



gettyimages®

Visual GPS

Ihr Leitfaden zur Auswahl der
richtigen Bilder für jedes Projekt

Echt sein oder
den Anschluss
verpassen



Bauen Sie bei Ihrer Zielgruppe mit inklusiven Bildern Vertrauen auf

Unsere Verbraucherbefragung im Rahmen des Visuellen GPS zeigt, dass der Wandel hin zu einer authentischen Darstellung in der Werbung und der visuellen Kommunikation noch lange nicht vollzogen ist. Diskriminierung ist ein Problem, das nach wie vor besteht. Mehr als 62 % der Befragten sagen, dass sie in irgendeiner Weise diskriminiert worden sind – und Marken ist es bisher nicht gelungen, diese Situation zu verbessern.

Seien Sie Teil der Lösung: Entdecken Sie auf den folgenden Seiten Leitlinien, die Ihnen dabei helfen, Stereotype abzubauen, Diskriminierung zu bekämpfen und Repräsentation richtig anzugehen.

Verbraucher beobachten aufmerksam – und scheuen sich nicht, zu sagen, was sie denken.



79%

erwarten, dass sich Unternehmen in ihrer Werbung kontinuierlich für Inklusion und Vielfalt einsetzen



33%

fühlen sich am häufigsten in ihrem Arbeitsumfeld diskriminiert



44%

haben nicht das Gefühl, dass sie in der Werbung gut repräsentiert werden*



79%

sagen, Marken müssten besser darin sein, die echten Lebensstile und Kulturen der Menschen zu zeigen

*Basis: Aus irgendeinem Grund diskriminiert.



Schildern Sie authentische Geschichten rund um ethnische Herkunft/ Abstammung

Visuelles Insight. Bleiben Sie echt und vermeiden Sie Alibiaktionen – zeigen Sie stattdessen eine echte Intersektionalität der Erfahrungen und Perspektiven Ihrer Zielgruppen.

Sie sind auf der Suche nach Bildmaterial? [Hier können Sie es finden.](#)

Sie möchten sich inspirieren lassen? Sehen Sie sich diesen Artikel an: [Wie Diskriminierung die Inklusion fördert](#)

