

Der schwedische Weg: »Genug geredet – jetzt ist Zeit zu handeln«

EIN GESPRÄCH MIT ANNA SERNER*

Als Sie 2011 die Leitung des Schwedischen Filminstituts übernahmen, welche Situation fanden Sie vor?

Serner: Als wir zählten, wie viele Regisseurinnen und Regisseure das Schwedische Filminstitut zwischen 2006 und 2012 gefördert hatte, kamen wir auf einen Frauenanteil von 26 %. Genauso niedrige Zahlen gab es bei den Drehbuchautorinnen und Produzentinnen. In den schwedischen Filmhochschulen liegt das Verhältnis von männlichen zu weiblichen Studierenden seit einem Jahrzehnt bei 50 zu 50. Wir standen also vor den Folgen einer nicht geschlechtergerechten Gesellschaft. Das war unser Ausgangspunkt.

Man könnte einwenden, dass 26 % besser sind als der Status quo in den meisten anderen Ländern.

Serner: Aber 26 % sind nicht 50 %, sondern sie bedeuten, dass es immer noch Vorurteile und Diskriminierung gibt. Wenn du der Überzeugung bist, dass Männer und Frauen die gleichen Fähigkeiten haben, Geschichten mit bewegten Bildern zu erzählen, dann sollten auch die Fördermittel gleich verteilt sein. Aber das Problem ist ja nicht nur die Ungerechtigkeit, sondern die Situation führt auch dazu, dass uns Qualität fehlt. Wir bekommen nicht die besten Geschichten, wir haben keinen Wettbewerb zwischen allen erzählten Geschichten und auch nur eine begrenzte Auswahl an Blickwinkeln, aus denen das Leben gesehen wird. Das ist ein Problem für beide Seiten: für das Publikum, das nicht die besten Filme zu sehen bekommt, und

für die Filmemacherinnen, die keine Fördergelder bekommen.

Was haben Sie also getan? Welche konkreten Schritte haben Sie unternommen?

Serner: Ich habe mit der Frage, wie Geschlechtergerechtigkeit zu realisieren ist, schon sehr lange zu tun. Seit meinen ersten Erfahrungen als Führungskraft 1998 habe ich alle Vorurteile gegen Frauen als Führungskräfte kennengelernt und ich war es irgendwann einfach leid, von den damit verbundenen Problemen nur zu reden. Also beschloss ich, dass ich genug geredet hatte und es nun Zeit war zu handeln. Meine Einstellung ist: Wenn man mit einer Situation nicht zufrieden ist, muss man schlicht handeln, denn sonst ändert sich nichts. Wir entwarfen eine Strategie, die die 5 häufigsten Begründungen dafür aufgreift, warum es keine Frauen in Schlüsselpositionen von großen Filmprojekten gibt, und wir beschlossen, etwas zu unternehmen, um das Problem aus der Welt zu schaffen (Abb. 1).

Womit haben Sie angefangen?

Serner: Als Erstes haben wir uns die weitverbreitete Vorstellung vorgenommen, es gebe nicht genug Frauen, die die nötigen Fähigkeiten besitzen. Also erstellten wir eine Website namens »nordicwomeninfilm.com« und listeten dort alle Filmemacherinnen auf, die Positionen als Regisseurinnen, Produzentinnen, Drehbuchautorinnen, Editorinnen und Kamerafrauen innehatten, einfach um dieses Argument

zu widerlegen. Heute ist diese Website eine Art lebende Wikipedia. Wir haben dann auch jeweils alle Neuzugänge im schwedischen Filmgeschäft dort aufgenommen. Damit ist diese Website ein nützlicher Anlaufpunkt, wenn man jemanden sucht, oder ein gutes PR-Instrument für die Frauen selbst. Ein weiteres großes Vorurteil war, dass Frauen keine Erfahrung mit Filmprojekten mit größeren Budgets oder nicht die Kompetenz für solche Projekte hätten. Unsere Reaktion darauf war ein Mentorinnen- oder Innovationsprogramm. Wir brachten Frauen, die bereits Gelegenheit hatten, mehrere große Produktionen zu drehen, mit Filmemacherinnen zusammen, die erst ein Werk gedreht hatten, sich dann aber nicht etablieren konnten. Wir machten ihnen die Genderstrukturen, die Gesellschaftsstrukturen und alle wichtigen wissenschaftlichen Erkenntnisse zum Thema bewusst und besprachen sie mit ihnen. Es kam dann so, dass diese Frauen erfolgreiche Strategien entwickelten, um tatsächlich ihr nächstes Projekt finanziert zu bekommen und ein Publikum zu erreichen.

Sie haben auch selbst viel Forschung betrieben, richtig?

