

# Markensprache Brandenburg

## Ein Leitfaden für Partner



# Eine Sprache für die Marke Brandenburg

## Wozu ist dieser Sprachleitfaden gut?

Viele Partner, eine Sprache: herzlich und empathisch – so klingt Brandenburg. Unsere natürliche Alltagssprache macht die Marke Brandenburg für Gäste erlebbar. Für unsere Marke ist es gut, wenn wir alle einen frischen, unkomplizierten Schreibstil haben. Dafür gibt es diesen Leitfaden mit vielen Beispielen. Der typische Brandenburg-Sound ist entspannt und ungekünstelt.

Unseren Gästen wird der zugewandte, selbstbewusste, humorvolle und offene Ton gefallen, und sie werden sich auf ihre Zeit in Brandenburg freuen. Wenn Sie in der Markensprache schreiben, fallen Sie auf. Sie erzeugen Sympathie und bleiben bei Ihren Gästen in positiver Erinnerung. Übrigens: In der B2B-Ansprache siezen wir, also auch in diesem Leitfaden. Anders ist es bei unseren Gästen. Hier wählen wir das „Du“.

Viel Spaß beim Lesen und Texten wünscht  
das Marketingteam der TMB

# Tonalität: Der Klang unserer Marke

## So klingt Brandenburg:

- nahbar, verbindlich, auf Augenhöhe
- herzlich, ursprünglich
- fröhlich, humorvoll
- selbstbewusst
- offen, geradeheraus

## Ansprache:

### Wir duzen unsere Gäste.

Gäste direkt anzusprechen, passt perfekt zu unserer lebendigen und frischen Tonalität. Mit dem Du wirkt das besonders herzlich und empathisch. So vermitteln wir das Gefühl: Wir sind für dich da und freuen uns auf dich.

Probieren Sie es einmal aus und übersetzen Sie unser Versprechen „Brandenburg – Mehr brauchst du nicht“ in die Sie-Ansprache. – Richtig, es funktioniert einfach nicht mit dem Sie. Wenn Ihnen das Du an manchen Stellen nicht passend erscheint, können Sie auch den Plural benutzen, also Gäste als Gruppe ansprechen.

„Zeit für euch – Mehr braucht ihr nicht“.

## Beispiel alte Tonalität

Für die Gestaltung des Thermalbades wurden viele hochwertige Materialien verwendet. Vier Saunen, zwei Dampfbäder und ein Hamam verheißen entspannte Stunden. Der Whirlpool lädt danach zum Verweilen ein.

## Beispiel Siezen

Im Schloss Wintershausen finden für Sie regelmäßig Veranstaltungen statt. Im Kalender finden Sie aktuelle und vergangene Termine.

## Beispiel neue Tonalität

NEU

Na klar, auch in Brandenburg gibt's mal schlechtes Wetter. Mach das Beste draus und besuche unsere Therme. Hier kannst du herrlich entspannen. Und nach Sauna, Dampfbad oder Hamam wartet unser blubbernder Whirlpool auf dich.

## Beispiel Duzen

Ja, in unseren alten Gemäuern ist immer was los. Schau einfach mal in unseren pickepackevollen Kalender. Bestimmt findest du ein Konzert, eine Lesung oder ein anderes Event, das dir gefällt.

# Alpha-Wörter®: Wörter, die den Brandenburg-Sound erzeugen

Mit bestimmten Wörtern kann man einen unverwechselbaren Klang in Texten erzeugen. Wir nennen solche Wörter Alpha-Wörter®. Folgende Wörter haben wir aus der Markenentwicklung abgeleitet. Benutzen Sie einfach ab und zu eines oder mehrere davon:

- 1 einfach**  
[dazu gehören auch Einfachheit, das Einfachste]
- 2 flieBen**  
[zerfließen, flüssig, fließend, Fluss, Floß, Fließ]
- 3 frei**  
[Freiheit, befreit]
- 4 klar**  
[Klarheit]
- 5 machen**  
[machbar, in der Mache, aufmachen, Macherin]
- 6 natürlich**  
[Natur, Natürlichkeit, renaturieren, naturnah]
- 7 Zeit**  
[zeitlich, zeitnah, zeitig]

## Nachfolgend einige Beispiele, wie das mit Alpha-Wörtern® (in grün) klingt.

**Einfach** mal aus dem Alltag ausklinken? Die **Zeit flieBen** lassen? Die Adresse hierfür lautet Waldschlösschen in Flesenow. In unserem Wellnesshotel mitten in der Brandenburger **Natur** bekommst du den Kopf **frei**.

Noch mehr bio geht nicht. In unserem Hofladen findest du **Natur** zum Mitnehmen: frisch geerntetes Gemüse und duftende Kräuter aus unserem Garten. Und **klar**, auch unsere Fleisch- und Wurstwaren **machen** wir selber.

In unserer Töpferwerkstatt in Waldhütte kommst du selbst ins **Machen**. Hier hast du alle **Zeit** der Welt, um aus einem Tonklumpen ein Gefäß zu modellieren. **Natürlich** gibt's viele Tipps von unserem Keramikprofi.

## Textbeispiele für unsere Markensprache

Selbstbewusst, locker und zugleich informierend: So klingt die Marke Brandenburg. Was passt zu diesem Mix, was eher nicht? Wir haben vier Vorher-Nachher-Beispiele kommentiert.

**Vorher**

Ein Ort für Seminare, Events und Tagungen

StandardEinstieg, schon oft gelesen — Willkommen auf Gut Friedensborn. Lernen Sie unsere Oase kennen. Bei uns erwartet Sie eine Symbiose aus Offenheit, Exklusivität und Natürlichkeit. Eine stille, unaufdringliche Wertigkeit begleitet Ihr Team. Kommen Sie in einer Atmosphäre zusammen, die Raum für Kommunikation bietet.

Viele Hauptwörter hintereinander machen einen Text sperrig.

Wort hört man zu häufig, und es bleibt Behauptung.

Zu viele Adjektive machen die Aussage unglaubwürdig. unklar, was damit gemeint ist

sehr sachlich im Vergleich zum vorhergehenden Text

**Nachher**

Dein kreativer Ort in der Uckermark

Tapetenwechsel fürs Team: In unseren perfekt ausgestatteten Seminarräumen kommt ihr bestimmt auf neue Gedanken. Macht euch also auf den Weg zu uns. Auf Gut Friedensborn wirkt eure Auszeit vom Arbeitstrott als Kreativitätsturbo. Die stille Brandenburger Natur lässt nämlich eure Ideen fließen.

Headline, die neugierig macht

Ein starkes Bild am Anfang des Satzes zieht in den Text hinein.

selbstbewusster CTA

freundlich und höflich zugleich: das indirekte Duzen mit „ihr/euch“

Ein Adjektiv reicht. Das muss dann aber wirklich stimmen :)

## Vorher

### Kahnfahrt durch den Spreewald

Das wird nicht näher beschrieben, die Gäste haben keine genaue Vorstellung davon.

Wir laden Sie herzlich ein, den einzigartigen Spreewald **bei einer romantischen Kahnfahrt** zu erkunden.

Eine Auswahl der **schönsten und beliebtesten** Rundtouren haben wir aufgelistet. Diese führen durch

Spreewalddörfer zurück zum Hafen. Egal, ob Familienausflug, Teamevent oder Hochzeit: Wir

organisieren Ihre komplette Spreewalkahnfahrt und lassen sie zu **unvergesslichen Momenten** werden.

Vorsicht bei solchen Steigerungsformen: Das kann marktschreierisch oder sogar unglaubwürdig wirken.

Diese Wortgruppe haben alle schon zu oft gelesen. Ungewöhnliche Formulierungen dagegen stechen aus der Masse heraus.

