

vrt



# Klachtenrapport 2025

# Inhoud

<b>1. Voorwoord</b>	<b>3</b>
<b>2. Cijfers</b>	<b>5</b>
2.1. Cijferhistoriek	5
2.2. Cijfers van de merken	5
2.3. Duiding cijfers	6
<b>3. Content</b>	<b>7</b>
3.1. Humor	7
3.2. Sport	8
3.3. Actualiteit	10
3.4. De Warmste Week	10
<b>4. Beroepsethische vragen</b>	<b>12</b>
<b>5. VRT MAX</b>	<b>14</b>
<b>6. Complimenten en felicitaties</b>	<b>17</b>
<b>7. Conclusies klachtenrapport 2025</b>	<b>22</b>

# 1

## Voorwoord

**“Ik ben al zo lang aan het wachten op een positieve beeldvorming voor mensen met een beperking...”** schreef een kijker ons na het zien van Onder Vuur. Het was geen lange mail. Geen klacht. Geen vraag. Gewoon iemand die ons wilde bedanken omdat ze zich – eindelijk – gezien voelde.

Misschien vat die ene boodschap het beste samen wat dit rapport onder de cijfers doet: achter elke klacht, vraag of opmerking schuilt een mens die geraakt wordt door wat wij maken. Soms positief, soms pijnlijk, soms gewoon uit nieuwsgierigheid. Maar altijd omdat ons werk ertoe doet.

In 2025 kregen we **meer dan 34.000 contactmomenten** binnen. Dat zijn geen cijfers, maar ontmoetingen. Mensen die ons aanspreken omdat een grap hen kwetste, omdat een sportcommentaar hen stoort, omdat VRT MAX niet doet wat ze verwachten, of omdat een programma hen net wél raakte. De stijging in vragen toont vooral hoe graag mediagebruikers willen begrijpen, meedenken en meevolgen. En de honderden complimenten herinneren ons eraan dat onze content vaak precies doet wat we hopen: verbinden, raken, inspireren.

### Een weekend dat blijft hangen

Dat werd ook duidelijk tijdens het **Weekend van de Klant**, waar maar liefst **1.500 mediagebruikers** achter de schermen kennismaakten met VRT. Ze ontmoetten onze makers, stelden nieuwsgierige vragen en vertelden ons rechtuit wat hen bezighoudt. Voor velen was het een unieke kans om te zien hoe hun programma's tot stand komen. Voor ons was het een bevestiging van hoe waardevol echte ontmoetingen zijn: ze geven energie, nuance en richting aan wat we elke dag proberen te doen.

### AI waar mensen beter van worden

Ook digitaal maakten we een grote stap vooruit. De AI-chat tijdens **De Warmste Week** bewees opnieuw hoe technologie kan versterken wat menselijk is. Met tienduizenden snelle, juiste antwoorden verlaagden we drempels, ontlastten we het team én verhoogden we de tevredenheid bij actievoerders en bezoekers.

Die positieve ervaring versterkt onze ambitie om in **2026** AI nog bewuster en transparanter in te zetten. Niet om mensen te vervangen, maar om ze te ondersteunen: om sneller te antwoorden op eenvoudige vragen, om technische problemen sneller te herkennen, om repetitieve taken te verlichten en ruimte creëren voor onze medewerkers om die kwaliteit te bieden die alleen mensen kunnen geven.

### Vooruitkijken

Dit rapport is dan ook meer dan een terugblik: het is een uitnodiging om te blijven luisteren. Naar wat goed gaat. Naar wat beter kan. Naar wat ons publiek van ons verwacht, zelfs wanneer het ons uitdaagt.

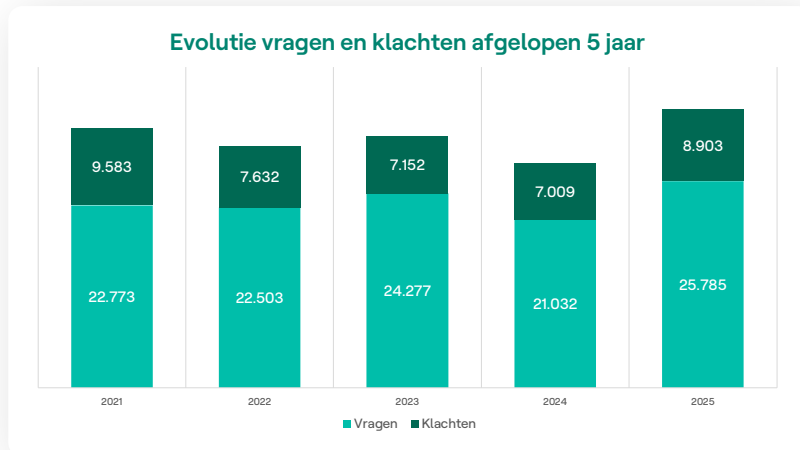
**Bob Vermeir**  
Manager Publieksbeleving