Die Forschung sagt Folgendes*



57% vgl. mit **63%**

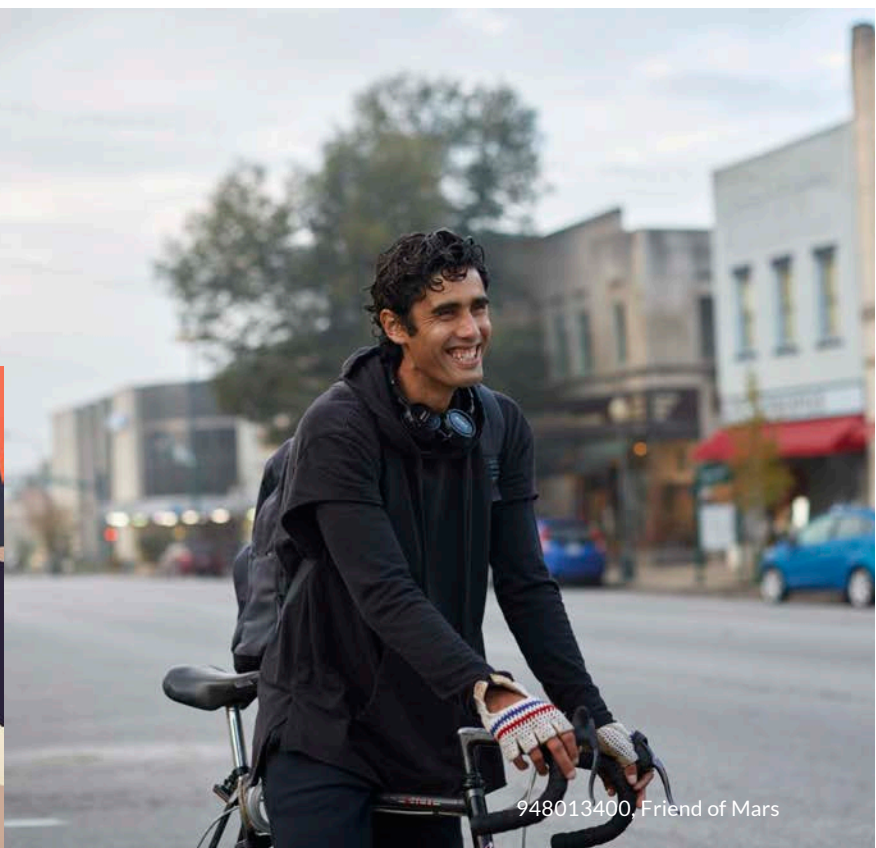
in Nordamerika sagen

in Südamerika sagen

Diskriminierung geschehe aufgrund der Hautfarbe

56%

in Europa sagen, Diskriminierung geschehe aufgrund der Staatsangehörigkeit oder des Herkunftslands



*Basis: Diskriminiert aufgrund von ethnischer Herkunft/Abstammung.



Zeigen Sie Sensibilität für alle **Körpertypen**

Visuelles Insight. Bauen Sie eine bessere Bindung zu Ihrer Zielgruppe auf, indem Sie über standardisierte und traditionelle Darstellungen von Körpertypen und Fähigkeiten hinausgehen.

Sie sind auf der Suche nach Bildmaterial? [Hier können Sie es finden.](#)

Sie möchten sich inspirieren lassen? Sehen Sie sich diese Artikel an:

[Alle Körper sind gute Körper](#)

[Positive Einstellung zu Akne](#)

[Nichts kann uns hindern: Mit stereotypen Darstellungen von Behinderten brechen](#)

Die Forschung sagt Folgendes*

53%



wurden diskriminiert, weil sie körperlich schwerer gebaut sind

28%



der Frauen haben angegeben, wegen ihrer Kurven diskriminiert worden zu sein

21%



der Männer haben angegeben, wegen ihres schlanken Körperbaus diskriminiert worden zu sein



1011229156, Rockie Nolan / Refinery29 for Getty Images



872364234, Hollie Fernando



1065407744, supersizer

*Basis: Diskriminiert aufgrund von Körperform, -größe oder -typ.



Repräsentieren Sie **Alter** auf authentische Weise

💡 **Visuelles Insight.** Integrieren Sie Verbraucher über 50 in Ihre Kommunikation und zeigen Sie ältere Menschen, die ein erfülltes und sinnvolles Leben führen.

Sie sind auf der Suche nach Bildmaterial? [Hier können Sie es finden.](#)

Sie möchten sich inspirieren lassen? Sehen Sie sich diese Artikel an:

[Die Entwicklung von Senioren und Wellness](#)

[Altern: Der nächste Beitrag in der Diskussion um Inklusion](#)

Die Forschung sagt Folgendes*

76% von Babyboomern

die sich diskriminiert gefühlt haben, sagten, es sei wegen des Alters

40% der Millennials

fühlten sich diskriminiert, weil sie zu alt und zu jung waren



1163568307, Thomas Barwick



1168194702, Thomas Barwick



990062188, Yoshiyoshi Hirokawa

*Basis: Aufgrund des Alters diskriminiert.



Vermeiden Sie visuelle Geschlechterstereotype

Visuelles Insight. Geschlechterstereotype sind in Kulturen auf der ganzen Welt tief verwurzelt und so schädlich wie eh und je. Achten Sie darauf, ihnen entgegenzuwirken, indem Sie authentisches Bildmaterial einbauen, das Geschlechterklischees überwindet und die Realität darstellt.

