

wir im **NDR**

# Bilder schaffen Bewusstsein

Anregungen für eine  
gendergerechte Bildsprache

## Liebe Kolleg\*innen,

unser Bewusstsein schafft Bilder in unseren Köpfen. Was sehen wir vor unserem geistigen Auge, wenn wir an eine Frau denken? Was, wenn wir von einem Mann sprechen? Und wen sehen wir vor uns, wenn wir von älteren Menschen erzählen? Spiegeln diese bildhaften Vorstellungen tatsächlich die Menschen in unserer Gesellschaft von heute wider und entsprechen sie der modernen Welt?

Tradierte Rollenbilder haben sich verändert. Stereotype brechen auf. So wie Sprache sich wandelt und gendgerecht wird, so wandeln sich auch Bilder und Darstellungen.

Diese Broschüre soll als Anregung dienen, für alle, die gendertsensibel bei der Auswahl von Bildern und in der Darstellung von Piktogrammen und Grafiken vorgehen möchten.

Bewusstsein schafft Bilder und gleichzeitig schaffen Bilder Bewusstsein.

In diesem Sinne möchten wir Sie dazu ermuntern, dem Kulturwandel in unserer Gesellschaft auch in der Bildsprache Rechnung zu tragen.

Wir freuen uns über Ihr Mitwirken daran.

Nicole Schmutte, Gleichstellungsbeauftragte  
Annette Hecht, Corporate Design

# Gendergerechte Bildsprache

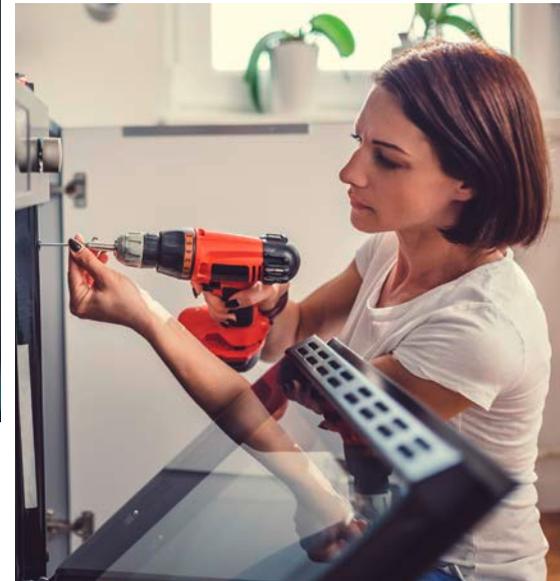
## Stereotype aufbrechen

Bei der Auswahl von Bildern und Fotos nehmen wir Einfluss, ob wir Rollenklischees und Stereotype bedienen oder die Gesellschaft und die Arbeitswelt so abbilden, wie sie inzwischen ist.



## Zeitgemäßes Frauenbild

Frauen in ihrer Vielfalt der Rollen abzubilden, schafft Wirklichkeit.



# Gendergerechte Bildsprache

## Zeitgemäßes Männerbild

Männer in ihren vielfältigen Rollenbildern zu zeigen, baut Vorurteile ab.



# Diversity in der Bildsprache

Die Gesellschaft ist vielfältig. Bei Themenbildern ganz selbstverständlich auch Menschen mit Zuwanderungsgeschichte, gleichgeschlechtliche Paare, Alleinerziehende oder Menschen mit Einschränkungen miteinzubeziehen, schafft Bewusstsein für Diversität.

ANWENDUNGSBEISPIEL IM IKEA-KATALOG 2019



ANWENDUNGSBEISPIEL IM IKEA-KATALOG 2019



# Diversity in der Bildsprache

## Download der Agenturbilder

<https://share.ard-zdf-box.de/s/dKk47Sm8PZxc54j>

Die Agenturbilder können von allen NDR-Redaktionen für alle Ausspielwege und zeitlich uneingeschränkt verwendet werden. Weitere gendersensible Fotos können kostengünstig bei der Bildagentur iStockphoto erworben werden.



ANWENDUNGSBEISPIEL IM IKEA-KATALOG 2019

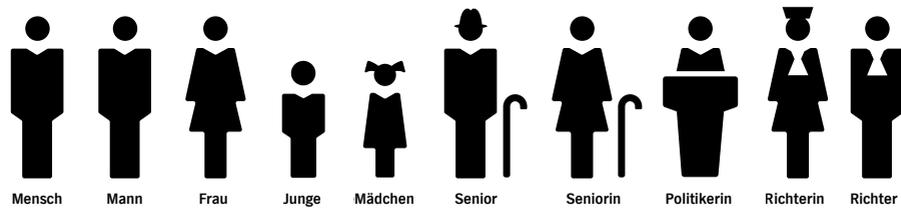


# Gendergerechte Piktogramme

Ein Piktogramm als „schriftliches Bild“ soll Informationen durch eine vereinfachte grafische Darstellung vermitteln. Geschlechter-Piktogramme sind seit den 1950er Jahren mit stereotypen Attributen versehen. Ein Mann hat breite Schultern, eine Frau trägt Rock, ein Mädchen hat Zöpfe und Senioren einen Krückstock. Diese vereinfachten Zuordnungen bedienen aus heutiger Sicht tradierte Klischees und schränken stark ein.