Serner: Ja. Es wird häufig das Argument angeführt, Frauen würden die Verantwortung scheuen, die das Regieführen mit sich bringt, und würden lieber zuarbeiten. Wir wollten beides überprüfen: ob dies überhaupt stimmt und, wenn ja, warum. Deshalb haben wir zahlreiche Studien in Vorbereitungskursen für Filmhochschulen und in

regulären Schulen durchgeführt und festgestellt, dass es tatsächlich solche unterschiedlichen Erwartungen gibt: Die jungen Frauen dachten oft, sie hätten sowieso keine Chance. Sie sollten aber nicht denken, dass sie anders sind, sollten nicht vorsichtig sein, sollten nicht denken, dass sie sich um die Familie kümmern müssen. Im Unterschied hierzu werden junge Männer immer ermutigt. Man sagt ihnen: »Los, versuch es einfach, du hast nichts zu verlieren!« Junge Frauen und Männer werden sehr unterschiedlich geprägt und entwickeln so auf unterschiedliche Weise Selbstvertrauen. Aus diesen Untersuchungen lässt sich also viel lernen.

Außerdem haben wir in der Filmbranche selbst ein Forschungsprojekt durchgeführt, um herauszufinden, ob sich die Leute der Branche überhaupt verändern wollten und wissen wollten, was zu ändern wäre. Der letzte und vielleicht wichtigste Schritt war aber, jede geförderte Position zu zählen – und das nicht nur einmal im Jahr, sondern jeden Monat bei jedem unserer Entscheidungsmeetings im Schwedischen Filminstitut, wo wir über Fördermittel entscheiden. Dadurch wissen wir immer genau, ob uns Akteurinnen fehlen oder ob es bestimmte Trends

gibt. Wir führen also einen ständigen bewusstseinsbildenden Dialog.

Ist jetzt in Schweden alles in Ordnung oder gibt es noch etwas zu tun?

Serner: Nein, es gibt noch viel zu tun. Auf unserem heutigen Entscheidungsmeeting stellten wir fest, dass wir in diesem Jahr [2017] bislang erst 20 % Regisseurinnen und 28 % Drehbuchautorinnen gefördert haben. Damit ist uns klar, dass wir – wieder einmal – draußen noch aktiver werben und die Produktionsfirmen drängen müssen, Regisseurinnen und Drehbuchautorinnen zu fördern. Ich glaube nicht, dass es bei den 20 % bleiben wird, weil wir noch 3 Entscheidungsmeetings vor uns haben, aber wir werden ganz sicher nicht wie im letzten Jahr einen Prozentsatz von 64 % Regisseurinnen erreichen. Dieses Jahr wird der Anteil wohl auf 30 % sinken.

Man muss langfristig messen und die ganze Zeit aufpassen und erkennen, wann die Leute träge werden. Ich bin sicher: Wenn es uns nicht gäbe, wären wir sofort wieder bei den normalen Zahlen – weil sich nichts geändert hat, nur unser Geld macht jetzt den Unterschied. Also haben wir einen neuen Aktionsplan entwickelt (Abb. 2), nachdem wir weiter Zahlen erheben und

versuchen, das Bewusstsein der Leute weiter zu schärfen. Wir werden den Produktionsfirmen dabei helfen, dass sie uns beim Erreichen unserer Ziele unterstützen, und es wird spezielle Programme dafür geben, dass Frauen auch höher budgetierte Produktionen bekommen. Und wir werden natürlich die Website »nordicwomeninfilm.com« weiter ausbauen und wirklich die ganze Zeit über wachsam bleiben, weil sonst nichts passiert.

Schweden nimmt beim aktuellen Gleichstellungsindex der Geschlechter europaweit den vordersten Platz ein. Sind Ihre Maßnahmen der letzten Jahre auch in anderen Ländern möglich?

Serner: Ich bin mir sicher und weiß auch, dass es möglich ist, da andere Länder unser System bereits übernommen haben. Die größte Filmförderorganisation Kanadas beispielsweise hat es direkt übernommen. In Irland arbeitet man sehr aktiv damit und das Gleiche gilt für Norwegen. Sogar konservative Branchen arbeiten damit. Ein regionaler Filmfonds in New South Wales, Australien, beispielsweise hat unseren Aktionsplan 1:1 übernommen und damit sofort eine 50-Prozent-Quote für Frauen erzielt. Sobald jemand dieses Instrument einzusetzen beginnt,

»Es gibt sehr wenige kompetente Filmemacherinnen.«

→ Entwicklung eines neuen Filmportals für Frauen: nordicwomeninfilm.com

»Frauen haben keine Erfahrungen mit großen Filmprojekten.«

→ Einführung eines Mentorinnenprogramms zwischen etablierten Filmemacherinnen und solchen, die erst ein größeres Werk gedreht haben

»Das bloße Auszählen der Geschlechterverhältnisse führt nicht zu Gleichberechtigung.«

→ Intensivierung des Monitorings der Förderungen, um Strukturen zu erkennen und Lösungsansätze zu entwickeln

»Es gibt weniger Frauen als Männer, die davon träumen, RegisseurIn zu werden.«

→ Durchführung verschiedener Projekte und Initiativen mit dem Ziel, die Gleichberechtigung in z. B. der Ausbildung, bei Filmwettbewerben und in der regionalen Talentförderung langfristig zu stärken

