



Figuur 1: logo Vrouwenraad

HOORZITTING VLAAMSE PARLEMENTAIRE COMMISSIE VOOR CULTUUR, JEUGD, SPORT EN MEDIA - 12 MAART 2020 -

In het kader van de voorbereidende werkzaamheden van de VRT-beheersovereenkomst 2021-2025 pleit de Vrouwenraad voor de verankering van een duurzaam genderbeleid in de BHO van de VRT

INHOUDSTAFEL

HOORZITTING VLAAMSE PARLEMENTAIRE COMMISSIE VOOR CULTUUR, JEUGD, SPORT EN MEDIA - 12 MAART 2020 -.....	1
INLEIDING	3
EEN DUURZAAM VRT-GENDERBELEID	6
<i>Politieke wil.....</i>	<i>6</i>
<i>Specifiek beleid voor gendergelijkheid en samenwerking met het middenveld.....</i>	<i>7</i>
<i>Kwantitatieve en kwalitatieve representatie – meten om te weten</i>	<i>8</i>
BESLUIT	12

Inleiding

Media en reclameboodschappen staan vaak nog bol van stereotypes. Die hebben een niet te onderschatten impact op burger en beleid.

Stereotypes en zelfs clichés zijn vaak nodig om snel een boodschap over te brengen. De stereotypes op zich zijn niet het probleem, wel de effecten ervan. Daarom dienen zowel de producenten als de ‘gebruikers’, of beter de ‘ontvangers’, kennis en inzicht te verwerven (via zogenaamde gendersensitieve mediawijsheid) over de wijze waarop media doorgaans onbewust opvattingen over vrouwen en mannen verspreiden. Opvattingen die vaak vooroordelen worden. En vooroordelen kunnen leiden tot discriminaties. Discriminaties die omschreven kunnen worden als seksisme. Seksisme is een wijdverspreid fenomeen dat in het maatschappelijk debat lange tijd taboe was en waarover nu nog vaak in een geest van controverse gedebatteerd wordt. De media draagt vaak bij tot normaliseren en accepteren van seksisme en zien we terug in objectivering van vrouwen en mannen, en de opvoering van genderstereotypes¹.

Vooraf in nieuws-, informatie-, cultuur- en sportprogramma's merken we een ondervertegenwoordiging van vrouwen. De Raad van Europa publiceerde in 2017 een onderzoek over hoe de media rapporteren over verkiezingen vanuit genderperspectief². In het nieuws komen vrouwen nog steeds minder voor in de publieke sfeer dan in de private sfeer. Ze komen in verhouding wel meer voor in entertainment of in erotisch getinte programma's. Ook de nieuwe media zijn niet wars van gendergeladen beeldvorming en seksisme. Algoritmes bepalen of mensen al dan niet gelijke kansen krijgen. Op een recente studievoormiddag die de SERV in samenwerking met de Vrouwenraad organiseerde kregen we alvast te horen van Prof. Koen Van Laer (UHasselt) hoe nieuwe technologieën niet waarde vrij zijn en zonder correctie bestaande (gender)bias reproduceert en versterkt³.

De belangstelling voor media vanuit de vrouwenbeweging is niet nieuw.

¹ Het begrip ‘gender’ verwijst naar het ‘maatschappelijk geslacht’. Het omvat de maatschappelijk bepaalde en aan het ene of het andere geslacht toegekende gedragingen. Gender verwijst naar de sociale en culturele identiteit van vrouwen en mannen; weerspiegelt de verwachtingen van de maatschappij met betrekking tot onze geslachtelijke rollen; verwijst naar een maatschappelijke constructie van deze rollen; maakt deel uit van het socialisatieproces dat tot de constructie van mannelijkheid en vrouwelijkheid leidt; varieert naargelang de tijd (sociale tijdvakken) en de maatschappij (culturen). De constructie van mannelijkheid en vrouwelijkheid neemt vaak de vorm aan van een hiërarchie van enerzijds ‘mannelijke’ en anderzijds ‘vrouwelijke’ rollen, taken en waarden. Deze hiërarchisering kan leiden tot discriminaties, ongelijkheden en sociale onrechtvaardigheden. A. Garcia en P. Meier, Leidraad voor een basisopleiding rond gender, Instituut voor de Gelijkheid van Vrouwen en Mannen, p. 5-6 en p.12