**Ilona Meuleman**  
Teamverantwoordelijke Publieksbeleving

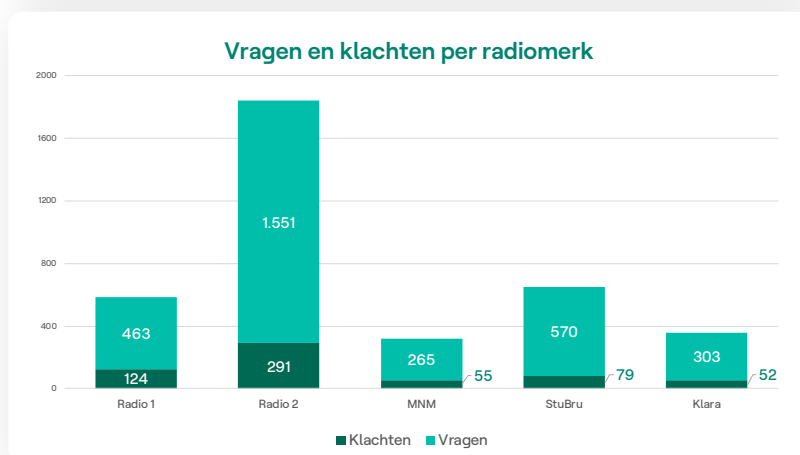
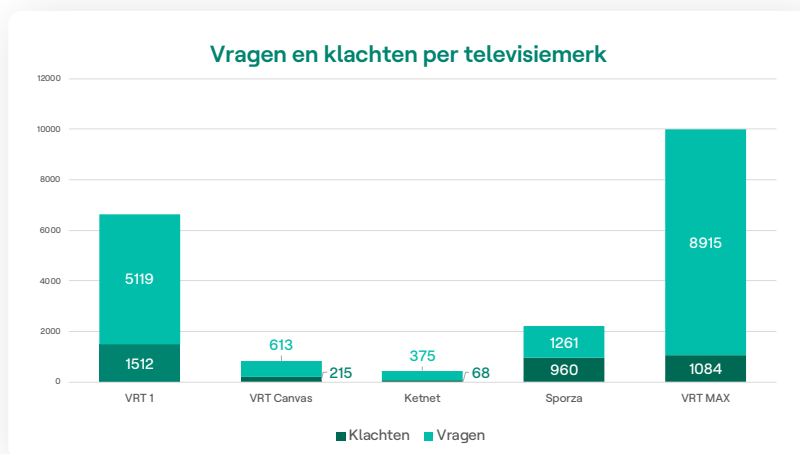


# 2 Cijfers

## 2.1 CIJFERHISTORIEK AFGELOPEN JAREN



## 2.2 CIJFERS VAN DE MERKEN



## 2.3 DUIDING CIJFERS

We krijgen op jaarbasis het meeste vragen gelinkt aan VRT MAX, voor 2025 waren dat 10.029 contacten, dat is 29% van het totaal.

In verhouding ligt het aantal klachten rond VRT MAX vrij laag, op slechts 11%.

Ook de afgelopen jaren werden er al veel vragen gesteld over VRT MAX en dat hoeft niet te verbazen. We zetten als publieke omroep heel sterk in op ons uniek video- en audioplatform.

Mensen stellen vooral veel technische vragen over VRT MAX. VRT werkt hard aan goede updates en blijft kritisch kijken naar hoe we onze dienstverlening verder kunnen verbeteren. De VRT Klantendienst heeft regelmatig overlegmomenten met de mensen van VRT MAX, we houden samen de vinger aan de pols en streven naar een snel antwoord op elke vraag die binnenkomt.

VRT 1 en Radio 2 hebben de meeste contacten binnen hun segment, dat laat ook zien dat de betrokkenheid voor de merken groot is.

Sporza genereert het meeste klachten in verhouding tot het aantal vragen: 43% klachten om precies te zijn.

Bij de radiomerken ligt het aantal klachten vrij laag, enkel bij StuBru komen er gemiddeld gezien iets meer klachten binnen.

**Conclusie:** Over het algemeen ligt het aantal vragen per aanbodmerk een stuk hoger dan het aandeel klachten. Het VRT publiek wil zich vooral informeren of laten ondersteunen.



# 3 Content

## 3.1 HUMOR

Humor is iets heel persoonlijks. Dat merken we ook in de klachten die we hieromtrent binnenkrijgen.

Tijdens de Goede Week had *Iedereen Beroemd* een rubriek over ‘Het Laatste Avondmaal’. Dat werd door sommige gelovigen niet geapprecieerd:

**“Beste, de voorbije weken hebben jullie de grootste propaganda gemaakt voor Suikerfeest, iftar, Ramadan enz. Nu in de Goede Week van de christenen drijven jullie dagdagelijks de spot met Het Laatste Avondmaal. En kom niet zeggen dat het satire is. Je moest het eens doen met de Islam.”**

We hechten veel belang aan redactionele vrijheid, ook binnen de genres humor, parodie en satire. Volgens ons programmacharter is er in die context veel mogelijk. Soms kan iets ‘choqueren’ of ‘irriteren’, maar we vertrekken wel altijd vanuit ‘respect voor elk persoon’.

Eén ding staat vast: VRT zal in humoristische programma’s altijd rekening houden met iemands uiterlijk, handicap, ziekte, dood of intens menselijk lijden. We nemen wel standpunten, daden en maatschappelijke kwesties onder de loep.

In het geval van bovenstaande klacht verwijst de titel naar het iconische schilderij van Leonardo da Vinci. Dat kunstwerk is doorheen de geschiedenis talloze keren gebruikt als bron van satire, soms om onrecht aan te klagen, soms ook in een humoristische context. Er wordt in het programma niet gelachen met gelovigen of met het Christendom.

In ons antwoord verwijzen we steevast naar het [programmacharter van VRT](#).

Maar soms is de grens dun, zoals toen *De Ideale Wereld* het had over de ‘Casastrook’.

