



**RAT DER
EUROPÄISCHEN UNION**

**Brüssel, den 24. Juni 2013 (01.07)
(OR. en)**

11470/13

**SOC 532
EDUC 271
AUDIO 80
TELECOM 180
CONSOM 135
CULT 80
ECOFIN 628
DRS 126**

VERMERK

des Generalsekretariats des Rates

für die Delegationen

Nr. Vordok.: 10665/13 SOC 451 EDUC 225 AUDIO 69 TELECOM 161 CONSOM 105 CULT
71 ECOFIN 522 DRS 112

Betr.: Stärkere Förderung von Frauen als Entscheidungsträger in den Medien
– Schlussfolgerungen des Rates

Die Delegationen erhalten anbei die endgültige Fassung der vom Rat (Beschäftigung, Sozialpolitik, Gesundheit und Verbraucherschutz) auf seiner Tagung vom 20.Juni 2013 angenommenen Schlussfolgerungen.

Stärkere Förderung von Frauen als Entscheidungsträger in den Medien

Schlussfolgerungen des Rates¹

IM HINBLICK AUF FOLGENDES:

1. Im Rahmen der Erklärung und der Aktionsplattform von Beijing, die von der vierten Weltfrauenkonferenz 1995 verabschiedet wurden, werden "Frauen und Medien" als einer der zwölf Problembereiche herausgestellt und wird darauf hingewiesen, dass "für die Medien die Möglichkeit besteht, einen wesentlichen größeren Beitrag zur Frauenförderung zu leisten." Die Plattform von Beijing legt auch zwei strategische Ziele fest: (J.1) Erhöhung der Mitwirkung und des Zugangs von Frauen in Bezug auf Ausdrucksmöglichkeiten und Entscheidungsprozesse in und durch Medien und neue Kommunikationstechnologien, sowie (J.2) Förderung einer ausgewogenen und nicht stereotypen Darstellung von Frauen in den Medien.
2. Die Gleichstellung von Frauen und Männern ist ein in den Verträgen verankertes Grundprinzip der Europäischen Union und zählt zu den Zielen und Aufgaben der Europäischen Union; die Union hat insbesondere dafür Sorge zu tragen, dass der Grundsatz der Gleichstellung von Frauen und Männern in allen Bereichen ihres Handelns durchgängig berücksichtigt wird². Die Gleichstellung der Geschlechter ist auch in Artikel 23 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union festgeschrieben.

¹ Die Schlussfolgerungen wurden im Rahmen der Überprüfung der Umsetzung der Aktionsplattform von Beijing, insbesondere in Bezug auf den Problembereich "J: Frauen und Medien" angenommen.

² Artikel 2 und Artikel 3 Absatz 3 EUV sowie Artikel 8 AEUV.

3. In den 1996 verabschiedeten Schlussfolgerungen zu "Frauen und Medien" empfahl die VN-Kommission für die Rechtsstellung der Frau eine – mit der Freiheit der Meinungsäußerung in Einklang stehende – Initiative zur "Förderung und Ermutigung der gleichberechtigten Beteiligung von Frauen an Management, Planung, allgemeiner und beruflicher Bildung sowie Forschung, auch durch positive Maßnahmen und Maßnahmen zur Förderung der Chancengleichheit; hierbei geht es darum, ein ausgewogenes Verhältnis von Männern und Frauen in allen Bereichen und auf allen Ebenen der Medienarbeit sowie in den Beratungs-, Regelungs- und Aufsichtsorganen der Medien zu erreichen ... wobei die öffentlichen Medien, dort wo es sie gibt, ermutigt werden sollten, ein Beispiel für private Medien zu setzen, und zwar durch ihr Engagement und ihren Beitrag zur Förderung von Frauen"³.
4. Die Bedeutung der Grundsätze der Pressefreiheit und der Freiheit der Meinungsäußerung muss Berücksichtigung finden.
5. Die vorliegenden Schlussfolgerungen stützen sich auf die politischen Verpflichtungen, die das Europäische Parlament, der Rat, der Europäische Rat, die Kommission und andere Akteure in diesem Bereich eingegangen sind, sowie auf die in Anhang II aufgeführten Dokumente;