² Council of Europe Study DGI(2017)10, Media, elections and gender. Study on media coverage of elections with a specific focus on gender equality, Council of Europe, April 2018. Prepared by the committee of experts on media pluralism and transparency of media ownership (MSI-MED)

³ Presentatie: Prof. Dr. Koen Van Laer, Het laatste oordeel? AI: een opportuniteit voor (gender)gelijkheid?, Inspiratiesessie ‘digitalisering en sociaal overleg’: uitdagingen voor Vlaanderen, 13/02/2020. Zie presentatie via [deze link](#).

Eén van de taken van de Vrouwenraad is te waken over de toepassing van de resoluties van de VN-Wereldvrouwenconferenties, het VN-Vrouwenverdrag en andere internationale mensenrechteninstrumenten. Deze verdragen vormen het normatief referentiekader van de Vrouwenraad. In het VN-Vrouwenverdrag van 1979 werd de strijd tegen seksestereotypering expliciet opgenomen. In het Actieplatform van de Vierde Wereldvrouwenconferentie van Peking (september 1995) vormt 'Vrouwen en media' één van de twaalf essentiële aandachtsgebieden.

De Raad van Europa en de Europese Commissie roepen de lidstaten op om een tandje bij te steken in de aanpak van seksisme en genderstereotypen⁴. Op 27 maart 2019 keurde het comité van ministers van de Raad van Europa een [aanbeveling](#) goed om seksisme te voorkomen en te bestrijden in de lidstaten. In deze aanbeveling maakt het in stand houden en/of versterken van genderstereotypen inherent deel uit van de definitie van seksisme. Hoewel seksisme en sexistisch gedrag bestrijden al impliciet vermeld wordt in enkele belangrijke verdragen over vrouwenrechten en gendergelijkheid,⁵ blijft het een wijdverspreid probleem in alle domeinen van de samenleving. De Europese instellingen zetten hierbij scherp in op het domein media.

De Raad van Europa liet een stand van zaken maken over de uitvoering van de [Aanbeveling over gendergelijkheid en media](#)⁶.

Ook het Europees Parlement focust op het belang van de mediasector voor de realisatie van meer gendergelijkheid.

Op 17 april 2018 aanvaardde het Europees Parlement een [resolutie over gendergelijkheid in de mediasector](#)⁷. De resolutie gaat o.m. in op inhoud van de media en op structurele aspecten in verband met de positie van vrouwen in de media: deelname aan besluitvorming in en over de media, strijd tegen de genderloonkloof en maatregelen voor gelijke kansen en non-discriminatie.

⁴ Zoals gedefinieerd in de [Strategie voor Gendergelijkheid](#) (2018 – 2023) van de Raad van Europa: “vooraf gevormde sociale en culturele patronen of ideeën waarbij vrouwen en mannen karakteristieken en rollen toegewezen krijgen op basis van en die beperkend zijn voor hun geslacht.”

⁵ Zowel in het Verdrag van de Raad van Europa inzake het voorkomen en bestrijden van geweld tegen vrouwen en huiselijk geweld ([Verdrag van Istanbul](#)) als in het Verdrag inzake de Uitbanning van alle Vormen van Discriminatie van Vrouwen ([CEDAW verdrag](#)) worden seksisme en geweld op vrouwen aan elkaar gelinkt.

⁶ Aanbeveling CM / Rec (2013) 1 van het Comité van ministers aan de lidstaten over gendergelijkheid en media (10 juli 2013) en [Draft analytical report on the follow-up on the implementation of Recommendation CM/Rec\(2013\)1 of the Committee of Ministers of the Council of Europe on gender equality and media](#), GEC(2019)10 CDMSI (2019)04, Strasbourg, 8 November 2019.