## Nachher

### Auf dem Kahn gemütlich durch den Spreewald **schippern**

Ein Wort aus der Alltagssprache macht den Text sofort sympathisch.

beschreibt, was man hören und fühlen kann. Nicht immer nur das, was man sehen kann

Hier wird ein Bild beschrieben von dem, was der Gast erleben kann.

Vorbei geht es an **unberührten Erlenwäldern und einsam gelegenen Häusern**, während **das Wasser sanft flieBt**.

macht neugierig

**Für ein wenig Aufregung** sorgt ein Abstecher zur Schleusenanlage. Jede unserer Kahnfahrten durch den Spreewald

ist besonders. **Einfach** buchen und eine **Auszeit** nehmen. **Natürlich** helfen wir dir gern, wenn du einen Ausflug mit

deiner Familie oder deinem Team planst. Auch für den schönsten Tag im Leben **haben wir etwas für dich**.

freundliche, direkte Ansprache erzeugt Nähe

## Vorher

### Zur Fischerklause

sehr langer Satz — In unserem rustikal gestalteten Restaurant mit Blick aufs Wasser servieren wir Ihnen deftige Gerichte mit Fleisch und Fisch aus der Region. Das Gemüse und Obst, das wir verwenden, beziehen wir von Bauernhöfen aus der Nachbarschaft.

Achtung: Zwei Kommas im Satz weisen auf einen Schachtelsatz hin.

## Nachher

### So schmeckt Brandenburg

Ungewöhnliche Wortkombi macht neugierig. — Gaumenglück – so könnte unser Restaurant auch heißen. Wir verarbeiten alles, was die Natur und die Region  
alltagsnahe Sprache steht für die Brandenburger Unkompliziertheit — so hergeben. Natürlich gibt es bei uns Fleisch- und Fischgerichte. Aber auch Knollen, Blätter, Stängel, Wurzeln und Früchte landen auf unseren Tellern.

Gemüse einmal anders aufgezählt – das erzeugt Bilder im Kopf.

## Vorher

### Stadtgeschichte entdecken

sehr langer  
Schachtelsatz  
(26 Wörter!)

Fremdwörter  
erschweren  
das Lesen.

In unserem Museum, das über 1.500 Exponate auf knapp 500 Quadratmetern beherbergt, können

Sie an diversen interaktiven Mitmachstationen in die ereignisreiche und höchst spannende

Superlative wirken  
oft marktschreierisch

Stadtgeschichte eintauchen. Wir nehmen Sie mit auf eine Reise in die Vergangenheit unserer Stadt.

schon sehr häufig so gelesen

## Nachher

### Stadtgeschichte für Augen und Ohren

mehrere Sinne ansprechen  
macht einen Text lebendig

Ausruf ist ein vertrautes Element  
aus der gesprochenen Sprache

Einstieg über eine Frage  
sorgt für Abwechslung

Wort aus Alltags-  
sprache erzeugt Nähe

Hier ist der Beleg  
für die Headline.

Stadtgeschichte ist staubtrocken? Von wegen! In unserem Museum werden die letzten Jahrhunderte

unserer Stadt in Bild und Ton lebendig. Probier' doch einfach mal die vielen Mitmachstationen aus. Du

freundliche Aufforderung  
bezieht die Gäste ein

wirst die Zeit auf unseren 500 Quadratmetern vergessen. Das Schöne: Du kannst wiederkommen.

„Die Zeit vergessen“ macht  
Lust auf den Besuch.

charmanter Ausstieg erzeugt  
Nähe zu den Gästen

## Und jetzt sind Sie dran:

Schreiben Sie in einem herzlichen, zugewandten und ehrlichen Ton. Duzen Sie – wenn möglich – Ihre Gäste.

Und verwenden Sie ein paar von unseren Alpha-Wörtern®. So verleihen Sie Ihren Texten den typischen Brandenburg-Sound.