**“Beste, ik schrijf u naar aanleiding van een recent geplaatste video waarin een journalist Gaza belachelijk maakt door het te herleiden tot een woordspeling als “Casa-strook”, een naam die bewust verwijst naar een winkelketen en promoties, in een context waar mensen letterlijk gebombardeerd, vermoord, uitgehongerd en getraumatiseerd worden. Deze zogenaamde grap is niet alleen ongepast, het is walgelijk. Het is het ontmenselijken van een volk dat al maanden onder onvoorstelbare omstandigheden leeft. Het reduceren van een humanitaire ramp tot een luchtige woordspeling is geen satire, het is pure onverschilligheid vermomd als “humor”? Ik vraag me serieus af welke redactionele standaard jullie hanteren als zoiets door de beugel kan. Willen jullie schokken? Likes genereren op de rug van andermans leed? Of beseffen jullie gewoon niet wat de impact is van dit soort respectloze inhoud? Ik verwacht op z’n minst een publieke rectificatie en een duidelijke grens vanuit jullie redactie dat dit soort “humor” niet thuishoort in een samenleving waarin respect en empathie nog enige waarde hebben. Met verontwaardiging.”**

Om promotionele redenen deelt *De Ideale Wereld* stukken van hun uitzending via sociale media. Soms worden die uit hun context gerukt en verder gedeeld. Maar als je een fragment deelt zonder een degelijke omkadering, dan mis je de essentie van de bedoelde satire. Eén van de journalisten van *De Ideale Wereld* werd zelfs met de dood bedreigd. De redactie besloot om de reportage offline te halen. Toen dat gebeurd was spraken sommigen over ‘censuur’, wat niet klopte, want je kon de uitzending nog wel integraal herbekijken op VRT MAX.

## 3.2 SPORT

Het aantal klachten bij Sporza ligt verhoudingsgewijs hoog. Dat heeft een paar mogelijke verklaringen. Sport is emotie en dat merk je ook bij onze kijkers. Bij technische problemen kruipt een fan meteen in de pen. VRT zet in op een brede waaier aan bekende en minder bekende sporten, maar desondanks zijn mensen soms verontwaardigd dat hun sport of favoriete sporter niet of niet genoeg aan bod kwam.

Voor de één kunnen we nooit genoeg sport in beeld brengen, voor de ander lijkt het alsof er 'enkel nog sport op tv is'.

Afgelopen jaar waren er bijvoorbeeld de Gazaprotesten tijdens de Vuelta. Het wielercomentaar tijdens die uitzendingen werd door sommige kijkers als 'ongepast' ervaren.

**“Beste, Is het mogelijk om José De Cauwer niet meer als co-commentator in te zetten? Hij verkondigt ongebreideld zijn mening over politiek op de openbare omroep, tijdens De Vuelta, naar aanleiding van een protestactie. Hij noemt de protesteers onder andere dom. Ga werken, ga naar school? Uiteraard heeft hij recht op zijn politieke mening maar NIET in en tijdens zijn functie van co-commentator. Neem daarbij het gezever dat hij en Renaat Schotte soms zitten te verkondigen en je zapt gewoon naar Eurosport. Ze mogen alle twee eens beginnen beseffen dat ze met belastinggeld betaald worden om op een professionele manier een wielervedstrijd te becommentariëren.”**

Het was voor onze sportverslaggevers geen evidentie om te berichten over de protesten tijdens de Vuelta. Zij worden ingezet als expert en analist. In ons antwoord naar de klagers hebben we steeds benadrukt dat het geenszins de bedoeling was om de oorlog of het leed in Palestina te minimaliseren.

De commentatoren wilden enkel benadrukken dat het mogelijk gevaarlijk was voor de renners als ze midden in hun sportieve opdracht geconfronteerd werden met een actie waar zij zelf geen verantwoordelijkheid in dragen. In de uitzending werd dat ook in die context geplaatst: er werd duidelijk benoemd dat de oorlog vreselijk is. Desalniettemin waren sommige uitspraken mogelijk aanstootgevend. De journalisten zijn daar ook op aangesproken en in de daaropvolgende uitzendingen werd het onderwerp zeer omzichtig besproken.



Ook het WK Wielrennen in Rwanda zorgde voor veel vragen en klachten bij ons publiek. Sommige mensen begrepen niet dat we überhaupt verslag uitbrachten, anderen vonden dan weer dat we te veel of te weinig politieke omkadering gaven.

“Beste directie van VRT en beste Karl,

Ik luister heel graag naar het programma *Vive le Vélo*. De persbabbels, de mooie plaatjes, de historische achtergronden van de verschillende regio's en tussendoor de kritische blik op een aantal evenementen en personen. Maar hier wringt nu precies het schoentje!

Tot nu toe heb ik in de verschillende uitzendingen van *Vive le Vélo* nauwelijks iets gehoord (op een kleine vermelding na) over de organisatie van het komende wereldkampioenschap in Rwanda en de deelname van België. Als we het echt menen met de wielersport moeten alle Belgische journalisten oproepen om de deelname van België in Rwanda te boycotten. De VRT moet sowieso het geweer van schouder veranderen en de volgende dagen en weken best eens het regime van Kagame onder de loep nemen en duidelijk schetsen waarom we beter geen selectie afvaardigen. We hebben in het verleden al verschillende boycotts van landen op grote sportmanifestaties gesteund omwille van de schending van de mensenrechten, oorlog, enz.. Nu we zelf een serieus statement kunnen maken, blijft de kritische blik van het programma achterwege.

Ik verwijs naar de tekst van 11.11.11 die onlangs is verschenen.

