

# Bildsprache der Vielfalt am KIT

Leitlinien für Kommunikationsmaßnahmen  
zur Rekrutierung von Studierenden



## Bildsprache der Vielfalt am KIT

Mit den Fotos und Videos in seinen Kommunikationsformaten und -kanälen will das KIT traditionelle Geschlechterbilder nicht verstärken, sondern Vielfalt zeigen. Orientierung bieten die Leitlinien für eine geschlechtergerechte Bildsprache, die das KIT allen Akteuren der strategischen und der dezentralen Kommunikation an die Hand gibt.

Die Auswahl und der Einsatz von Fotos und Videos am KIT berücksichtigen neben den Leitlinien für eine geschlechtergerechte Bildsprache auch andere Kriterien für eine ansprechende und zeitgemäße Visualisierung (thematischer Kontext, Datenschutz usw.).

Entwickelt hat die Leitlinien die Arbeitsgruppe „Studierendenmarketing – Zielgruppe Frauen“, die aus dem Forum „Rekrutierung von Studentinnen“ heraus entstanden ist.

Insbesondere bei der externen Kommunikation mit einer jüngeren Zielgruppe ist erhöhte Sensibilität gefragt. Bei allen Kommunikationsmaßnahmen, die sich mit der Rekrutierung von Studierenden befassen, sind die hier aufgeführten Anregungen daher verbindlich.

### Leitlinien für eine Bildsprache der Vielfalt

a) **Die Bildsprache am KIT versucht Rollenklischees für Frauen und Männer zu vermeiden**, wie sie zum Beispiel aus der Werbung bekannt sind:

Frau	Mann
Passiv	Aktiv
Objekt	Subjekt
Nähe	Distanz
Emotion	Kühnheit
Unterlegenheit	Überlegenheit
Sexualisierung	Männlichkeit
Opfer	Beschützer
Familie	Auto
Wellness	Technik
Fürsorge	Egoismus

**Rollenklischees,  
die es zu vermeiden gilt!**

b) **Fotos und Videos am KIT zeigen** im Hinblick auf Geschlechterrollen und Aussehen (Figur, Alter, Kleidung etc.) **die Vielfalt der Lebensrealitäten:**

- Frauen in höheren beruflichen Positionen und in einer naturwissenschaftlichen oder technischen Tätigkeit (Automechanikerin, Physikerin etc.)
- Männer mit ihrem Kind auf dem Spielplatz und als Kindergartenpädagoge oder Krankenpfleger

Zur Vielfalt der Lebenswelten am KIT gehört auch, dass Studium und Leben auf dem Campus den Alltag der Studierenden gleichermaßen prägen, unabhängig von Geschlecht, Alter, sexueller Orientierung und Identität, Behinderungen oder Hautfarbe, Religion und Kultur.

### Positive Beispiele





c) **Die Bildsprache am KIT setzt auf eine gleichwertige Abbildung von Frauen und Männern.**

Dabei achtet sie auf die Perspektive sowie auf Körperhaltung und Anordnung der Personen:

Wer sitzt, wer steht, wer ist im Vordergrund?

Wer wird aktiv, wer passiv dargestellt?

Wer schaut in die Kamera, wer schaut weg?

Wie wirken Kleidungsstil, Accessoires und Gegenstände im Setting des Fotos oder Videos?

Ziel ist nicht, Frauen allein oder isoliert zu zeigen, sondern als gleichberechtigte Protagonistinnen. Real vorhandene Frauen sollen in ihrem Umfeld sichtbar gemacht werden.

Bildunterschriften benennen Frauen und Männer gleichwertig.

Beispiel (lookKIT 4/2016):

*Dr. Rainer Stotzka: „Wir entwickeln zusammen mit den Geisteswissenschaftlerinnen und Geisteswissenschaftlern Werkzeuge, um große Bestände automatisch zu analysieren. Sie können so zum Beispiel Schreiberschulen, Stile oder die Verbreitung von Handschriften nachvollziehen.“*

Die Ansprechpartnerinnen für die Bilddatenbank des KIT in den Dienstleistungseinheiten Allgemeine Services (Aserv) sowie Strategische Entwicklung und Kommunikation (SEK) beraten und unterstützen bei der Recherche nach und der Auswahl von Fotos.

Kontakt:

**[bildanfrage@kit.edu](mailto:bildanfrage@kit.edu)**

**Kontakt**

Karlsruher Institut für Technologie (KIT)  
Strategische Entwicklung und Kommunikation (SEK)  
E-Mail: [markenmanagement@sek.kit.edu](mailto:markenmanagement@sek.kit.edu)  
[www.sek.kit.edu](http://www.sek.kit.edu)

**Herausgeber**

Präsident Professor Dr.-Ing. Holger Hanselka  
Karlsruher Institut für Technologie (KIT)  
Kaiserstraße 12  
76131 Karlsruhe  
[www.kit.edu](http://www.kit.edu)

Karlsruhe © KIT 2019