⁷ Gendergelijkheid in de mediasector in de EU, resolutie van het Europees Parlement, 17 april 2018; P8_TAPROV(2018)0101; procedure fiche 2017/2210(INI).

De Vrouwenraad stelt met tevredenheid vast dat de huidige minister van Media in zijn [beleidsnota Media 2019-2024](#) via bepaalde operationele doelstellingen kansen creëert om seksisme en genderstereotypen aan te pakken⁸.

De integratie van het genderperspectief in deze doelstellingen creëert immers **de randvoorwaarden** om een duurzaam genderbeleid, ook in de openbare omroep te realiseren.

De uitrol van het Actieplan Grensoverschrijdend gedrag in de Media is van primordiaal belang om van elke werkplaats een veilige werkplaats te maken. In de nasleep van #MeToo zijn de problemen met de mediasector (en bij uitbreiding in alle domeinen) vooralsnog gekend maar tot op heden nog onvoldoende aangepakt⁹. De ombudsvrouw Gender stelt op basis van het aantal klachten in de culturele en audiovisuele sector cultuur ([jaarverslag 2019](#)) alvast voor om integriteitsvoorwaarden op te nemen in subsidieregelingen¹⁰. We stellen ook met de tevredenheid vast dat in de Audiovisuele Mediadienstenrichtlijn (AVMD 2018) bepalingen opgenomen zijn die ervoor moeten zorgen dat kijkers inzonderheid minderjarigen van videoplatforms beter worden beschermd tegen gewelddadige en schadelijke inhoud en haat zaaiende uitlatingen en dat culturele diversiteit moeten verhogen. Hierbij vragen we dat alle vormen van discriminatie (inclusief seksisme) voldoende en evenwichtige aandacht krijgen.

Wegens de grootte van het probleem zoomen we even dieper in op het probleem van cybergeweld. De studiedienst van het Europees Parlement liet het fenomeen [cybergeweld en online haatspraak tegenover vrouwen](#)¹¹ onderzoeken. Het internet en nieuwe technologieën brengen heel wat voordelen, maar o.a. ook nadelen zoals dus cybergeweld en haatspraak tegenover vrouwen. Een fenomeen dat met de toenemende digitalisering van heel wat activiteiten en met de grotere toegang van steeds meer mensen tot het net,

⁸ OD A 2.4. opvolgen van de uitvoering van het Sociaal Charter voor de mediasector en het actieplan Grensoverschrijdend Gedrag; OD A 3.2. nieuwe regels voor videoplatforms ervoor zorgen dat kijkers beter beschermd worden tegen gewelddadige en schadelijke inhoud en haat zaaiende uitlatingen; OD I 1.4. verder uitbouwen van een proactief en toekomstgericht Vlaams mediawijsheid beleid; OD I 1.6. Ondersteunen van kwalitatieve journalistiek. Hier pleiten we voor de inclusie van het genderperspectief in de uitrol van deze doelstellingen.

⁹ Via de website van de Vrouwenraad, zijn naast de algemene [memoranda](#), ook specifieke themamemoranda zoals gendergerelateerd geweld te downloaden, waarbij dieper wordt ingegaan op seksueel grensoverschrijdend geweld en de aanpak ervan (inclusief online/cybergeweld).

