villégiature de Weggis Vitznau Rigi
- e Weggis Vitznau Rigi holiday region

Alternative Bezeichnungen

Ebenfalls verwendet werden können die Bezeichnungen «Region Weggis Vitznau Rigi», «Genussregion Weggis Vitznau Rigi», «Seeregion» oder «Genuss zwischen Berg und See – Weggis Vitznau Rigi».

Dont's

Bezeichnungen wie «Innerschweiz», «Urschweiz» oder «Zentralschweiz» werden nicht verwendet. Ausnahme «Zentralschweiz»: Im Zusammenhang mit nicht rein touristischem Inhalt resp. als geographische Bezeichnung und falls der Text ausschliesslich im Markt Schweiz verwendet wird (z.B. „Luzern ist die Hauptstadt der Schweiz und die bedeutendste Stadt der Zentralschweiz“.)

Verwendung als Claim

Die Bezeichnung «Erlebnisregion» findet auch Verwendung als Claim und wird z.B. auf der Rückseite von Broschüren (zusammen mit dem ST Goldblumen-Logo) platziert, sofern grafisch möglich.

- d Die Erlebnisregion der Schweiz.
- f La région de découvertes.
- i La regione svizzera delle scoperte.
- e The Essence of Switzerland.

Dont's

Die Bezeichnung «Wellness- und Wohlfühlregion Weggis Vitznau Rigi» wird nicht mehr verwendet.

2. MARKE UND CLAIM

Der Claim wird wie folgt verwendet:

- d Die Stadt. Der See. Die Berge.
- f La Ville. Le Lac. Les Montagnes.
- i La Città. Il Lago. Le Montagne.
- e The City. The Lake. The Mountains.

Weitere Sprachversionen auf Anfrage. Detaillierte Informationen zur Marke Luzern sind im Markenhandbuch zu finden.

Dont's

Schreibweisen wie «die stadt. der see. die berge.» oder «DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.» etc. sind nicht zu verwenden.

3. LESERANSPRACHE UND TONALITÄT

Grundsätzlich werden Leserinnen und Leser – genauso wie Gäste am Schalter – in der Höflichkeitsform angesprochen. Projektspezifische Ausnahmen (z.B. «Du»-Form im Rahmen einer Kampagne) sind möglich, aber vorgängig mit der Abteilung Unternehmenskommunikation abzusprechen.

Tonalität

Die Texte von Luzern Tourismus kommunizieren eine klare Botschaft und sind in einem seriösen, aber gleichzeitig inspirierenden und erfrischenden Stil verfasst. Dank einer bildhaften Sprache sollen Emotionen geweckt werden, allerdings ohne unnötige, blumige Floskeln. Grundsätzlich werden die Leserinnen und Leser direkt und aktiv angesprochen.

Textstruktur

Durch die Unterteilung in kurze Abschnitte und die Vermeidung von langen Schachtelsätzen wird die Lektüre erleichtert und die Texte sind lesefreundlich.

Useransprache auf Social Media

Einen Sonderfall stellt die User-Ansprache auf Social Media dar. Mit Ausnahme von Twitter sowie des Karriere-Portals LinkedIn wird der User in den sozialen Netzwerken mit «Du» angesprochen oder eine neutrale Ansprache gewählt. Wird auf Anfragen oder Kommentare von Nutzern reagiert, dann wird deren Schreibweise aufgenommen.

4. WIE SCHREIBEN WIR WAS?

4.1 Generelle Schreibregeln

Headlines und Titel

Gemäss aktuellem CI/CD der LTAG werden Headlines in Grossbuchstaben geschrieben. Bei weiteren Titeln und Subheadlines (z.B. in Broschüren) werden die üblichen Rechtschreibregeln der Gross- und Kleinschreibung angewendet.

Zahlen

Zahlen von eins bis zwölf werden im Fliesstext grundsätzlich ausgeschreiben. Als Dezimaltrennzeichen wird ein Komma verwendet (z.B. 2,5 Kilometer) - Ausnahmen sind Währungen (z.B. CHF 6.50). Bei Zahlen mit mehr als vier Stellen wird ein Apostroph als Tausendertrennzeichen verwendet (z.B. 10'000).

Eine Ausnahme bildet die Verwendung der Schrift «Helvetica» - hier erfolgt aufgrund des Schriftbildes die Gliederung ab vier Stellen mit einem Achtelgeviert oder einem geschützten Leerzeichen.

Masseinheiten und Abkürzungen

Im Lauftext werden Masseinheiten in der Regel ausgeschrieben (z.B. Schweizer Franken, Kilometer, Kilogramm, Meter über Meer, Prozent etc.). In gewissen Textformen können diese Einheiten allerdings auch abgekürzt verwendet werden (z.B. CHF, km, kg, m ü.M. etc.).