Sie sind auf der Suche nach Bildmaterial? [Hier können Sie es finden.](#)

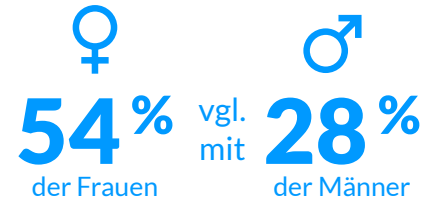
Sie möchten sich inspirieren lassen? Sehen Sie sich diese Artikel an:

[Ein neues Frauenbild](#)

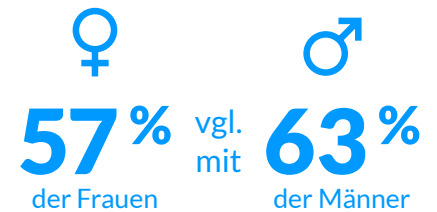
[LGBTQ-Familien neu darstellt](#)

[Die Neuinszenierung der Gen Z](#)

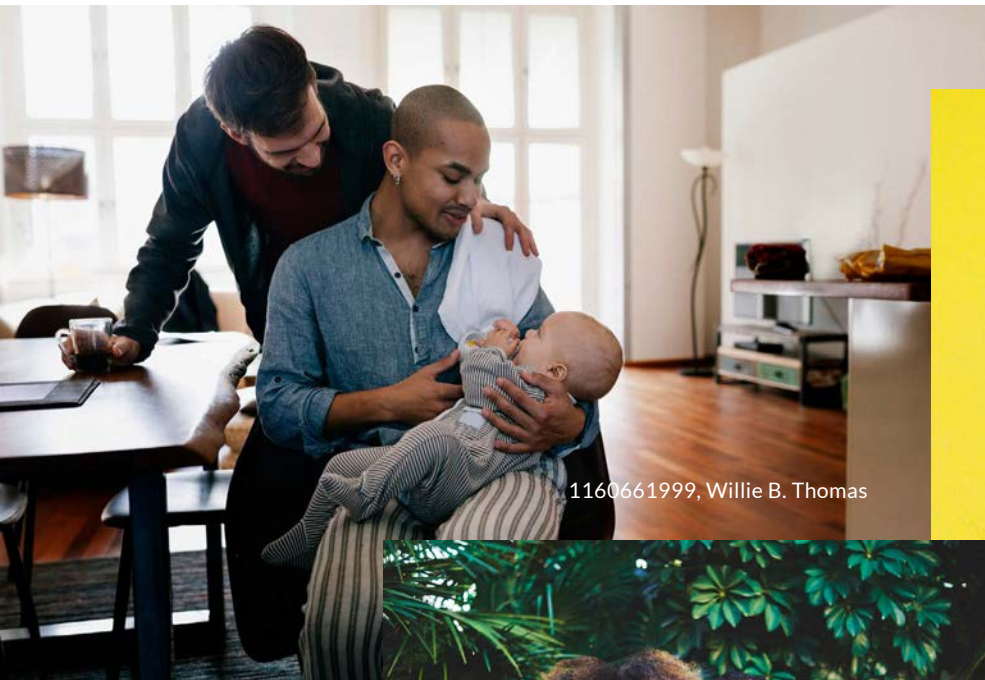
Die Forschung sagt Folgendes*



sagen, dass sie aufgrund ihrer vermeintlichen Intelligenz diskriminiert wurden



sagen, sie seien diskriminiert worden, weil sie als emotional wahrgenommen werden



1160661999, Willie B. Thomas



959494670, Delmaine Donson



1199508003, Poppy Marriott

*Basis: Aufgrund des Geschlechts diskriminiert.

Sie möchten mehr darüber erfahren,
wie Sie mit den neuesten Erkenntnissen
über Verbraucher ansprechende visuelle
Geschichten erzählen können?

Kontaktieren Sie unsere Vertriebsprofis
oder lesen Sie den vollständigen Bericht
unter VisualGPS.com.

gettyimages®
VisualGPS