**Ze stellen dat er een keuze gemaakt moet worden tussen het ondersteunen van een regime dat geweld financiert en het verdedigen van de waarden van de wielersport. 11.11.11 pleit voor het verplaatsen van het WK en het ter verantwoording roepen van Rwanda voor de mensenrechtenschendingen in Oost-Congo. Het zou leuk zijn moest ik een antwoord krijgen van de VRT en de organisatie *Vive le Vélo*.”**

We begrijpen uiteraard dat dit onderwerp sterke emoties oproept, zeker gezien de berichtgeving over de politieke situatie in Rwanda en de rol van het land in het conflict in Oost-Congo. Maar het is onze taak als publieke omroep om ook moeilijke en controversiële onderwerpen in beeld te brengen en daarbij verschillende perspectieven te belichten.

Bij Sporza ligt de focus in de eerste plaats op de sport, in dit geval het wielrennen zelf: de koers, de renners, de historische en culturele context van de bezochte plaatsen, en waar relevant, ook maatschappelijke thema's die met de sport verweven zijn. De redactie maakt daarbij telkens een afweging: wanneer en hoe politieke of geopolitieke context wordt aangebracht, zodat het programma zijn sportieve én journalistieke waarde behoudt.

In ons antwoord gaven we ook telkens mee dat we in het programma *Regenbogen in Rwanda* dieper ingaan op de aanloop naar het WK, de sportieve voorbereiding en maatschappelijke context van het land. Verder volgden onze nieuwsredacties de situatie op de voet, brachten ze verslag vanuit verschillende standpunten en plaatsen deze in een bredere, journalistieke context.

### 3.3 ACTUALITEIT

De klantendienst staat dicht bij het publiek en vangt daardoor snel signalen op die gelinkt zijn aan de actualiteit. Bij gebeurtenissen die maatschappelijke vragen oproepen kruipt de mediagebruiker sneller in de pen, vaak vanuit een persoonlijke verontwaardiging.

Het afgelopen jaar kregen we meldingen binnen over Tom Waes en Ruben van Gucht bijvoorbeeld. De klagers stellen het gedrag van onze VRT schermgezichten aan de kaak en ze benadrukken de voorbeeldfunctie van de publieke omroep en haar medewerkers.

Wij begrijpen dat dit soort zaken sterke gevoelens opwekken bij mensen. Het klopt dat onze schermgezichten een voorbeeldfunctie hebben. We gaan hierover regelmatig in gesprek met hen.

In het antwoord naar de klagers benadrukken we dat elke medewerker zich aan de integriteitscode van VRT moet houden. Als iemand een fout maakt dan is het schuldinzicht belangrijk voor ons. Als iemand duidelijk te kennen geeft dat hij fout zat dan verdient hij ook een tweede kans.

We zullen het belang van correct gedrag (zowel binnen als buiten de werkomgeving) blijven ondersteunen. Daar hoort ook bij dat medewerkers de wet naleven en gerechtelijke beslissingen respecteren.

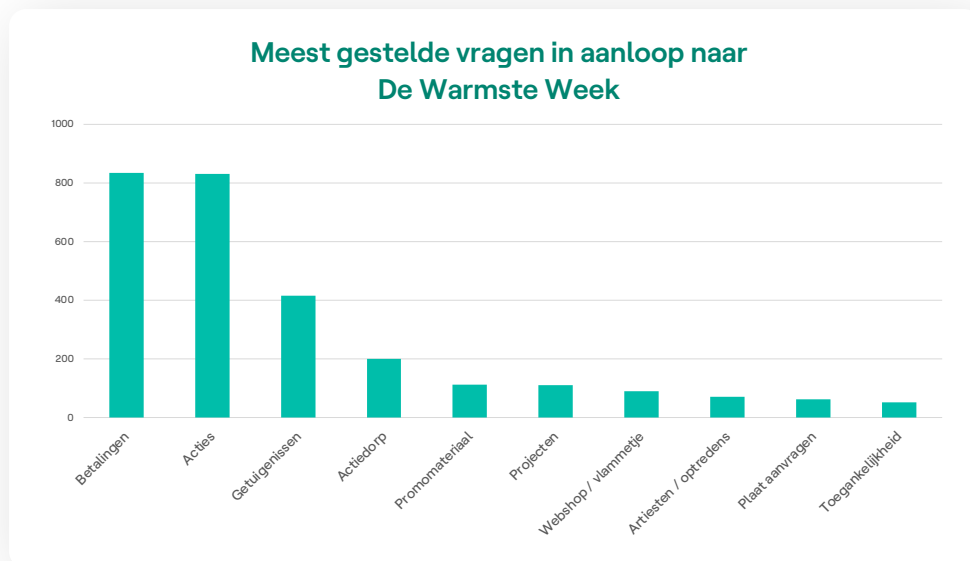
Los daarvan heeft elke medewerker ook recht op privacy: over de inhoud van gesprekken of maatregelen wordt nooit naar buiten toe gecommuniceerd.

### 3.4 DE WARMSTE WEEK

Tussen 30 september 2025 en 5 januari 2026 kwamen er in totaal 3.181 vragen binnen bij de klantendienst over De Warmste Week. Dat aantal is ongeveer stabiel gebleven ten opzichte van 2024, al is er wel 1 duidelijk verschil: het aantal vragen over betalingen nam sterk toe, van 293 naar 835.

Er werd gewerkt met een nieuw betalingssysteem en dat had duidelijk nog een paar kinderziektes. Uit de vele vragen blijkt dat het betalingsproces duidelijker en eenvoudiger moet zijn. Daar wordt dit jaar hard aan gewerkt opdat betalingen in 2026 een stuk vlotter verlopen en we zoveel mogelijk frustraties kunnen vermijden.