¹⁰“Een constante in de getuigenissen is de angst die mensen voelen om te melden of te getuigen naar buiten zouden brengen. De angst wordt vaak gevoed door een ongelijkwaardig aangevoelde/minder machtige positie, bijvoorbeeld die van een starter tegenover een gevestigd kunstenaar (M/V), waarbij die laatste ook nog eens zetelt in elke belangrijke jury of wedstrijd (dossiernummer 2019-2861).” Dit citaat uit het jaarverslag illustreert duidelijk het probleem van onderrapportering van klachten over grensoverschrijdend gedrag. Zie: [Jaarverslag van de Vlaamse Ombudsdienst 2019](#), p. 46

¹¹ Adriana Van der Wilk, Cyber violence and hate speech online against women, Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate General for Internal Policies of the Union, Study for the FEMM committee, PE 604.979 – September 2018

toeneemt. Uit onderzoek blijkt dat vrouwen een specifiek doelwit zijn van cybergeweld, waarbij leeftijd en sekse belangrijke factoren zijn voor zowel de prevalentie als het type cybergeweld. Zo worden jonge vrouwen vooral bedreigd met seksueel cybergeweld en stalking. Enkele cijfers. 1 of 10 vrouwen in de EU heeft al te maken gehad met cybergeweld; 20% van de jonge vrouwen in de EU heeft te maken gehad met cyber-seksuele intimidatie en 14% van de vrouwen vanaf de leeftijd van 15 jaar heeft al te maken gehad met cyberstalking.

Bovenstaande gegevens wijzen eens te meer op de nodige en voldoende genderdeskundigheid bij mediamakers en gebruikers. In de operationalisering van de doelstellingen m.b.t. kwalitatieve journalistiek en mediawijsheid vragen we dat de minister in overleg met de minister van onderwijs zorgt voor de verankering van het genderperspectief in het curriculum van alle communicatie opleidingen en in het mediawijsheid beleid .

Last but not least loven we de oproep naar het parlement om een hoorzitting te houden naar aanleiding van de nieuwe VRT- beheersovereenkomst. Dat we in de minister een partner vinden in onze oproep voor meer gendergelijkheid in de VRT blijkt alvast uit zijn aanmoediging van de openbare omroep om meer aandacht te hebben voor damescompetitie¹².

Bovendien houden we eraan de voorzitter en de commissieleden te bedanken voor deze uitnodiging. Onze aanwezigheid hier vandaag getuigt alvast van de intentie van het parlement om te luisteren naar de prioriteiten van de vrouwenbeweging.

Een duurzaam VRT-genderbeleid

Politieke wil

We zijn ervan overtuigd dat de VRT en de Vlaamse overheid gendergelijkheid een waardevol aandachtspunt vinden en het probleem van de evenwichtige representatie van vrouwen en mannen en x in de maatschappij ernstig nemen. We stellen dan ook met tevredenheid vast dat wanneer we de beheersovereenkomsten van het laatste decennium bekijken alvast de **politieke wil** aanwezig is om een actief genderbeleid te voeren zowel op gebied van beeldvorming als tewerkstelling. Hierbij refereren we naar de bepalingen betreffende een evenwichtige representatie v/m, genderneutrale berichtgeving en genderneutrale personeelsbeleid. Gendergelijkheid moet als meetbaar engagement permanent deel uitmaken van de **beheersovereenkomst** zodanig dat kennis en duurzaam beleid blijvend kunnen ingezet worden. Dit om tegemoet te komen aan de inclusie ervan in zowel de bestaande als nieuwe digitale mediatoepassingen als aan de bevordering van genderexpertise bij de huidige en toekomstige generaties mediamakers en gebruikers.

¹² Beleidsnota Media 2019-2024, OD M 1.3. focus en doelgroepen (van openbare omroep). p. 25

De Vrouwenraad vraagt dat in de nieuwe beheersovereenkomst het genderbeleid als een zichtbaar thema wordt uitgewerkt zowel op niveau van de beeldvorming (genderneutrale beeldvorming) als op het niveau van het personeel (van 45% op korte termijn naar 50% op lange termijn) en 50/50 voor zowel Raad van Bestuur en midden- en hoger management .

Specifiek beleid voor gendergelijkheid en samenwerking met het middenveld

De instelling van een **specifiek beleid** dat waakzaam toeziet op de uitrol van het genderbeleid is een absolute voorwaarde voor de inclusie ervan. De ervaring leert, alsook alle onderzoek m.b.t. gendermainstreaming dat zonder zogenaamde ‘aanjager’ alle intenties dode letter blijven. Niet zo op de VRT. Daar is immers sinds geruime tijd een diversiteitsteam werkzaam die moet toezien op voornoemde engagementen.