»Die Entscheidungstragenden der Filmbranche haben kein Interesse, etwas zu verändern.«

→ Durchführung eines Forschungsprojekts, um die Strukturen innerhalb der Filmindustrie zu untersuchen

Abb. 1: Gleichberechtigung in der Filmproduktion: Ziel des ersten Aktionsplans des Schwedischen Filminstituts war es, den 5 häufigsten Argumenten mit Maßnahmen entgegenzuwirken

INTERVIEW

steigen die Prozentzahlen. Jede/r kann also damit arbeiten, weil wir – so meine ich – bewiesen haben, dass Frauen genauso gute Filme abliefern wie Männer. Es wird auch keinen Rückschlag geben. Wir haben den Beweis erbracht, dass Frauen es zweifellos können: Von 2010 bis 2016 gingen mehr als die Hälfte der nationalen Auszeichnungen für kreative Werke in Schweden an Frauen. Die schwedischen TeilnehmerInnen an internationalen Filmfestivals waren je zur Hälfte Männer und Frauen.

Wenn Sie zurückblicken: Was war für Sie die größte Herausforderung und was Ihr größter Erfolg?

Serner: Die größte Herausforderung ist natürlich, mein eigenes Durchhaltevermögen aufrechtzuerhalten und mit dem Widerstand auf der anderen Seite zu leben (lacht). Die Zeitungen haben viel darüber geschrieben, wie ich dieses Amt führe, und unter den Etablierten der Filmbranche gab es viel Widerstand, weil denen nicht alles gefiel. Mittlerweile fühlen sie sich deutlich wohler damit. Jetzt sind sie stolz, wenn sie ins Ausland kommen und

1. Mehr Frauen in große Produktionen
2. Mehr Sichtbarkeit von Frauen
3. Frauen vor und hinter der Kamera – wir dokumentieren weiterhin die Geschlechterverteilung
4. Mehr Wissen über Gender und Diversität

Abb. 2: Aktionsplan 2020 des Schwedischen Filminstituts: Geschlechtergerechtigkeit in der Filmproduktion – vor und hinter der Kamera

merken, dass andere dort Schweden als Vorbild betrachten. Aber als großes Problem wird jetzt erkennbar: Wie erreichen wir, dass unsere Ideen nicht nur unsere bleiben, sondern wirklich weitschichtig verbreitet werden? So etwas aber dauert Jahrzehnte. Es geht darum, ein Erbe zu hinterlassen, das andere gerne antreten wollen.

Haben Sie Tipps dafür, wie dieses Ziel zu erreichen ist?

Serner: Ich glaube, man muss dafür sorgen, dass die Menschen in den entscheidungstragenden Machtpositionen damit arbeiten wollen. Es gibt Zahlen und Fakten, die wirklich überzeugen. Aber diejenigen, die damit arbeiten, müssen den Schwung und die Energie aufrechterhalten. Dies geht nur, wenn man mit Menschen

zusammenkommt, von denen man Energie empfängt, und nicht nur mit solchen, die Probleme definieren. Wenn man nur Probleme benennt, wird man am Ende depressiv. Man muss das gute Beispiel vor Augen haben, muss sehen, dass Dinge sich ändern. Und man muss die EntscheidungsträgerInnen dazu

bringen zu verstehen, wie sie selbst davon profitieren können, wenn sie mit unserem System arbeiten – denn viele arbeiten ja schon damit. Ich denke, unsere Zahlen sprechen eine deutliche Sprache. Jeder kann mit ihnen arbeiten und versuchen, andere zu überzeugen. Aber das Grundprinzip ist Networking, das immer auf Fakten beruhen sollte. ■

* Anna Serner ist Geschäftsführerin des Schwedischen Filminstituts (Svenska Filminstitutet).



IMPRESSUM

Herausgeber: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) beim Bayerischen Rundfunk

Redaktion: Dr. Maya Götz, Birgit Kinateder, Heike vom Orde
Übersetzungen: Textwork Translations

Satz: Text+Design Jutta Cram,
Spicherer Straße 26, 86157 Augsburg,
www.textplusdesign.de
Druck: Druckerei Joh. Walch GmbH & Co. KG,
Im Gries 6, D-86179 Augsburg
ISSN (Print) 0943-4755
ISSN (Online) 2199-918X

Anschrift der Redaktion:
Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)
Rundfunkplatz 1, D-80335 München
Telefon: 089/5900-42991, Fax: 089/5900-42379
Internet: <http://www.izi.de>
E-Mail: IZI@br.de

»TelevIZion« erscheint zweimal jährlich in deutscher und einmal jährlich in englischer Sprache im Selbstverlag des IZI. Der Bezug ist kostenfrei. Bitte richten Sie Ihre Bestellung an die Redaktionsadresse. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Erlaubnis des Herausgebers.