#### De 10 onderwerpen waar we tijdens De Warmste Week het vaakst vragen over binnenkregen:



## Inzet AI via WhatsApp voor alle praktische vragen tijdens De Warmste Week zelf.

Voor het tweede jaar op rij werd AI ingezet via WhatsApp, het was ook in 2025 een krachtig communicatiekanaal voor actievoerders, bezoekers en geïnteresseerden. Via WhatsApp werden duizenden vragen op een snelle en adequate manier beantwoord. De communicatiedrempel werd sterk verlaagd en je merkt dat onze gebruikers dat echt appreciëren.

Vanaf de start, op 15 oktober, tot op het einde van De Warmste Week werden ruim 60.000 berichten verstuurd, met een uitzonderlijk hoge openratio van 91.5%. De gemiddelde leestijd van berichten was slechts 6 minuten, er was dus een heel directe en efficiënte communicatie met ons publiek.

Via WhatsApp bereikten we 5028 unieke actievoerders en 1626 nieuwe gebruikers via de website en locatie-QR-codes. Het totaal aantal unieke contacten verdubbelde ten opzichte van 2024, van 5500 naar 11200. De strategische 'blijf op de hoogte'-groep groeide zelfs met meer dan 100% tot bijna 6800 personen.

De snelle communicatie werd duidelijk gewaardeerd, getuige de 1543 emoji-reacties. Er werden meer dan 1000 video-opnames automatisch en direct gedeeld met actievoerders, dat zorgde voor veel betrokkenheid en engagement.

De Warmste Week leeft bij vele duizenden mensen en AI speelde een essentiële rol bij het snel en correct beantwoorden van vragen, het hielp het team te ontlasten en zorgde voor veel positivisme bij ons publiek.

De meeste vragen gingen over betalingen, QR-codes en het storten van actieopbrengsten.

## Conclusie

WhatsApp bleek tijdens De Warmste Week 2025 een krachtig, betrouwbaar en gebruiksvriendelijk kanaal dat snelle communicatie, hoge betrokkenheid en efficiënte ondersteuning mogelijk maakte. In de toekomst willen we AI nog meer inzetten, voor een nog betere dienstverlening. Met al deze inzichten werken we vol vertrouwen aan een nieuwe, warme editie in 2026.



# 4

## Beroepsethische vragen

De VRT Klantendienst ontvangt jaarlijks ook vragen en klachten waarin de ethische afwegingen rond bepaalde thema's of uitzendingen in vraag worden gesteld. Deze meldingen worden mee opgevolgd door onze adviseur programma-ethiek, Ruud Hendrickx.

Ruud Hendrickx ondersteunt programmamakers ook bij een grondige en kritische reflectie over de inhoud van hun programma's. Een onderwerp kan maatschappelijk relevant zijn of sterk leven bij een bepaalde doelgroep, maar ook de manier waarop het wordt gebracht is van cruciaal belang. Daarbij staat het respecteren van de geldende beroepsethische regels en waarden altijd voorop.

Als een item of een invalshoek gevoelig ligt of als problematisch wordt ervaren, dan nemen we het commentaar zorgvuldig onder de loep, met als doel eruit te leren en onze keuzes nog beter af te stemmen op onze publieke opdracht. Uit inschattingsfouten van het verleden worden lessen getrokken... programmamakers seinen onze experts steeds vaker in en tasten af of een onderwerp of invalshoek ethisch correct aangepakt wordt.

Een paar voorbeelden:

### Maatschappelijke signalen in content en reclame

“Hallo, momenteel is er een spotje te zien met reclame voor VRT MAX. Daarin zien we een jogger op het fietspad. Dit is echt een fout signaal, een slecht voorbeeld. Joggen op het fietspad mag enkel als er geen voetpad is. In het spotje is duidelijk een voetpad te zien, naast het fietspad. Joggers op het fietspad zijn een grote frustratie voor veel fietsers. Joggers stellen zich soms agressief op ten opzichte van fietsers. Met dit filmpje lijkt het ok om te joggen op het fietspad, het is een zeer spijtige keuze van VRT. Vriendelijke groeten.”

Deze klager had gelijk, volgens onze integriteitscode moeten we altijd alle wettelijke regels volgen. Ruud Hendrickx sprak de makers hierop aan. Zij houden hier rekening mee voor nieuwe spotjes in de toekomst.

### Normalisering van drugs, alcohol en crimineel gedrag

“Als koersliefhebber ben ik een trouwe kijker van het programma Vive le vélo. Ik vind de inhoud van het programma uitstekend (verslaggeving, interviews, gasten, locatie opnames, ...) evenals vind ik Karl een inspirerende presentator. Daarenboven vind ik het fantastisch dat er werk gemaakt wordt van geldinzameling ten voordele van goede doelen, in het bijzonder ‘kom op tegen kanker’. Echter, als student geneeskunde moet ik Karl en de programmamakers op een ernstig hypocriet gegeven wijzen: elke uitzending drinkt men alcohol terwijl men over gezondheid van renners discussieert en men de kijkers complimenteert met de grote bedragen geld die zijn ingezameld voor ‘Kom op tegen kanker’. De wijn staat ostentatief op tafel, komt veelvuldig in beeld en op het einde wordt er zelfs getoast met de wijn. Dit is absoluut geen misdrijf volgens de wet, maar wel een misdrijf jegens de volksgezondheid. Alcohol schaadt de gezondheid, zelfs al is het maar 1 consumptie per dag of zelfs per week. Alcohol werkt verslavend en veroorzaakt naast talrijke gezondheidsproblemen (waaronder kanker) veel sociaal leed. Gezien we hier praten over een sportprogramma, met tevens jonge beïnvloedbare kijkers, lijkt me heden het consumeren van alcohol in het programma resoluut ongepast. VRT en Karl hebben bovendien een voorbeeldfunctie en ik hoop bijgevolg dat ze dra het ‘promoten’ van alcohol verbannen uit de uitzending. Net zoals roken tijdens een uitzending destijds verbannen werd.”