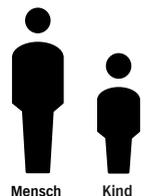
Nicht-binäre Geschlechter sind in dieser Piktogramm-Welt gar nicht berücksichtigt. Piktogramme dienen der schnellen Erfassung. Deshalb ist hier die Reduktion das Maß der Dinge. In der gendergerechten Sprache sind mit den neutralen Begriffen „Mensch“ oder „Person“ alle Geschlechter angesprochen. Bei der gendergerechten Iconsprache ist die Reduktion auf ein Piktogramm „Mensch“ somit naheliegend.

STATUS QUO



Das Piktogramm Mensch und das Piktogramm Kind kommen ganz ohne Attribute aus. Sie tragen in dieser Form alle Diversitätsmerkmale in sich, ohne stereotyp zu sein.

GENDERGERECHTE PIKTOGRAMME



Download Piktogramm Mensch und Kind:  
<https://share.ard-zdf-box.de/s/ZSW5QT99ZwCRmoC>

# Gendergerechte Infografiken

## Bevölkerung/Gesellschaft mit Piktogrammen



STATUS QUO

Menschen in ihrer Vielzahl werden als Bevölkerung/Gesellschaft mit vielen Mensch- und Kind-Piktogrammen in verschiedenen Formen und Größen dargestellt. So wird die Vielfalt in der Bevölkerung, ohne Stereotype zu bedienen, abgebildet.



EMPFEHLUNG:  
 PIKTOGRAMM MENSCH,  
 UM DIE VIELFALT DARZUSTELLEN

# Gendergerechte Infografiken

## Geschlechterdifferenzierung mit Typografie

Steht die Differenzierung nach Frauen und Männern in den Grafiken im Fokus, erfolgt dies ohne Piktogramme, nur mit Diagrammen und der typografischen Benennung „Frauen“ und „Männer“ oder zum Beispiel „Köchin“ und „Koch“. Eine ggf. zusätzlich farbliche Differenzierung ergibt

sich aus dem Farbspektrum des jeweiligen Sendungsdesigns. Bei Themen wie Einkommenslücke, steht der Zahlenwert im Mittelpunkt.



STATUS QUO



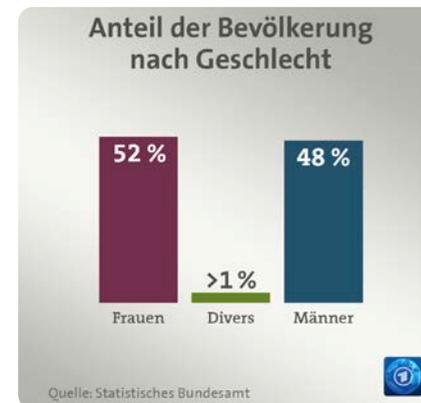
EMPFEHLUNG: TYPOGRAFIE STATT PIKTOGRAMM, FARBEN AUS DEM SENDUNGSDESIGN

Ein Verzicht auf Piktogramme bei der Geschlechter-Differenzierung und die ausschließliche Nutzung von Typografie ist insbesondere bei Berücksichtigung aller

Geschlechter von Vorteil. Ein offizielles Piktogramm für nicht-binäre Geschlechtsidentitäten gibt es noch nicht.



STATUS QUO



EMPFEHLUNG: TYPOGRAFISCHE DIFFERENZIERUNG STATT PIKTOGRAMM, FARBEN AUS DEM SENDUNGSDESIGN

# Gendergerechte Infografiken

## Grafik statt Piktogramm

Infografiken stellen Informationen und Daten visuell dar. Vergleichswerte werden durch Diagramme schnell erfassbar. Es ist vorab zu überlegen, welche Kern-Botschaft durch die Infografik in den Fokus gerückt werden soll. Auf zusätzliche Piktogramme zu Dekorationszwecken wird verzichtet.



STATUS QUO



EMPFEHLUNG:  
GRAFIK STATT PIKTOGRAMM,  
FARBEN AUS DEM SENDUNGS-  
DESIGN



STATUS QUO



EMPFEHLUNG:  
GRAFIK STATT PIKTOGRAMM,  
FARBEN AUS DEM SENDUNGS-  
DESIGN

# Kontakt

## Haben Sie Fragen? Wir freuen uns über Ihr Feedback.

Gern präsentieren wir Ihnen in Ihren Abteilungen und Redaktionen die Broschüre ausführlicher und kommen darüber mit Ihnen in den Austausch.

Melden Sie sich bei Bedarf.

**Nicole Schmutte**  
n.schmutte@ndr.de

**Annette Hecht**  
a.hecht@ndr.de

## Impressum

Herausgeber:  
Norddeutscher Rundfunk  
Rothenbaumchaussee 132  
20149 Hamburg

Redaktion:  
Nicole Schmutte  
Leiterin Gleichstellung und Diversity  
Annette Hecht  
Unternehmenskommunikation | Corporate Design

Fotos: iStockphoto | Getty Images; Ikea Katalog

Stand: September 2021

**NDR** Das Beste am Norden