Dat diversiteitsteam heeft de ambitieuze doelstelling om aandacht te hebben voor verschillende uitsluitingsperspectieven zoals leeftijd, armoede, gender, geaardheid, toegankelijkheid, afkomst,en voor de kruisingen ervan (intersectionaliteit). Een moeilijke, complexe en zware opdracht. Dit gebeurt op regelmatige basis in een constructieve dialoog met het **middenveld**, waaronder de Vrouwenraad. De Vrouwenraad formuleert deze aanbevelingen vandaag in dezelfde geest van de bestaande dialoog dus als partner van de VRT en wil met deze aanbevelingen ook getuigen van ons partnerschap met de Vlaamse overheid in het algemeen en het specifieke mediabeleid in het bijzonder.

Aangezien mensen inderdaad niet in vakjes te stoppen zijn staan we voor een geïntegreerde aanpak waar het vertrekpunt het beleid is. Betekent dit dat het doelgroepenbeleid afgeschaft moet worden? Zeker niet. Het betekent wel dat het doelgroepenbeleid anders tot stand moet komen. Bij een geïntegreerde aanpak zijn dit de vertrekpunten: de verschillende algemene beleidsdomeinen van de VRT en het algemeen programmabeleid. De organisatie kijkt dan wie en op welke manier extra aandacht nodig heeft binnen een bepaald beleidsdomein.

Uit die conclusie ontwikkelt de organisatie haar doelgroepenbeleid. Een geïntegreerd beleid impliceert dus dat men elke burger in gelijke mate wil bereiken en daarvoor acties ontwikkelt. Een geïntegreerd beleid is dus een voortdurende evenwichtsoefening om alle perspectieven voldoende aan bod te laten komen en daarvoor doelgerichte acties te ontwikkelen. Zo juichen we het huidige 50/50-project toe waarmee de VRT NWS de aanwezigheid van vrouwen wil vergroten vanuit de overtuiging dat een evenwichtigere aanwezigheid van zowel mannen en vrouwen in de berichtgeving ook de kwaliteit in hun aanbod verbetert. We weten dat inspanningen voor een voldoende zichtbare aanwezigheid van doelgroepen de aandacht vergroot van specifieke problemen waarmee zowel de doelgroep als het beleid te kampen heeft.

Zoals gezegd is de aanpak van het team ambitieus en vraagt aldus om voldoende slagkracht om zowel in de werking van de organisatie als in het programmabeleid een gelijkekansenbeleid te kunnen implementeren. In de actieplannen van de verschillende netten is het belangrijk dat de verschillende perspectieven uitgewerkt worden en welk proces er ontwikkeld zal worden om in de programmatie de inclusie ervan te bevorderen.

Daarom vragen we een versterking van het ‘team diversiteit’ en actieplannen met een zichtbare aanpak van hoe men de verschillende perspectieven zal integreren in de programmatie.

Kwantitatieve en kwalitatieve representatie – meten om te weten

Volgens de [Beheersovereenkomst 2016-2020](#) met de Vlaamse overheid, moet de VRT op weekbasis minstens 75% van elke relevante doelgroep (waaronder vrouwen) bereiken. Daarnaast moet de VRT streven naar een diversiteit in beeldvorming bij alle intern en extern geproduceerde televisieprogramma's, uitgezonderd aangekochte programma's (40% vrouwen tegen 2020). Wat het personeelsbestand betreft streeft de VRT tegen 2020 naar 40% vrouwen voor het gehele personeelsbestand, 33% voor middenkader en hoger kader.

Op basis van het toezichtsrapport (2018) van de Vlaamse Media Regulator slaagt de VRT in de realisatie van deze ambities.¹³ Hierbij plaatsen we enkele kanttekeningen.