Alcohol in beeld zorgt wel vaker voor klachten bij ons publiek. We benadrukken steeds dat we als VRT niet gratis met alcohol om willen gaan. Alcohol is toegestaan in ons aanbod, als het aansluit bij het concept. Het mag nooit worden opgedrongen of geassocieerd worden met eenzaamheid, stress of troost.

Wat de gasten van *Vive le vélo* betreft: voor de uitzending wordt hen gevraagd wat ze graag willen drinken. Sommigen kiezen voor een glas wijn, anderen voor water of frisdrank. We laten hen daar vrij in. We hebben het commentaar van deze klager teruggekoppeld naar de redactie.

**“Ik dacht dat VRT o.a. een opvoedkundige opdracht had? Vandaag zie ik iedere dag promotie voor de serie *Knokke Off*, hoor ik quasi iedere dag het liedje cocaïne van Tourist Lemc. Idem met films als *Patser* en de opvolger van *Patser*. Zowel de serie *Knokke Off*, het lied van Tourist Lemc als de twee Marokkaanse filmmakers van *Patser* vergoelijken het gebruik en het dealen van drugs. En laat nu net de openbare omroep, de VRT, de promotor bij uitstek zijn van het normaliseren van drugs, door dit soort mensen, artiesten, filmmakers, zanger, veelvuldig een podium te geven in programma’s van de VRT!”**

VRT wil uiteraard onder geen enkel beding promotie voeren voor drugs. Bij het kiezen van muziek op de radio worden ethische richtlijnen gevolgd die zijn opgesteld voor al onze zenders. We promoten geen nummers die nadrukkelijk aanzetten tot racisme, discriminatie en haat. Toch kunnen alle relevante muziekstijlen aan bod komen. Ook nummers die choqueren. Soms vraagt een controversieel nummer extra context. Bij dramatisch nieuws of een ingrijpende gebeurtenis kan beslist worden om de muzieklijn tijdelijk aan te passen.

*Knokke Off* is een fictiereeks die aansluit bij de realiteit, maar hier niet altijd mee overeenstemt. Met de reeks willen we voornamelijk ontspanning brengen, de serie heeft niet als doel om een voorbeeldfunctie neer te zetten. De reeks heeft een 16+ label en is niet gericht op een jong publiek. De personages in de serie staan los van de acteurs zelf, ze vertolken een rol. Uiteraard willen we met de reeks niet aanzetten tot druggebruik of druggebruik normaliseren. In de reeks worden ook de negatieve gevolgen belicht.

### **Kinderen en kwetsbare doelgroepen onvoldoende beschermd**

**“Tijdens de 2de aflevering van seizoen 1 van ‘Stresskippen’ wordt winkeldiefstal voorgesteld als een spannend leuk spelletje. Ik zat naast mijn kinderen vol verbazing te kijken naar de reportage. Er werd eenmaal vernoemd dat je dit thuis niet mag doen en vervolgens speelde men rustig verder. Winkeldiefstal is een maatschappelijk probleem waar ook kinderen aan deelnemen. Dit voorstellen als een spannend spel tijdens een kinderprogramma op Ketnet kan echt niet.”**

We begrepen de klacht van deze ouder. Nochtans was het nooit de bedoeling om winkeldiefstal te vergoelijken of te banaliseren. Het is een fictiereeks waarin jongeren op een overdreven, vaak komische manier, omgaan met stressvolle situaties. In de bewuste aflevering wordt duidelijk vermeld dat winkeldiefstal niet kan. De speelse uitwerking van de scènes sluit aan bij het concept van het programma en kan mogelijk onvoldoende afstand nemen van de ernst van het onderwerp.

In ons antwoord bevestigen we dat deze ouder een belangrijk punt aanraakt: maatschappelijke thema’s die met kinderen te maken hebben moeten met de nodige zorg gebracht worden. We gaven de feedback door aan de betrokken makers en eindredactie.