UNTER HINWEIS DARAUF, DASS

6. seit 1999 die jeweiligen EU-Vorsitze Indikatoren zu individuellen Problembereichen der Plattform von Beijing ausgearbeitet haben; der Rat (Beschäftigung, Sozialpolitik, Gesundheit und Verbraucherschutz) hat Schlussfolgerungen zur Billigung dieser Indikatoren verabschiedet, die es leichter machen, die Fortschritte der Mitgliedstaaten in Bezug auf die Ziele der Plattform von Beijing zu messen;
7. in den Schlussfolgerungen des Rates zu "Beijing + 15: Überprüfung der Fortschritte"⁴ vom November 2009 empfohlen wurde, dass die Mitgliedstaaten Indikatoren in den Problemberichen, die zuvor nicht behandelt wurden, entwickeln und dabei das Fachwissen des Europäischen Instituts für Gleichstellungsfragen nutzen, und dass die Kommission mit der hochrangigen Gruppe zum Gender-Mainstreaming bei der Planung dieser Arbeit zusammenarbeitet;

³ Die verabschiedeten Schlussfolgerungen und Entschlüsse für die vierzigste Sitzung der Kommission für die Rechtsstellung der Frau: *Official Records of the Economic and Social Council, 1996, Supplement No.6 (E/1996/26-E/CN.6/1996/15)*.

⁴ 15992/09.

8. die Kommission am 21. September 2010 ihre neue Strategie für die Gleichstellung von Frauen und Männern 2010-2015⁵ angenommen hat, in der die Gleichstellung der Geschlechter in Entscheidungsprozessen als einer der Schwerpunktbereiche für Maßnahmen herausgestellt wird. Im Europäischen Pakt für die Gleichstellung der Geschlechter (2011-2020)⁶, der vom Rat (Beschäftigung, Sozialpolitik, Gesundheit und Verbraucherschutz) im März 2011 verabschiedet wurde, wird auch der gleichberechtigten Beteiligung von Frauen an Entscheidungsprozessen Priorität gegeben;
9. "Frauen und Medien" einer der Problembereiche der Plattform von Beijing ist, die vom Rat noch zu behandeln sind. Das Thema ist ein weites Feld, das mit den vorliegenden Schlussfolgerungen zwangsläufig nicht vollständig erfasst werden kann; ihr Schwerpunkt liegt daher auf einer wichtigen Frage, nämlich der Präsenz von Frauen in den Führungspositionen der Medienorganisationen, wobei auf früheren Arbeiten zur Förderung der Teilhabe von Frauen am politischen und wirtschaftlichen Leben aufgebaut wird;
10. verschiedene Studien zeigen, dass davon auszugehen ist, dass eine verstärkte Präsenz von Frauen in den Führungspositionen der Medien zu einem stärker geschlechtersensiblen Medieninhalt und entsprechender Programmplanung führt; damit würde ein ausgewogeneres Bild der Lebensrealität von Frauen und Männern sowie des Beitrags von Frauen zur Gesellschaft gezeigt, was wiederum positive Auswirkungen auf die öffentliche Politik sowie Einstellung und Verhalten im Privatbereich hätte;
11. 2010 der Beratende Ausschuss der Europäischen Kommission für Chancengleichheit von Frauen und Männern einen Bericht mit dem Titel "Abbau von Geschlechterstereotypen in den Medien"⁷ veröffentlicht hat, in dem empfohlen wurde, dass Daten und Informationen über die Präsenz von Frauen in den Führungspositionen der Medien erhoben werden sollten;

⁵ 13767/10.

⁶ 7775/1/06 REV 1.

⁷ http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/other-institutions/advisory-committee/index_en.htm

12. die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste vom 10. März 2010 von den Mitgliedstaaten verlangt, dafür zu sorgen, dass "die audiovisuellen Mediendienste, die von den ihrer Rechts- hoheit unterworfenen Mediendiensteanbietern bereitgestellt werden, nicht zu Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion oder Staatsangehörigkeit aufstacheln."⁸ Ferner wird im Rahmen dieser Richtlinie von den Mitgliedstaaten gefordert, dafür Sorge zu tragen, dass die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation unter anderem nicht "die Menschenwürde ver- letzt" oder "Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung beinhaltet oder fördert"⁹;

UNTER BESONDEREM HINWEIS AUF FOLGENDES:

13. Es besteht immer noch Bedarf, die Gleichstellung der Geschlechter in der Europäischen Union de facto zu erreichen, und dies erfordert einen breit gefächerten Ansatz einschließlich Rechtsvorschriften, eine Sensibilisierung im Hinblick auf die Förderung einer Änderung der Einstellungen sowie Förderprogramme im Einklang mit den Zielen des Europäischen Pakts für die Gleichstellung der Geschlechter (2011-2020) und der entsprechenden wirtschafts- und sozialpolitischen Maßnahmen der EU.
14. Eine gleichwertige Teilhabe von Frauen und Männern an den Entscheidungsprozessen ist erforderlich, um die Zusammensetzung der Gesellschaft besser widerzuspiegeln und die Demokratie zu stärken sowie deren ordnungsgemäße Funktionsweise zu fördern. Darüber hinaus ist zu erwarten, dass sie dem Wirtschaftswachstum und der Wettbewerbsfähigkeit innerhalb der EU zugute kommt.
15. Forschungsergebnisse zeigen, dass geschlechtsspezifische Vorurteile und Stereotypen zum Fortbestehen einer geschlechtsspezifischen Segregation bei der Wahl der Ausbildung beitragen, was die von Frauen getroffene Wahl des Arbeitsplatzes beeinträchtigt und ihre Chancen auf einen Aufstieg in Führungspositionen erheblich behindert, und dass diese Vorurteile und Stereotypen zu einer wirtschaftlichen Ungleichheit zwischen Frauen und Männern beitragen und auch die gut ausgebildete weibliche Bevölkerung Europas davon abhalten, ihr Potenzial voll auszuschöpfen und einen Beitrag zur Wirtschaft zu leisten, was wiederum negative Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der EU und die Umsetzung des Beschäftigungsziels der Strategie "Europa 2020" hat.

⁸ Kapitel III, Artikel 6.

⁹ Kapitel III, Artikel 9.

16. Die Medien haben ein enormes Potenzial, auf positive Weise zur Erreichung der Gleichstellung der Geschlechter auf allen Ebenen beizutragen, z.B. durch Förderung einer ausgewogenen und nicht stereotypen Darstellung von Frauen und Männern, u.a. in der Werbung, sowie durch Darstellung von Frauen als Entscheidungsträger und in Führungspositionen;
17. **ERFREUT ÜBER DIE STUDIE** mit dem Titel "Überprüfung der Durchführung der Aktionsplattform von Beijing in den EU-Mitgliedstaaten: Förderung der Geschlechtergleichstellung in Entscheidungsprozessen der Medienorganisationen"¹⁰, die vom EIGE auf Ersuchen des irischen Vorsitzes durchgeführt wurde, in deren Rahmen die Präsenz von Frauen in Führungspositionen in einem Querschnitt von Sendeanstalten und Nachrichtenmedien in allen EU-Mitgliedstaaten gemessen wird;
18. **FESTSTELLEND, DASS** zwar die Zahl von Frauen, die in Medienorganisationen arbeiten, und der Prozentsatz von Studentinnen, die einen Abschluss im Bereich Journalismus erzielen, zugenommen hat, Forschungen aber zeigen, dass vergleichsweise wenige Frauen die höchsten Ebenen als Entscheidungsträger in der Medienbranche erreichen;
19. **IN ANBETRACHT** der drei Indikatoren mit Schwerpunkt auf der Präsenz von Frauen in Führungspositionen in der Medienbranche, die vom EIGE für die künftige Prüfung der Fortschritte entwickelt wurden:
 - Indikator 1: Anteil der Frauen und Männer, die in Medienorganisationen in der EU Führungspositionen innehaben;
 - Indikator 2: Anteil der Frauen und Männer in den Leitungsgremien der Medienorganisationen in der EU und
 - Indikator 3: Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter in Medienorganisationen.

¹⁰ 10366/13 ADD 1.

DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION

RUFT DIE MITGLIEDSTAATEN UND DIE EUROPÄISCHE KOMMISSION AUF, im Rahmen ihrer jeweiligen Zuständigkeiten und unter uneingeschränkter Achtung der Pressefreiheit und des Rechts auf freie Meinungsäußerung