Uhrzeit

Die Uhrzeit wird auf Deutsch und Französisch in der 24-Stunden-Zählung angegeben, in Englisch wenn möglich in 12-Stunden-Zählung. Stunden werden stets ohne führende Null dargestellt, Stunden- und Minutenangaben werden mit einem Punkt getrennt (z.B. 9 Uhr oder 9.30 Uhr resp. 1 am oder 4.30pm). In Französisch erfolgt die Zahlentrennung mittels «h» (z.B. 10 heures, 10 h oder 10 h 30).

Datumsangaben

Bei Datumsangaben wird der Monat ausgeschreiben und das Jahr erwähnt (z.B. 2. März 2023 oder Freitag, 20. Januar 2023).

Firmennamen

In Fliesstexten wird die Bezeichnung «Luzern Tourismus» verwendet. In Zusammenhang mit der Unternehmung als AG (Aktionäre als Zielgruppe, im Geschäftsbericht etc.) wird «Luzern Tourismus AG» respektive die Abkürzung «LTAG» verwendet. Firmennamen anderer Leistungsträger werden nicht in Grossbuchstaben geschrieben.

Sonderzeichen

Anführungszeichen « »	[Alt+0171 und Alt+0187]
Bindestrich -	entsprechende Taste
Gedankenstrich —	[Alt+0151]

Geschlechtergerechte Sprache

Luzern Tourismus legt Wert darauf, Personen jeden Geschlechts anzusprechen und wertzuschätzen. Wenn möglich werden gängige neutrale Bezeichnungen verwendet (z.B. «Team» statt «Mitarbeiter»), sofern diese natürlich wirken. Dies gilt ebenso für Paarformen, Plural- und Kollektivbezeichnungen («Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter» oder «Mitarbeitende» statt «Mitarbeiter»).

Faustregel: Grundsätzlich werden die gängigen Begriffe verwendet, ungeachtet dessen, ob es sich um maskuline oder feminine Formen handelt.

Dont's

Auf schwer zu lesende Schreibweisen (z.B. «MitarbeiterInnen», «Mitarbeiter/innen», «Mitarbeiter*innen» etc.) wird zugunsten der Lesefreundlichkeit verzichtet – Stellenanzeigen ausgenommen. Künstlich wirkende Formulierungen sind ebenfalls zu vermeiden (z.B. «angebotsstellende Firma» statt «Anbieter»).

Glossar Luzern Tourismus

Damit Luzern Tourismus einheitlich gegen aussen kommunizieren kann, sind vielverwendete Begriffe, Destinationen und Veranstaltungen im Glossar von Luzern Tourismus offiziell definiert und übersetzt (laufend aktualisiertes Dokument, abgelegt in der Infothek).

Tipp: Schreibweisungen der Bundeskanzlei

Ein gutes Nachschlagewerk ist der umfangreiche Leitfaden «Schreibweisungen der Bundeskanzlei». Dieser ist online verfügbar unter: www.bk.admin.ch > Dokumentation > Sprachen > Deutschsprachige Dokumente

Weitere Regelungen betreffend Headlines, Bildsprache sowie CI/CD, Logoanwendung etc. sind im Dokument 1.05_W_Marken Design Manual von Luzern Tourismus festgehalten.

4.2 Adresszeilen

Für Publikationen mit Zielgruppe Gäste / Touristen

Luzern Tourismus – Tourist Information
Zentralstrasse 5 | CH-6002 Luzern
Tel. +41 41 227 17 17
luzern@luzern.com | luzern.com

Für Publikationen mit Zielgruppe Partner / Medien / Reiseveranstalter etc. (B2B)

Luzern Tourismus – Tourist Board
Bahnhofstrasse 3 | CH-6002 Luzern
Tel. +41 41 227 17 17
luzern@luzern.com | luzern.com

Für Publikationen des LCB mit Zielgruppe Kongress- / Event-Veranstalter (MICE)

Luzern Tourismus – Lucerne Convention Bureau
Bahnhofstrasse 3 | CH-6002 Luzern
Tel. +41 41 227 17 07
convention-bureau@luzern.com | luzern.com/business

Für Publikationen mit Absender Weggis Vitznau Rigi Tourismus

Luzern Tourismus – Tourist Information Weggis
Seestrasse 5 | CH-6353 Weggis
Tel. +41 41 227 18 00
weggis@luzern.com | weggis-vitznau.ch

In Fusszeilen wird eine Variante auf zwei Zeilen verwendet,
mit einer Zeilenschaltung nach «CH-6002 Luzern»:

Luzern Tourismus – Tourist Information | Zentralstrasse 5 | CH-6002 Luzern
Tel. +41 41 227 17 17 | luzern@luzern.com | luzern.com

Die oben aufgeführten Adresszeilen-Versionen werden für sämtliche Publikationen verwendet,
auch solche, welche in einer anderen Sprache verfasst sind.

Dont's

Die Telefonnummer-Schreibweise mit «+41 (0)41 [...]» ist veraltet und entspricht nicht dem aktuellen internationalen Standard. Die Null der Ortsnetzkennzahl (z.B. «041») ist wegzulassen.