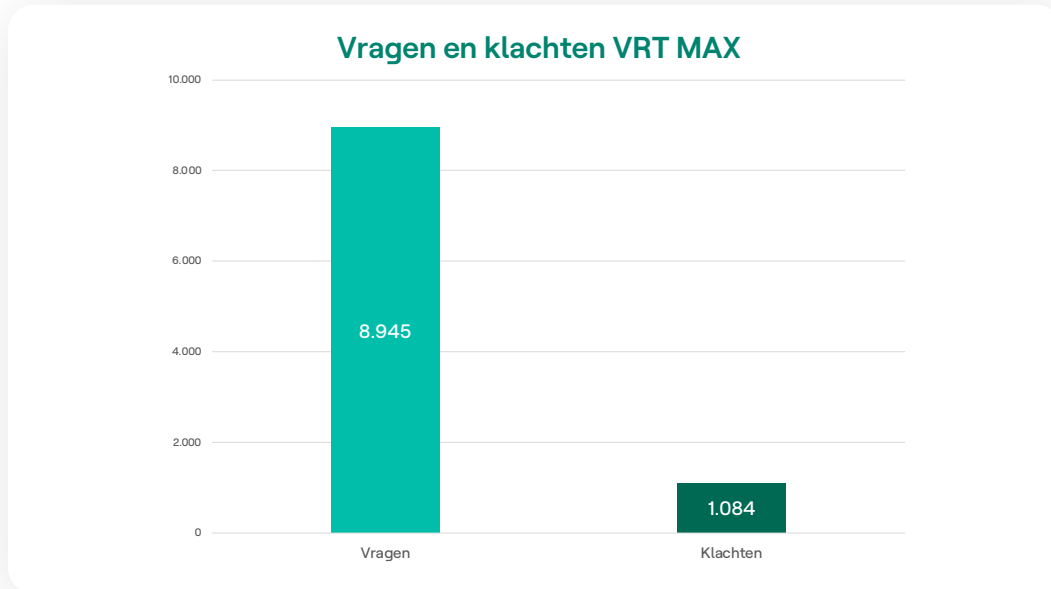
### **Verkeersveiligheid op de fiets**

**“Ik heb er problemen mee hoe Sporza video’s deelt van wielrenners die zichzelf filmen met een smartphone tijdens het fietsen. Dit is een overtreding, en als je dit op straat doet krijg je meteen een boete van de politie. Ik vind het onaanvaardbaar dat jullie gretig die content (zoals nu de video van Vanderpoel) delen, zonder het smartphonegebruik zelf maar in vraag te stellen. Hierdoor normaliseren jullie smartphonegebruik en werken jullie mee aan een slecht en vooral gevaarlijk voorbeeld.”**

In ons antwoord gaven we deze klager gelijk: smartphonegebruik tijdens het fietsen is gevaarlijk en je begaat een overtreding. Het is een terechte bekommernis dat het delen van zulke beelden de indruk zou kunnen wekken dat dit gedrag ‘onschuldig’ is.

VRT ziet hier trouwens ook streng op toe bij haar medewerkers: smartphonegebruik tijdens het rijden kan niet, ook niet voor opnames. We hanteren duidelijke veiligheidsrichtlijnen en verwachten dat iedereen die naleeft.

# 5 VRT MAX



Zoals aan het begin van dit jaarrapport gezegd blijft VRT MAX de grootste slokop wat het aantal vragen en klachten bij de VRT Klantendienst betreft: 29 procent van alle cases zijn aan VRT MAX gelinkt.

De meeste vragen zijn technisch van aard. Wij staan als klantendienst in nauw contact met de technische crew van VRT MAX, we proberen samen zo snel mogelijk een oplossing te vinden.

Vaak zijn problemen gelinkt aan het toestel van de gebruiker of moet er bijvoorbeeld iets aangepast worden aan de instellingen. Soms ligt het technisch probleem bij VRT zelf en dan is een vraag of klacht nuttig om te achterhalen wat er aan de hand is.



## **In 2025 waren dit de 10 meest gestelde vragen over VRT MAX:**

### 1. Aanbod - Kijkers hun favoriete serie is plots verdwenen van VRT MAX

**“Ik was de voorbije dagen naar het programma ‘Chantal’ aan het kijken. Nu zie ik dat het ‘niet meer beschikbaar is’ op VRT MAX.”**

De uiterste uitzenddatum staat steeds op de hoofdpagina van het programma aangegeven.

### 2. TV Koppelen - Kijkers die VRT MAX hebben geïnstalleerd op hun tv, maar problemen hebben met de QR-code

**“Wij kunnen VRT MAX op smart TV niet koppelen /scherm blijft geblokkeerd op QR- code en geen verdere stappen mogelijk. Wat nu?”**

Kijker wordt aangeraden om te surfen naar [vrtmax.be/tv](http://vrtmax.be/tv) waar je een 8-cijferige code in kan vullen, om automatisch ingelogd te worden in de app.

### 3. Kijken in het buitenland

**“Ik ben in Frankrijk en wil naar Thuis kijken maar de tv zegt dat dit enkel toegankelijk is voor Belgen.”**

Deze mensen raden we aan hun identiteit te verifiëren via [profiel.vrt.be](http://profiel.vrt.be).

### 4. Zoekfunctie/rangschikking/lay-out VRT MAX

**“Ik zoek al uren gewoon naar het nieuws maar krijg steeds het journaal laat en kan niet kiezen uit radionieuws”**

In 2025 werden al veel stappen gezet om de vindbaarheid op VRT MAX te verbeteren, maar er is zeker nog werk aan de winkel richting toekomst.

### 5. Ondertiteling werkt niet

**“Wij willen naar Thuis zien en zijn slechthorend maar zien geen ondertitels meer? Is dit weg?”**

Bij Proximus waren er een aantal weken problemen, waardoor ondertitels niet correct werden weergegeven, ondertussen is dit opgelost. Kijkers kunnen steeds gebruik maken van de knop “CC” om de ondertitels op te roepen.

### 6. Kijkers wijzigen hun wachtwoord, maar activatiemail komt niet aan

**“Ik heb mijn wachtwoord moeten veranderen maar krijg geen mail dus kan niet inloggen. wat nu?”**

De activatiemail is zeer waarschijnlijk in de spamfolder terecht gekomen: indien hij ook daar niet gevonden wordt moet de activatiemail opnieuw verstuurd worden.

## 7. Hoe gebruik ik VRT MAX?

### **“Hoe kan ik Flikken opnieuw terugkijken op mijn tv?”**

De VRT MAX app kan gedownload worden in de app store. Vervolgens dient men een gratis profiel aan te maken om daarmee in te loggen.

## 8. De chat in de radio app werkt niet meer

### **“Ik stuur al weken berichten naar Sofie maar krijg nooit antwoord. Lezen jullie dat wel?”**

De radio-apps zijn geïntegreerd in VRT MAX. Klik op “kanalen”, kies vervolgens de zender, bijvoorbeeld Radio 1 en klik dan op “stuur een bericht”.