20. im Einklang mit dem Europäischen Pakt für die Gleichstellung der Geschlechter (2011-2020) und der Strategie für die Gleichstellung von Frauen und Männern (2010-2015) in allen Bereichen, einschließlich der Medienbranche, auf allen Ebenen aktive und zielgerichtete Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter, auch des beruflichen Aufstiegs von Frauen zu Führungspositionen, zu ergreifen;
21. die Arbeitgeber im Einklang mit Artikel 21 Absätze 3 und 4 der Richtlinie 2006/54/EG (Neufassung) weiterhin zu ersuchen, die Gleichbehandlung von Männern und Frauen am Arbeitsplatz in Übereinstimmung mit den nationalen Gesetzen, Tarifverträgen oder Gepflogenheiten in geplanter und systematischer Weise zu fördern, einschließlich durch die Bereitstellung von Informationen über die Gleichbehandlung von Männern und Frauen in ihrem Betrieb und über mögliche Maßnahmen zur Verbesserung der Situation in Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretern;
22. die Medienorganisationen zu ersuchen, die Einstellungs- und Beförderungsverfahren anhand vorab festgelegter deutlicher, transparenter, geschlechtsneutral formulierter und unzweideutiger Kriterien zu konzipieren und umzusetzen;
23. die Medienorganisationen zu ermutigen, dass sie eine Unternehmenskultur, die die Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellt, und ein Bewusstsein für Gleichstellungsaspekte auf höherer Managementebene fördern und einen geplanten und systematischen Rahmen zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter in ihren Organisationen annehmen; dazu gehören auch die Entwicklung spezieller Mentoren- und Fortbildungsprogramme für Frauen und gegebenenfalls Ermittlung und Bekämpfung der Ursachen für die Unterrepräsentierung von Frauen als Entscheidungsträger und in leitenden Funktionen;
24. den Medienorganisationen nahe zu legen, dass sie ein besseres Gleichgewicht zwischen Arbeits- und Privatleben für Frauen und Männer fördern und die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Privatleben erleichtern;

25. gegebenenfalls in einen Dialog mit den Medienorganisationen einzutreten, um sie zu ermutigen, bei der Sensibilisierung für Gleichstellungsfragen und der Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern in den Medien eine aktive Rolle zu übernehmen;
26. gegebenenfalls die Aufsichtsgremien der Medien – ungeachtet dessen, ob es sich um satzungsmäßige Einrichtungen oder Selbstkontrolleinrichtungen handelt – zu ermutigen, betriebsintern einen proaktiven Ansatz für die Förderung der Gleichstellung der Geschlechter in ihren Organisationen zu verfolgen, einschließlich der Entwicklung von Verhaltenskodizes und -leitlinien, wo dies erforderlich ist, um die Gleichstellung der Geschlechter und die beruflichen Aufstiegschancen von Frauen in dieser Branche zu fördern;
27. die Bereitstellung finanzieller Mittel für Projekte betreffend Frauen in den Medien in Erwägung zu ziehen und so gegebenenfalls die in der Zivilgesellschaft bereits angelaufenen Prozesse zu ergänzen;
28. über geeignete Einrichtungen und Organisationen Sensibilisierungskampagnen und den Austausch bewährter Verfahren zur Bekämpfung der Geschlechterstereotypen sowie die Durchsetzung einer realistischen und nicht diskriminierenden Darstellung von Mädchen/Frauen und Jungen/Männern in den Medien zu fördern;
29. den Dialog zwischen Nichtregierungsorganisationen und professionellen Medienorganisationen anzuregen, um das Bewusstsein für Gleichstellungsfragen in der Branche zu schärfen und ihnen die Vorteile näher zu bringen, die mit einer Stärkung der Rolle von Frauen, einer stärkeren Einbindung von Frauen und einer stärkeren Präsenz von Frauen in Führungspositionen einhergehen;
30. den Austausch bewährter Verfahren zwischen den Mitgliedstaaten bei Programmen für positive Maßnahmen zur Gleichstellung der Geschlechter am Arbeitsplatz in der Medienbranche, einschließlich der Teilnahme von Frauen an den Entscheidungsprozessen, zu fördern;
31. auf nationaler und EU-Ebene die Erhebung und Verbreitung vergleichbarer, zuverlässiger und regelmäßig aktualisierter statistischer Daten über den Anteil von Frauen und Männern in Führungspositionen in Print- und Rundfunkmedien zu verbessern und dabei mit den nationalen Statistikämtern und dem europäischen Statistikamt zusammenzuarbeiten, die Arbeiten des EIGE gegebenenfalls in vollem Umfang zu nutzen und die Forschung und den Austausch bewährter Verfahren in diesem Bereich zu unterstützen;

