

UFA präsentiert erstmalig On-Screen Diversity Zahlen nach Selbstverpflichtung

Potsdam, 7. März 2022. Als erstes deutsches Unterhaltungsunternehmen gab die UFA Ende 2020 bekannt, sich zu mehr Diversität vor und hinter der Kamera zu verpflichten. Ziel ist es, bis zum Ende des Jahres 2024 im Gesamtportfolio der UFA-Programme eines Jahres die Diversität der Gesellschaft abzubilden, wozu zur Orientierung u.a. der Zensus der Bundesregierung dient – bereits ein Jahr nach Bekanntgabe der Selbstverpflichtung, präsentiert die UFA nun konkrete Daten.

Fokussiert wurde sich auf die Erhebung von Daten vor der Kamera, der sogenannten On-Screen Diversity. Um diese Zahlen erheben und auswerten zu können, wurde UFA-intern durch die eigene Research-Abteilung eine Datenbank aufgebaut, die die Messung der Diversität vor der Kamera aller Haupt- und Nebenrollen (in fiktionalen Produktionen zählt die Rolle, nicht der/die Schauspieler:in) bzw. aller Haupt- und Nebenakteur:innen in UFA-Formaten ab 2021 vornimmt. Die Messungen beziehen sich auf die vier Fokusthemen Gender / Frauen, PoC (People of Color), LGBTIQ+ sowie Menschen mit Beeinträchtigung / Inklusion. Erfasst wurden sämtliche Produktionen von allen UFA Einheiten im Jahr 2021.

Zentrale Ergebnisse

UFA On-Screen Diversität 2021 gesamt

- Für die Messung in 2021 wurden 45 UFA-Produktionen und damit 3.205 Rollen bzw. Akteur:innen gemäß ihrer On-Screen Diversität in den vier Fokusbereichen ausgezählt.
- 45,3% aller Rollen bzw. Akteur:innen in UFA-Produktionen waren 2021 weiblich. (zum Vergleich, der Frauenanteil im Bundesdurchschnitt liegt bei 50,7%*)
- 7,6% der Rollen bzw. Akteur:innen in UFA-Produktionen waren People of Color. (der Anteil in der Bundesrepublik kann auf ca. 10%* geschätzt werden)
- 4,6% waren LGBTIQ+Rollen bzw. Akteur:innen. (Vgl: der Bundesdurchschnitt liegt gemäß einer repräsentativen Studie bei 11%*)
- 1,6% der Rollen bzw. Akteur:innen in UFA-Produktionen zeigten Menschen mit einer Beeinträchtigung / Behinderung. (Vgl.: der Anteil schwerbehinderter Menschen in Deutschland liegt bei 9,5%*)

* Quellen für die Vergleichszahlen mit der Bundesrepublik: **Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021** (für Anteil Gender/Frauen und Menschen mit Beeinträchtigung/Inklusion)

LGBT+Pride Global Survey Ipsos 2021 https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-06/LGBT%20Pride%202021%20Global%20Survey%20Report_3.pdf (20.01.2022) (für Anteil LGBTIQ+)

Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschrittsstudie zur Audiovisuellen Diversität (2021) https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/SICHTBARKEIT_UND_VIELFALT_Prommer_Stuewe_Wegner_2021.pdf (20.01.2022) (für den geschätzten Anteil von People of Color in Deutschland)

- In allen vier ausgezählten Fokusbereichen zeigte sich, dass Diversität in Hauptrollen bzw. bei Hauptakteur:innen häufiger sichtbar war als in Nebenrollen bzw. bei Nebenakteur:innen (z.B. waren 2021 knapp 11% der Hauptrollen bzw. -akteur:innen in UFA-Formaten LGBTIQ+, bei Nebenrollen bzw. -akteur:innen waren es knapp 3%)

Die Übersichten und weitere Details zu den zentralen Ergebnissen sind [hier](#) abrufbar.

Nico Hofmann, CEO UFA: *„Die Zahlen der On-Screen Diversity wurden bei uns intern genau diskutiert. Sie zeigen uns, dass wir noch lange nicht am Ziel sind, wir aber sehr stolz sein können, die ersten wichtigen Schritte gegangen zu sein. Die Datenbank zur Messung ist ein großer Meilenstein für uns. Spannend werden die Vergleichswerte aus diesem Jahr, um dann mit Zuversicht und noch mehr Diversität vor und hinter der Kamera Ende 2024 unser selbstgestecktes Ziel zu erreichen. Wir möchten damit alle Kolleg:innen, Partner:innen und Kreativen in unserer Branche inspirieren, diesen Weg gemeinsam mit uns zu gehen, um den Zuschauer:innen ein realistisches Bild unserer Welt zu zeigen.“*

Um die Zielsetzung der Selbstverpflichtung zu erreichen und alle Aktivitäten rund um Diversity fokussiert voranzutreiben, haben Mitarbeiter:innen ebenfalls 2020 einen internen Diversity-Circle gegründet, bestehend aus Patinnen und Paten zu den vier Fokusthemen. Der Circle dient als Ansprechpartner nicht nur UFA-intern, sondern auch für alle Interessierte in der Branche.

Gender / Frauen: Katja Bäuerle, Creative Responsibility Manager, UFA und Johanna Langhof, Head of Internal Communications, UFA

PoC (People of Color): Juliana Maug, Manager Assistant Digital, UFA Serial Drama

LGBTIQ+: Markus Schroth, Head of Human Resources, UFA Show & Factual

Menschen mit Beeinträchtigung / Inklusion: Jeannette Venzke, HR-Managerin & Inklusionsbeauftragte UFA

Maßnahmen vor der Kamera

UFA und die MaLisa Stiftung haben in 2021 die Studie „Geschlechtsspezifische Gewalt im deutschen Fernsehen. Eine Medieninhaltsanalyse“ initiiert und gefördert. Sie liefert erstmals einen Überblick über die Darstellung geschlechtsspezifischer Gewalt im deutschen TV. Die Studie wurde von Prof. Dr. Christine Linke und Ruth Kasdorf M.A. durchgeführt und ist ein Kooperationsprojekt der Hochschule Wismar und der Universität Rostock. Weiterführend

werden UFA-intern Leitfäden für Kreative erarbeitet, die dabei unterstützen sollen, die Darstellung geschlechtsspezifischer Gewalt in UFA Programmen auf den Bildschirmen realistischer abzubilden.

Maßnahmen hinter der Kamera

Neben internen Workshops, Trainings und Keynotes für Mitarbeitende (z.B. zur Sensibilisierung von Rassismus, unconscious bias oder female leadership) wurde insbesondere im Recruiting-Prozess zu mehr Vielfalt sowohl in kreativen und administrativen Führungspositionen als auch in Einstiegspositionen, aufgerufen. Stellenausschreibungen und Einstellungsprozesse wurden überarbeitet, Angestelltenverträge genderneutral gestaltet und Arbeitsplätze in Büros und an den Drehorten auf ihre Barrierefreiheit hin überprüft und teilweise bereits angepasst.

Bei Interviewanfragen an die Geschäftsführung oder Pat:innen des Diversity Cirles sowie bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an

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

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