De aanwezigheid van bepaalde bevolkingsgroepen, waaronder **vrouwen in het televisieaanbod** (behalve aangekochte programma's) wordt jaarlijks gemeten in de Monitor diversiteit televisie. In 2018 waren 38,8% van alle sprekende actoren op Eén, Ketnet en Canvas, vrouwen (in 2017: 38%).¹⁴ Het cijfer van 2017 is weliswaar een stijging tegenover 2016 maar een status quo tegenover 2015. In 2019 behaalt men met 41,2% vrouwen in VRT-televisieprogramma's ruim het streefcijfer van 40%.

Let wel onderstaande tabel toont het aantal vrouwen in het totale aanbod.

Tabel: % vrouwen in het televisieaanbod (VRT)

Jaar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Vrouwen (33%)	33,8	36,6	35,3	38	37,4	38	38,8	41,2*

Bron: Vrouwenraad op basis van de Toezichtsrapporten (VRM 2012-2018) * VRT-persbericht 11/03/2020

Een meer gedetailleerd overzicht (onder meer de cijfers per net) van de belangrijkste resultaten van deze diversiteitsmonitor kunnen we echter niet terugvinden in het toezichtsrapport terwijl dit in 2012 nog wel het geval was.¹⁵

¹³ VRM, [Toezichtsrapport 2018](#), p. 5. Op weekbasis bereikt de VRT 88,9% vrouwen. Op basis van deze cijfers kunnen we de m/v-verhouding niet afleiden in de andere doelgroepen.

¹⁴ idem, p. 6

¹⁵ VRM-[Toezichtsrapport 2012](#), p. 5 en p. 108. “Een meer gedetailleerd overzicht (onder meer de cijfers per net) van de belangrijkste resultaten van deze diversiteitsmonitor is terug te vinden als bijlage 5”. De link naar de bijlage 5 (resultaten van de diversiteitsmonitor) werkt niet.

Op basis van het persbericht van de VRT in 2018 merken we op dat informatie- en nieuwsprogramma's helaas veel lager scoren. In 2017 noteerde men zelfs een daling. In 2019 zou een stijging te noteren vallen zowel bij Eén als Canvas¹⁶. Het 50/50-project kwam dus niets te laat.¹⁷

Wanneer we de cijfers bekijken en de engagementen in de beheersovereenkomsten dan vinden we dat de VRT wel ambitieuzer mag zijn. In de Beheersovereenkomst 2012-2016 streefde men naar een 33% vrouwen in programma's terwijl dit streefcijfer al in 2012 werd behaald. In de hierop volgende BHO trok men dit cijfer op naar 40%. Mag het iets meer zijn? Gezien de maatschappij voor de helft vrouwen telt gaan we voor de volle 50/50.

De Vrouwenraad liet op geregelde tijdstippen in het kader van masteronderzoek binnen de opleiding 'Gender en Diversiteit' en via de Wetenschapswinkel onderzoek voeren en/of ondersteunt onderzoek over genderrepresentatie en beeldvorming bij de openbare omroep¹⁸. De conclusie dat genderstereotypen hardnekkig zijn zowel in taal als in beeldvorming en de oproep naar meer en diepgaander onderzoek blijkt een constante in deze onderzoeken. Bovendien is het gebruik van niet-seksistische taal en beeldvorming geen zekerheid dat het seksistisch gedachtegoed zelf aangepakt wordt. Met andere woorden, het invoeren van 'genderneutrale' beeldvorming moet deel uitmaken van een breder beleid waarbij men alle seksistische praktijken aanpakt. Toch mogen we het kind niet met het badwater weggooien. De aanpak van niet-seksistische taal en beeldvorming kan een eerste 'gemakkelijke' stap zijn om ons androcentrisch denken aan de kaak te stellen¹⁹.