32. den Anteil von Frauen in Führungspositionen in Print- und Rundfunkmedien unter Zuhilfenahme der in der Anlage wiedergegebenen Indikatoren zu überwachen und weitere Forschungsarbeiten zu anderen mit diesem Problembereich zusammenhängenden Aspekten, etwa der Werbung, zu fördern, so dass diese Indikatoren unter Nutzung der Arbeiten des EIGE weiterentwickelt und verbessert werden können und eine effiziente Überwachung und Vergleichbarkeit ermöglichen;
 33. die Fortschritte in den in der Aktionsplattform von Beijing genannten Problembereichen, für die bereits Indikatoren entwickelt worden sind, regelmäßig zu überprüfen und im Einklang mit dem von der Kommission erstellten mittelfristigen Plan Indikatoren zu entwickeln; und
 34. **FORDERT** die Kommission AUF, die Ergebnisse dieser Überprüfungen in ihrem Jahresbericht über die Fortschritte bei der Gleichstellung von Frauen und Männern zu berücksichtigen.
-

INDIKATOREN FÜR DIE "Förderung der Geschlechtergleichstellung bei Entscheidungsprozessen im Medienbereich"

Die Rolle der Frauen in den Medien (Hauptproblemfeld J) ist einer der in der Aktionsplattform von Beijing aufgeführten Hauptproblemfelder, für den noch Indikatoren erarbeitet werden müssen, um die in der Europäischen Union erzielten Fortschritte zu erfassen. Das Europäische Institut für Gleichstellungsfragen (EIGE) hat ausgehend von Forschungsarbeiten, die im Auftrag des irischen Vorsitzes 2013 durchgeführt wurden, Indikatoren entwickelt, um die Fortschritte zu messen, die in Bezug auf das strategische Ziel J.1 der Aktionsplattform von Beijing erzielt wurden. Dieses Ziel lautet wie folgt:

"Erhöhung der Mitwirkung und des Zugangs von Frauen in Bezug auf Ausdrucksmöglichkeiten und Entscheidungsprozesse in und durch Medien und neue Kommunikationstechnologien".

Zwei der Indikatoren dienen dazu, den Anteil von Frauen in Führungspositionen in Medienorganisationen und in Entscheidungsorganen von Medienorganisationen zu analysieren. Mit dem dritten Indikator werden die in Medienorganisationen bestehenden Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter analysiert. Die Grundlagen dieser Indikatoren werden im Folgenden erläutert.

INDIKATOR 1: Anteil der Frauen und Männer, die in Medienorganisationen in der EU Führungspositionen innehaben

Konzept

Der Indikator misst, inwieweit Frauen in Medienorganisationen auf höherer Entscheidungsebene in Positionen mit verschiedenen Management- und operativen Funktionen vertreten sind, in denen sowohl strategische als auch unternehmerische Entscheidungen getroffen werden, so dass sowohl Entscheidungsträger als auch Gestalter von Medieninhalten erfasst werden.

Der Indikator umfasst die folgenden vier verschiedenen Entscheidungsebenen, von der höchsten strategischen Funktion bis zum mittleren Management:

- **Ebene 1: die oberste Entscheidungsebene**, auf der alle strategischen Entscheidungen getroffen werden, die die Organisation betreffen. Es handelt sich um folgende Funktionen: (Vorstands-)Vorsitzender, Geschäftsführer, Präsident, Direktor oder vergleichbare Funktionen. Die Person in einer solchen Position lenkt das höchste strategische oder politische Gremium bzw. den oder die höchsten strategischen oder politischen Ausschuss/Ausschüsse der Organisation.
- **Ebene 2: führende Managementpositionen für das operative Geschäft** für Beschlussfassung auf höchster Ebene mit Zuständigkeit für Haushaltskontrolle, Programmüberwachung und redaktionelle Politik. Es handelt sich um die Funktionen General Manager, Generaldirektor, Exekutivdirektor, Chefredakteur oder vergleichbares. Die Person in dieser Position sitzt gewöhnlich dem/den höchsten beschlussfassenden Gremium/Gremien für das operative Geschäft vor.
- **Ebene 3: Mitglieder des gehobenen Managements für das operative Geschäft**, die als Entscheidungsträger fungieren und spezifische Programme/Medieninhalte und die Verwendung der Mittel beaufsichtigen. Zu diesen Funktionen zählen: Abteilungsleiter, geschäftsführender Direktor, Mitglied des Managementteams oder vergleichbare Positionen. Personen in diesen Funktionen sind Mitglieder des/der beschlussfassenden Gremiums/Gremien für das operative Geschäft.
- **Ebene 4: Managementpositionen mit Verantwortung für eine der zentralen operativen Abteilungen der Organisation**, beispielsweise Fernsehen, Radio, Sport, Unterhaltung, Nachrichten oder Bereiche mit großer administrativer Verantwortung, etwa digitale Dienste, Finanzen, Personalverwaltung. Hierzu zählen Abteilungsleiter mit Zuständigkeit für bestimmte Unterbereiche (z.B. Leiter der Nachrichtenredaktion, Leiter der Sportredaktion, Leiter der Kulturredaktion, Leiter der Personalverwaltung, Leiter der Managementeinheit etc.).

