

UFA erstes deutsches Unterhaltungsunternehmen mit Diversitäts-Selbstverpflichtung

- Mehr Diversität vor und hinter der Kamera
- Bis Ende 2024 soll Diversität unserer Gesellschaft im Gesamtportfolio der UFA-Programme abgebildet werden
- Etablierung eines Diversity-Circles innerhalb des Unternehmens

Potsdam, 26. November 2020. Als erstes deutsches Unterhaltungsunternehmen verpflichtet sich die UFA, Teil der Fremantle-Gruppe, zu mehr Diversität vor und hinter der Kamera. Ziel ist es, bis zum Ende des Jahres 2024 im Gesamtportfolio der UFA-Programme eines Jahres die Diversität der Gesellschaft abzubilden. Als Orientierung dient dabei der Zensus der Bundesregierung. Die UFA wird die in der Selbstverpflichtung formulierten Ziele und programmlichen Quoten monitoren und auswerten. Ende 2021 soll die erste umfassende Auswertung der Ergebnisse stattfinden und veröffentlicht werden.

Wie inklusiv die Arbeitswelt ist und was dafür getan werden kann, damit sich unsere vielfältige Gesellschaft on- und off- screen wiederfindet, wird bei der UFA als ständiger Prozess verstanden. Als kreatives Unternehmen sieht die UFA Diversität nicht nur als wichtigen Teil von Creative Responsibility, sondern als einen zentralen Bestandteil der Unternehmenskultur, den es aktiv zu gestalten gilt. Ziel ist es, den Anspruch von Diversität, Inklusion, Chancengleichheit und Toleranz als Selbstverständlichkeit zu leben. Um dieses Ziel zu erreichen, ist zukünftig mehr Diversität sowohl vor als auch hinter der Kamera notwendig.

Nico Hofmann, CEO UFA: *„Viele unterschiedliche Blickwinkel sind ausschlaggebend, um einzigartiges Entertainment für das Publikum zu erschaffen. Die Vielfalt unserer kreativen Teams ist essentiell und inspiriert uns in unserem täglichen Geschäft. Nur wenn Diversität hinter der Kamera zum Selbstverständlichen gehört, kann sie auch vor der Kamera entstehen. Die UFA möchte es schaffen, diesen schwer greifbaren Begriff real abzubilden.“*

Joachim Kosack, Geschäftsführer UFA und UFA Serial Drama: *„Wir haben als Medienschaffende eine besondere Verantwortung und müssen die uns zur Verfügung stehenden kreativen Mittel nutzen, um verantwortlich zu handeln und als Vorbild zu dienen. Wir müssen diskriminierenden Tendenzen entschieden entgegenzutreten, entsprechende Themen setzen und diese in unseren Programmen sichtbar machen. Diversity ist bei der UFA eine ausnahmslose Voraussetzung für jede Art von Kreativität.“*

Um die Zielsetzung der Selbstverpflichtung zu erreichen und alle Aktivitäten zu bündeln und fokussiert voranzutreiben, haben Mitarbeiter*innen einen internen Diversity-Circle gegründet, bestehend aus Patinnen und Paten zu den vier Fokusthemen Gender, LGBTIQ*, People of Color sowie Menschen mit Beeinträchtigungen.

Maßnahmen vor der Kamera

Klares Ziel ist eine größere Diversität in den UFA-Programmen. Dabei fokussiert sich die UFA vorrangig auf Frauen, LGBTIQ*, People of Color sowie Menschen mit Beeinträchtigungen. Die UFA will Diversität als Normalität zeigen, statt stereotypische Narrative durch Geschichten und Besetzung zu verstärken. Chancengleichheit steht hierbei im Mittelpunkt. Als Basis für Nachvollziehbarkeit und Messbarkeit werden für das UFA-Programm Ziele definiert, die sich am Zensus der Bundesregierung orientieren.

Es wurden in diesem Zusammenhang gemeinsam mit Angehörigen der im deutschen Fernsehen unterrepräsentierten Gruppen Leitfäden entwickelt, die in Form eines Fragenkatalogs allen Kreativen dabei helfen sollen, ihre Projekte, Narrative und Charakterzeichnungen hinsichtlich Stereotypen kritisch zu hinterfragen.

Zusätzlich kooperiert die UFA mit wichtigen Playern in dem Bereich, um Synergien zu schaffen und Diversität und Inklusion in der Film- und Fernsehbranche voranzubringen. So fördert das Unternehmen die nächste Studie der MaLisa Stiftung und der Hochschule Wismar zum Thema geschlechtsspezifische Gewalt im Deutschen Fernsehen. Die MaLisa Stiftung von Maria und Elisabeth Furtwängler setzt sich in Deutschland für die gesellschaftliche Vielfalt und die Überwindung einschränkender Rollenbilder ein. Zudem arbeitet die UFA, unter der Federführung von Produzentin Nataly Kudiabor, seit Anfang dieses Jahres mit Tyron Ricketts' Panthertainment zusammen, um alte Erzählmuster aufzubrechen und Kreativen – unabhängig von Herkunft und Hautfarbe – die Möglichkeit zu geben, Geschichten aus ihrer Perspektive zu erzählen.