Op basis van voorgaande stellen we dat met het oog op de interne expertise-opbouw naast een kwantitatieve benadering op regelmatige basis een kwalitatief onderzoek noodzakelijk is om de beeldvorming te kunnen bijsturen op het gebied van genderneutraliteit.

Het is jammer dat in de **programma-aankoop** geen rekening wordt gehouden met sociale criteria zoals gendergelijkheid. De VRT zou hiermee een duidelijke hint geven aan de commerciële aanbieders dat ook zij inspanningen dienen te verrichten en zelf model kunnen staan voor een duurzaam aankoopbeleid waarvan sociale criteria de facto deel uit maken.

¹⁶ VRT-persbericht 11/03/2020

¹⁷ VRT NWS heeft zich aangesloten bij het 50/50 Project van de BBC om via een meer evenwichtige aanwezigheid van mannen en vrouwen in de berichtgeving de kwaliteit te verbeteren van hun aanbod (zie vrtnws.wordpress.com)

¹⁸ A. Truyts, *vrouwen op het scherm: De genderrepresentatie en beeldvorming van vrouwen bij de openbare omroep. Een kwalitatieve analyse van het beleid en de praktijk*, 2015-2016, VUB; L. Vanbrabant, *Evenwichtige genderbeeldvorming in duidingsprogramma's van de VRT*, 2015-2016, VUB, Wetenschapswinkel; A. Vandekerckhove, *Hoe kunnen we Nederlandstalig androcentrisch taalgebruik herkennen? Een kritische discoursanalyse van het radioprogramma Hautekiet*, mei 2018, Interuniversitaire opleiding 'gender en diversiteit'.

¹⁹ A. Vandekerckhove, op.cit. p. 61

De Vrouwenraad vraagt:

- naast de kwantitatieve ook regelmatige kwalitatieve monitoring over genderneutrale en genuanceerde beeldvorming;
- het verhogen van het aantal vrouwen in het VRT-aanbod tot 50%. In informatie- en nieuwsprogramma's tot minimum 40% op korte termijn en 50% op langere termijn (2024);
- intensief gebruik van de Vlaamse expertendatabank (Gelijke kansen) en een vormingsaanbod en trainingen over gender en media in functie van specifiek noden (de HR-dienst van de VRT heeft bijvoorbeeld andere noden dan de tv- en radioproductanten);
- aandacht voor gendergelijkheid (zowel kwantitatief als kwalitatief) in het VRT-aankoopbeleid.

Wat het **personeelsbestand** betreft streeft de VRT tegen 2020 naar 40% vrouwen voor het gehele personeelsbestand, 33% voor midden- en hoger kader.

Ook hier stellen we vast dat dit eveneens ambitieuzer mag. Dit vanuit de wetenschap dat deze cijfers al opdoken in de beheersovereenkomsten van 2007-2011²⁰ en 2012-2016²¹. In 2009 zien we dat al 37% van de (actieve) medewerkers vrouw zijn.²²

Op basis van een vergelijkende analyse van het aantal vrouwen in het gehele personeelsbestand moeten we besluiten dat er sinds 2012 geen grote sprongen gemaakt zijn. Men blijft rond de 39% hangen. In het licht van de resultaten blijkt zelfs het streefcijfer 40% te hoog gemikt. Betreffende het management ziet men een stijgende lijn pas vanaf 2017. In onderstaande tijdstabellen zien we dat het niet evident is om de streefcijfers te behalen. Reden te meer om een tandje bij te steken.

²⁰ "op het vlak van tewerkstelling te streven naar 33% vrouwen in het management", VRM, [Toezichtsrapport 2007](#), p. 38

²¹ "vrouwen binnen het totaal personeelsbestand: 40% tegen eind 2014 waarvan vrouwen in het management: minimaal 33%" VRM, [Toezichtsrapport 2012](#), p. 80

²² VRM, [Toezichtsrapport 2009](#), p. 43

Tabel: aantal vrouwen in het gehele personeelsbestand (in %)

Jaar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
%	39	39,2	39,1	39	38,5	38,7	39,6	?