INDIKATOR 2: Anteil der Frauen und Männer in den Leitungsgremien der Medienorganisationen in der EU

Konzept

Dieser Indikator gibt Aufschluss über den Anteil von Frauen und Männern in den Leitungsgremien von Medienorganisationen. Bei den Leitungsgremien handelt es sich im Allgemeinen um die Gremien, in denen die strategischen Entscheidungen gefällt werden; in einigen Fällen haben sie auch die Verantwortung für die Unternehmensführung.

Die Mitglieder des Leitungsgremiums sind das höchste externe Aufsichtsgremium entweder der Organisation oder der Muttergesellschaft; in vielen Fällen handelt es sich nicht um bezahlte Angestellte der Medienorganisation.

INDIKATOR 3: Maßnahmen zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter in Medienorganisationen

Konzept

Dieser Indikator gibt Aufschluss darüber, inwieweit Medienorganisationen die Gleichstellungsproblematik intern angehen. Er zeigt auf, ob ein Verhaltenskodex oder Mechanismen zur Umsetzung und Überwachung der Gleichstellung der Geschlechter vorhanden sind, aber auch ob die Organisation praktische Maßnahmen ergriffen hat, um die beruflichen Aufstiegsmöglichkeiten von Frauen und das Gleichgewicht zwischen Männern und Frauen zu verbessern.

Der Indikator erfasst

- **politische Maßnahmen**, etwa zur Berücksichtigung der Gleichstellungspolitik/ Verhaltenskodizes, der Chancengleichheit/Diversität (zur Berücksichtigung des Gleichstellungsaspekts), der sexuellen Belästigung am Arbeitsplatz, der Würde am Arbeitsplatz, des Mutterschafts-, Vaterschafts- bzw. Elternurlaubs, der flexiblen Arbeitszeit;
- **Umsetzungs- und Überwachungsmechanismen:** Ausschüsse für Gleichstellungsfragen, Mobbingbeauftragte, Abteilung oder Beauftragte für Gleichstellungs-/Diversitätsfragen;
- **praktische Maßnahmen zur Unterstützung der beruflichen Aufstiegschancen von Frauen und in Bezug auf das Bild der Frau in den Medien**, einschließlich Volontariatsstellen speziell für Frauen, führungs-/managementspezifische Weiterbildung für Frauen, Fortbildungsmaßnahmen für das Personal zur Sensibilisierung für Gleichstellungsfragen.

Bezugsdokumente

1) EU-Rechtsvorschriften

Richtlinie 2006/54/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 5. Juli 2006 zur Verwirklichung des Grundsatzes der Chancengleichheit und Gleichbehandlung von Männern und Frauen in Arbeits- und Beschäftigungsfragen (Neufassung), ABl. L 204 vom 26.7.2006, S. 23.

Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. L 95 vom 15.4.2010, S. 1.

2) Europäisches Parlament

Entschließung vom 13. März 2012 zu der Gleichstellung von Frauen und Männern in der Europäischen Union – 2011¹¹

3) Schlussfolgerungen, Entschlüsse und Empfehlungen des Rates

Sämtliche Schlussfolgerungen, die der Rat im Rahmen der Überprüfung der Umsetzung der Aktionsplattform von Beijing¹² verabschiedet hat, insbesondere:

Entschließung vom 5. Oktober 1995 zur Darstellung der Frau und des Mannes in Werbung und Medien (Dok. 9415/95).

Schlussfolgerungen des Rates vom 22. Oktober 1999 zur Überprüfung der Umsetzung der Pekinger Aktionsplattform durch die Mitgliedstaaten und die europäischen Institutionen (Dok. 11862/99).