Maria Furtwängler, Co-Gründerin der MaLisa Stiftung: *„Es ist inspirierend, dass die UFA sich als erste deutsche Produktionsfirma zu mehr Diversität vor und hinter der Kamera verpflichtet. Das ist ein wichtiger Beitrag, um die Vielfalt unserer Gesellschaft auf Bildschirm und Leinwand sichtbar zu machen. Wir freuen uns sehr darauf, die Zusammenarbeit mit der UFA im Rahmen unserer neuen Studie zu vertiefen.“*

Nataly Kudiabor, Produzentin UFA Fiction: *„Wenn wir zukunftsfähig bleiben wollen, brauchen wir Erzählstimmen mit unterschiedlichen Erfahrungen und eine viel stärkere Mischung von Ansichten. Nur so entstehen frische Ideen und neue Perspektiven. Ich freue mich für ein Unternehmen zu arbeiten, dass dieses Thema nicht als special interest begreift, sondern die Notwendigkeit sieht, Diversität ins Herzen unseres Unternehmens und somit unserer täglichen Arbeit zu rücken.“*

Tyron Ricketts, CEO Panthertainment: *„Wir können die komplexen Herausforderungen der heutigen Zeit nur lösen, indem wir auf die Vielzahl der Stimmen aller Menschen in unserer Gesellschaft eingehen. Mit unserer Entscheidung, Diversität als Normalität in unseren Geschichten darzustellen, verschaffen wir genau diesen Stimmen Gehör und kreieren dadurch nichts weniger als eine gerechtere Welt.“*

Maßnahmen hinter der Kamera

Um in den UFA-Programmen mehr Diversität in Besetzung, Themen und im Narrativ zu erreichen, ist auch hinter der Kamera eine größere Diversität notwendig. Daher verpflichtet sich die UFA zu mehr Vielfalt sowohl in kreativen und administrativen Führungspositionen als auch in Einstiegspositionen, bei denen ebenso eine gezielte Förderung eine Rolle spielt. Die UFA soll ein inklusiver Ort werden, an dem sich Talente und Kreative zu Hause fühlen und sich entsprechend ihrer individuellen Ziele und Voraussetzungen entwickeln können.

Um die UFA zu einem Arbeitgeber zu machen, der für alle offen ist, werden Maßnahmen etabliert. An erster Stelle steht das Thema Lernen und Austausch, so wird es für Mitarbeiter*innen Trainings, Keynotes von externen Speaker*innen und Netzwerkveranstaltungen zum Thema geben. Außerdem werden z.B. Stellenausschreibungen und Einstellungsprozesse überarbeitet, Angestelltenverträge genderneutral gestaltet und Arbeitsplätze auf ihre Barrierefreiheit hin überprüft.

Deborah Williams, CEO Creative Diversity Network und Verfasserin der BFI Diversity Standards: *„Das Engagement der UFA ist großartig und verdient größten Respekt. Dass eine Produktionsfirma solche Ziele in Bezug auf die Vielfalt ihrer Produktionen festlegt, ist eine sehr starke Botschaft an die Branche. Es ist mutig als eine der größten europäischen Produktionsfirmen anzutreten, um einen Standard zu setzen. Ich freue mich sehr, bei den ersten Schritten auf dieser Reise unterstützen zu können.“*

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Janine Friedrich
Manager Public Relations
janine.friedrich@ufa.de
Tel.: +49 331 70 60 379

Maja Genowa
Manager Public Relations
maja.genowa@ufa.de
Tel.: +49 151 2777 0573

www.ufa.de | www.facebook.com/UFAProduction
www.instagram.com/ufa_production | www.twitter.com/UFA_GmbH

Über UFA

Als eine der ältesten und profiliertesten deutschen Unterhaltungsmarken, präsentiert sich UFA heute als Programmkreator, der seine Marktführerschaft als Film- und Fernsehproduzent in Deutschland in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut hat. Dabei hat sich das Unternehmen zum Inhalte-Spezialisten entwickelt und produziert für deutsche und internationale Sender, Partner und Plattformen innovative Programme. Unter dem Dach der UFA agieren die Produktionsunits UFA Fiction, UFA Serial Drama und UFA Show & Factual. UFA ist Teil des international tätigen Medien- und Entertainmentunternehmens Fremantle, das das weltweite Produktionsgeschäft der zu Bertelsmann gehörenden RTL Group betreibt. Die Geschäftsführer der UFA sind Nico Hofmann (CEO) und Joachim Kosack.