Bron: Vrouwenraad op basis van de Toezichtsrapporten (VRM 2012-2018)

Tabel: aantal vrouwen in het management (functieklassen A, B en C)

Jaar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
%	31 35*	25	24,4	30,8	31,6*	35,5*	39,1*	?

Bron: Vrouwenraad op basis van de Toezichtsrapporten (VRM 2012-2018) * men spreekt enkel over midden- en hoger kader

Wanneer we dieper inzoomen op het huidige **directiecollege** tellen we 25% vrouwen²³.

De huidige **Raad van Bestuur** telt 33% vrouwen²⁴. Vanuit de wetenschap dat de Raad van Bestuur in 2011 50% vrouwen telde vragen we ook hier om de lat hoger te leggen.

Daarnaast is een genderneutraal personeelsbeleid meer dan zuiver rekenwerk. In alle vormen van het HRM-beleid moet er aandacht zijn voor het genderperspectief (zowel in arbeidsorganisatie al is in loonbeleid).

De Vrouwenraad vraagt:

- een evenwichtige v/m-samenstelling (50/50) in gehele personeelsbestand en in midden- als hoger kader;
- een evenwichtig v/m-samenstelling van de Raad van Bestuur (50/50);
- kennis van gender en media vormt een selectiecriterium bij aanwerving en promotie.

²³ Tot voor kort (de functie van Algemeen Directeur Media en Productie wordt momenteel waargenomen door twee personen) was het directiecollege samengesteld uit 7 personen (incl. gedelegeerd bestuurder) waarvan 1 vrouw (14%). In 2011 telde de Vrouwenraad 36% vrouwen.

²⁴ VRT-persbericht, 17 januari 2020

Besluit

De Vrouwenraad stelt vast dat de Vlaamse overheid via de VRT-Beheersovereenkomsten getuigt van de politieke wil om zowel in het personeelsbeleid als in de beeldvorming aandacht te hebben voor de versterking van de positie van vrouwen en specifieke doelgroepen.

Daarnaast zien we dat ondanks de inspanningen van een klein Team Diversiteit dat moet instaan voor de inclusie van verschillende diversiteitsperspectieven en de kruisingen ervan zowel op gebied van beeldvorming als tewerkstelling (inclusief de Raad van Bestuur en het management) een tandje bij moet worden gestoken. Daarom vragen we om de lat hoger te leggen en alvast de streefcijfers op te krikken en op geregelde tijdstippen naast een kwantitatieve monitoring ook een kwalitatieve te voorzien.

De Vrouwenraad stelt samenvattend volgende aandachtspunten voor m.b.t. de nieuwe VRT-beheersovereenkomst:

- de opname van een zichtbaar genderbeleid zowel op niveau van de beeldvorming (genderneutrale beeldvorming) als op het niveau van het personeel (van 45% op korte termijn naar 50% op lange termijn);
- een versterking van het 'team diversiteit' en actieplannen met een zichtbare aanpak van hoe men de verschillende perspectieven zal integreren in de programmatie;
- naast de kwantitatieve ook regelmatige kwalitatieve monitoring over genderneutrale en genuanceerde beeldvorming;
- het verhogen van het aantal vrouwen in het VRT-aanbod tot 50%. In informatie- en nieuwsprogramma's tot minimum 40% op korte termijn en 50% op langere termijn (2025);
- intensief gebruik van de Vlaamse expertendatabank (Gelijke kansen) en een vormingsaanbod en trainingen over gender en media in functie van specifiek noden (de HR-dienst van de VRT heeft bijvoorbeeld andere noden dan de tv- en radioproductanten);
- aandacht voor gendergelijkheid (zowel kwantitatief als kwalitatief) in het VRT-aankoopbeleid;
- een evenwichtige v/m-samenstelling (50/50) zowel in Raad van Bestuur als in midden- en hoger kader;
- kennis van 'gender en media' vormt een selectiecriteria bij aanwerving en promotie.