Schlussfolgerungen des Rates vom 1. Dezember 2003 zur Überprüfung der Umsetzung der Pekinger Aktionsplattform durch die Mitgliedstaaten und die Organe der Europäischen Union (Dok. 15205/03)¹³.

¹¹ P7_TA(2012)0069.

¹² http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/tools/statistics-indicators/platform-action/index_en.htm

¹³ Der Schwerpunkt in diesen Schlussfolgerungen lag auf der Vertretung von Frauen in Schlüsselpositionen der Wirtschaft.

Schlussfolgerungen des Rates vom 30. Mai 2007 zur Überprüfung der Umsetzung der Pekinger Aktionsplattform durch die Mitgliedstaaten und die Organe der Europäischen Union: Allgemeine und berufliche Bildung von Frauen (Dok. 9152/07).

Schlussfolgerungen des Rates vom 9. Juni 2008 zum Abbau von Geschlechterstereotypen in der Gesellschaft (Dok. 9671/08).

Schlussfolgerungen des Rates vom 9. Juni 2008 zur Überprüfung der Umsetzung der Aktionsplattform von Beijing durch die Mitgliedstaaten und die Organe der EU: Frauen im politischen Entscheidungsprozess (Dok. 9670/08).

Schlussfolgerungen des Rates vom 8. März 2010 zur Beseitigung der Gewalt gegen Frauen in der Europäischen Union (Dok. 6585/10).

Schlussfolgerungen des Rates vom 7. März 2011 zum Europäischen Pakt für die Gleichstellung der Geschlechter (2011-2020) (Abl. C 155 vom 25.5.2011, S. 10).

Schlussfolgerungen des Rates vom 19. Mai 2011 zum EU-Rahmen für nationale Strategien zur Integration der Roma bis 2020 (Abl. C 258 vom 2.9.2011, S. 6).

Empfehlung des Rates vom 2. Dezember 1996 über die ausgewogene Mitwirkung von Frauen und Männern am Entscheidungsprozess (96/694/EG) (Abl. L 319 vom 10. Dezember 1996, S. 11).

4) Europäischer Rat

Schlussfolgerungen des Vorsitzes anlässlich der Tagung des Europäischen Rates (Madrid) vom 15./16. Dezember 1995 (Dok. 400/95)¹⁴.

5) Kommission

Mitteilung der Kommission: – Ein verstärktes Engagement für die Gleichstellung von Frauen und Männern: Eine Frauen-Charta – Erklärung der Europäischen Kommission anlässlich des Internationalen Frauentags 2010 sowie des 15. Jahrestags der Verabschiedung einer Erklärung und einer Aktionsplattform auf der Weltfrauenkonferenz der Vereinten Nationen in Peking und des 30. Jahrestags des Übereinkommens der Vereinten Nationen zur Beseitigung jeder Form von Diskriminierung der Frau (Dok. 7370/10).

Strategie für die Gleichstellung von Frauen und Männern 2010-2015 (Dok. 13767/10)

¹⁴ In diesen Schlussfolgerungen verpflichtete sich der Europäische Rat, die Umsetzung der Aktionsplattform von Beijing jedes Jahr zu überprüfen.

Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen zum ersten Bericht der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen über die Anwendung der Richtlinie über audiovisuelle Medien-dienste (Richtlinie 2010/13/EU) (Dok. 9500/12 ADD 1).

Sachstandsbericht der Dienststellen der Kommission zur Gleichstellung von Frauen und Männern 2012 (Dok. 9297/13 ADD 1).

6) Sonstige

Beratender Ausschuss der Europäischen Kommission für Chancengleichheit von Frauen und Männern: *Stellungnahme zum Abbau von Geschlechterstereotypen in den Medien*, Brüssel, Europäische Kommission, 2010b.

Dr. Brenda Murphy: *Gendering the media: stereotypes at work, strategies for change*, in J. Borg, A. Hillman & M.A. Lauri (Hrsg.), *Exploring the Maltese media landscape*, Allied Publications, 2009, S. 137-154.

Bericht der Konferenz über den *Abbau von Geschlechterstereotypen: Mission Impossible*. Ljubljana: Regierung der Republik Slowenien / Amt für Chancengleichheit, 2008.

Konferenzbericht: *Europäische Konferenz zum Thema "Neue Wege zur Überwindung von Geschlechterstereotypen"*. Amt der Regierung der Tschechischen Republik, 2009.