



Social-Media-Redaktionsrichtlinien des Kantons Basel-Stadt

1. Zweck und Verbindlichkeit

Die Redaktionsrichtlinien regeln sämtliche Social-Media-Aktivitäten des Kantons Basel-Stadt. Sie legen verbindlich fest, wie Inhalte im Namen des Kantons zu erstellen, zu publizieren und zu gestalten sind.

Sie stellen sicher, dass alle Beiträge:

- den strategischen Zielen entsprechen,
- die Corporate Identity wahren,
- professionell, konsistent und zielgerichtet kommuniziert werden.

Die Redaktionsrichtlinien konkretisieren das Rahmenkonzept Social Media. Sie werden gemeinsam mit der Fachgruppe Social Media regelmässig überprüft und bei Bedarf angepasst. Die Einhaltung ist verbindlich. Die Staatskanzlei kann die Schliessung von Kanälen veranlassen, die gegen diese Vorgaben verstossen. Die Gesamtverantwortung für die kohärente Social-Media-Kommunikation liegt bei der Staatskanzlei, Abteilung Kommunikation, in Zusammenarbeit mit den Departementen, Dienststellen und der Fachgruppe Social Media.

2. Eröffnung neuer Kanäle

Vor der Eröffnung eines neuen Social-Media-Kanals ist zu prüfen:

- Besteht eine gesetzliche Grundlage für die Kommunikation?
- Ist ein eigener Kanal sachlich notwendig und verhältnismässig?

Die Kommunikationsleitung des zuständigen Departements ist einzubeziehen. Die Genehmigung durch die Staatskanzlei (socialmedia@bs.ch) ist obligatorisch. Die Staatskanzlei prüft, ob und in welcher Form eine Präsenz zweckmässig und mit den kantonalen Kommunikationsvorgaben vereinbar ist.

3. Periodische Überprüfung bestehender Kanäle

Bestehende Kanäle sind regelmässig auf ihre Notwendigkeit und Aktualität zu überprüfen. Kanäle ohne aktuelle Grundlage (z. B. abgeschlossene Kampagnen oder Anlässe) sowie ungenügend betreute Auftritte sind zu schliessen und zu löschen. Bezüglich Archivierung ist vorgängig das Staatsarchiv zu konsultieren.

4. Corporate Design

Ein einheitlicher visueller Auftritt stellt die klare Erkennbarkeit des Kantons Basel-Stadt als Absender sicher. Die Staatskanzlei entwickelt dazu das Corporate Design für Social Media weiter. Alle Social-Media-Auftritte haben den Vorgaben des kantonalen Corporate Designs zu entsprechen.

- Die Richtlinien unter «[Corporate Design | Kanton Basel-Stadt](#)» sind verbindlich.
- Für Social Media wird das Corporate Logo, der Baselstab, schwarz auf weiss verwendet. Der Baselstab als offizielles Wappen des Kantons Basel-Stadt ist mit Bundesgesetz

geschützt, vgl. «Datenschutzerklärung | Kanton Basel-Stadt». Eigene oder angepasste Baselstäbe sind unzulässig.

5. Herausgeber Kanton Basel-Stadt

Der Herausgeber «Kanton Basel-Stadt» muss auf jedem Social-Media-Kanal transparent ausgewiesen sein.

Je nach Plattform sind folgende Formulierungen zu verwenden:

- **Instagram:** Dieser Kanal ist Teil der Kommunikation des @kantonbaselstadt.
- **Facebook:** Dieser Kanal ist Teil der Kommunikation des @rathausbasel.
- **TikTok:** Teil der Kommunikation Kanton Basel-Stadt.
- **LinkedIn, X, Bluesky, YouTube:** Dieser Kanal ist Teil der Kommunikation des Kantons Basel-Stadt.

6. Zielgruppenorientierung

Inhalte richten sich an klar definierte Zielgruppen:

- Wohnbevölkerung (z.B. Instagram, TikTok, Facebook, X),
- Fachkräfte und Unternehmen (z.B. LinkedIn),
- politisch Interessierte (z.B. X, Bluesky, Instagram, LinkedIn).

Inhalte, Bildsprache und Tonalität sind dem jeweiligen Kanal und dessen Zielgruppe anzupassen.

7. Inhaltliche Konsistenz und Qualität

Grundsatz: Beiträge haben dem Leitfaden der Öffentlichkeitsarbeit zu entsprechen.

Klarheit und Relevanz: Beiträge müssen klar und präzise formuliert sein. Sie müssen einen generellen Informationswert aufweisen und nachvollziehbar zur Erreichung eines Kommunikationsziels beitragen. Dazu können auch Beiträge mit unterhaltendem Charakter oder Bezug zu plattformspezifischen Formaten und Trends gehören, sofern sie der Reichweitensteigerung, der Zielgruppenansprache oder der Sichtbarkeit kantonaler Inhalte dienen.

Verständlichkeit und Kontext: Komplexe Inhalte sind verständlich darzustellen. Notwendiger Kontext ist mitzuliefern. Es ist nicht vorauszusetzen, dass die Community über Vorwissen verfügt.

Rechtschreibung: Es gelten:

- Rechtschreibleitfaden des Bundes
- Leitfaden des Bundes zur geschlechtergerechten Sprache: Es werden Doppelnennungen (z. B. Schülerinnen und Schüler) verwendet.

KI-generierte Texte sind an die Schweizer Rechtschreibung und den kantonalen Sprachgebrauch anzupassen.

Barrierefreiheit: Barrierefreiheit ist im Rahmen der technischen Möglichkeiten der jeweiligen Plattform umzusetzen.

Emojis sind zulässig. Sie sind zurückhaltend und funktional einzusetzen, da Screenreader Emojis ausführlich vorlesen.

Tonalität: Wie die meisten Kantone und Städte duzen wir die Community. Auf Private Messages wird im Ton der Anfrage geantwortet (Siezen bei Sie-Ansprache).

Die Kommunikation bleibt jederzeit höflich, sachlich und dienstbereit.

Bildqualität: Bilder und Videos müssen qualitativ hochwertig und klar erkennbar sein. Der Leitfaden zur Bildverwendung definiert die Nutzung von Bildern und anderen visuellen Materialien.

Qualitätssicherung: Vor der Veröffentlichung gilt das 4-Augen-Prinzip.

8. Datenschutz, Urheberrecht, Persönlichkeitsschutz

Datenschutz und Urheberrecht: Alle Inhalte müssen den geltenden Datenschutzbestimmungen und dem Urheberrechtsgesetz entsprechen.

Bilder, Videos und Musik dürfen nur mit entsprechender Lizenz oder Einwilligung verwendet werden. Ein gesamtkantonaler SUISA-Vertrag besteht (Informationen im Intranet). Weitere Lizenzverträge (z. B. Adobe Stock) sind durch die jeweilige Dienststelle abzuschliessen.

Persönlichkeitsschutz (Datenschutz und Recht am eigenen Bild)

Vor der Publikation von Bild- oder Videoaufnahmen identifizierbarer Personen ist eine Einverständniserklärung einzuholen. Die im Intranet bereitgestellten Formulare dienen als Vorlage.

9. Community Management

Anfragen sind zeitnah, sachlich und höflich zu beantworten.

Falsche Behauptungen sind zu korrigieren.

Es wird im Namen des Kanal-Herausgebers kommuniziert.

Kommentare dürfen gelöscht werden, wenn sie:

- zu Straftaten, Hass oder Gewalt aufrufen,
- persönlichkeitsverletzende, ehrverletzende, drohende, diskriminierende oder pornografische Inhalte enthalten,
- die Sicherheit oder Gesundheit von Personen gefährden,
- kommerzielle Werbung enthalten,
- Spam darstellen,
- wiederholt themenfremd sind,
- offensichtlich falsch sind, wiederholt verbreitet werden und der Desinformation dienen.

Strafrechtlich relevante Inhalte können den zuständigen Behörden gemeldet werden.

Nach vorgängiger Verwarnung kann ein Account im Ausnahmefall für maximal sechs Monate blockiert werden.

Massgeblich sind:

- news.admin.ch/de/nsb?id=101493
- [Datenschutzerklärung, Abschnitt Social Media](#)
- Social-Media-Netiquette, unter [Die Verwaltung auf Social Media](#).

10. Externe Kollaborationen / Werbung

Kollaborationen mit privaten Unternehmen sind bei politischen Inhalten unzulässig. Werbung, einschliesslich Produktplatzierung, ist grundsätzlich nicht gestattet. Bei Hinweisen auf externe Angebote ist Gleichbehandlung sicherzustellen. Vergleichbare Anbieter sind gleichermassen zu berücksichtigen (z. B. durch vollständige Linklisten). Ausnahmen bedürfen transparenter, sachlicher Kriterien und sind schriftlich zu dokumentieren. Beispiel: Standortmarketing ([Infostellen | Kanton Basel-Stadt](#)).

11. Verwaltungsmitarbeitende auf Social Media

Die Kommunikation von Verwaltungsmitarbeitenden auf ihren eigenen, persönlichen Social-Media-Profilen richtet sich nach dem [«Leitfaden Social Media für Verwaltungsmitarbeitende»](#).

12. Kontakt

Für Rückfragen, Hinweise oder Anmerkungen wenden Sie sich bitte per E-Mail an:
socialmedia@bs.ch.

Version 21.07.2026