## 9. Casten

Wanneer kijkers willen casten krijgen zij een foutmelding.

### **“Het scherm blijft rood en zegt dat ik geen internetverbinding heb”**

De modem dient opnieuw opgestart te worden en beide toestellen moeten aan hetzelfde WIFI-kanaal gelinkt zijn.

## 10. Nederlandse kijkers willen gebruik maken van VRT MAX

### **“Ik wil Thuis van gisteren zien en hoorde dat ik dat op jullie site kan maar als ik inlog zegt die dat het enkel voor Belgen is”**

Helaas is dit niet mogelijk in het buitenland zonder dat men zijn of haar identiteit heeft bevestigd in het VRT-Profiel.

# 6

## Complimenten en felicitaties

Bij onze publieke omroep staat de stem van de kijker, luisteraar en gebruiker altijd centraal. Complimenten spelen hierin een bijzondere rol.

Elke positieve reactie versterkt ons gevoel van verbondenheid met ons publiek. Het herinnert er ons aan dat we streven naar kwalitatieve, betrouwbare programma's. Complimenten geven ons energie, moedigen ons aan om te blijven innoveren en zijn een bevestiging van het harde werk van vele medewerkers.

Afgelopen jaar kregen we 630 complimenten toegestuurd, waaronder deze:

### **Onder vuur**

“Ik wil m'n appreciatie geven aan de makers van 'onder vuur'”

Ik ben zelf rolstoelgebruikster van bij m'n geboorte. Ik heb gestudeerd, gewerkt, ben moeder van twee kinderen...

Het is de allereerste keer dat ik een vrouw (Katrien) in een rolstoel op een normale manier zie functioneren: werken, een relatie hebben, kinderen krijgen...

Ik ben al zo lang aan het wachten op een positieve beeldvorming voor mensen met een beperking in een serie bij de VRT. Meestal worden ze afgebeeld als hulpbehoevend... Of het draait rond de mensen met beperking als doelgroep zoals in 'down the road'.

Hele dikke proficiat dus aan de regisseurs, schrijvers,... van deze rol!!! Doe zo verder, alleen zo gaan we een meer inclusieve samenleving kunnen creëren!!!”

### **De grote boodschap**

“Beste, ik wou hierbij meedelen dat ik jullie programma “De Grote Boodschap” zeer interessant vond. Misschien niet het meest voor de hand liggende thema - maar zoals het programma liet uitschijnen zijn er toch veel mensen die getroffen worden door een spijsverteringsstelsel dat niet optimaal werkt en er bijgevolg iets uit konden leren. Ikzelf heb er eveneens goede tips uit kunnen halen voor een betere spijsvertering. Ik vond dit alvast een heel leerrijk programma en zeer VRT-waardig; dat is in zekere zin ook wat we verwachten van de openbare omroep, dat we af en toe eens iets kunnen bijleren ;-)!”

### **Documentaires**

“Ik wil jullie graag bedanken voor het programmeren van tal van kwaliteitsvolle documentaires over diverse onderwerpen. Van 3 varkens tot Mobutu. Het is gewoonweg fantastisch en slagroom op de taart. De zender in het algemeen is zijn belastinggeld meer dan waard. Keep up the good work.”



### **De repair shop**

“Wat een heerlijk programma! Zo mooi hoe dierbare herinneringen door inzet en ongelooflijk vakmanschap (!!) een metamorfose ondergaan tot innig geluk van de eigenaars! Wat een zalig, warm programma tussen al die negativiteit die we dagelijks op ons bord krijgen...Absoluut meer van dat!!”

### **Sokpop en de klanken**

“Wat een mooi programma! Ik ben kleuterjuf 3e kleuterklas en tijdens mijn zoektocht naar ideeën voor het thema letters, stootte ik op sokpop en de klanken. Prachtig gemaakt en o zo bruikbaar in de klas!”

### **Weerbericht Bram Verbruggen**

“Het ging reeds geruime tijd door mijn hoofd, dat meteorologen als geen ander een duidelijk zicht hebben op de klimaatveranderingen. En Mr. Verbruggen heeft in zijn weerpraatje de kijker gewezen op dingen, zoals het afsmelten van de noordpool en de permafrost. Meer van deze weerpraatjes op deze manier, zijn zeker welkom voor mij. “

### **Audiodescriptie**

“Beste, als zwaar slechtziende en tevens trouwe Eén-kijker wil ik de VRT feliciteren omdat jullie Vlaamse series toegankelijker maken door middel van audiodescriptie. Tof dat jullie ook audiodescriptie voorzien hebben tijdens de MIA's. Met audiodescriptie is het voor een persoon die slechtziend of blind is veel aangener TV-kijken.”

### **Fantastische gezondheids- en financiële programma's**

“Wij willen jullie graag danken en feliciteren voor de goede, informatieve, interessante gezondheids/welzijnsprogramma's die jullie programmeren, waaronder recentelijk “Voorbij de schaamte”, “De grote boodschap”, “Menopauzia”, ...

Ook jullie financiële programma's als “De Markt”, “Andermans zaken”, “Geld gezocht”, ... vinden we fantastisch

Hopelijk blijven jullie ook in de toekomst dit soort programma's uitzenden!

Daarnaast ook veel appreciatie voor jullie nieuwsteam & factchecking.”

## Taboe

“Hallo, ik wil jullie feliciteren met het programma Taboe.

De aflevering over Gilles de Tourette was alweer heel straf.

De scène waarin Robbe minutenlang alleen op zijn kamer zijn aanval doorstaat was hartverscheurend. Maar de manier waarop Philippe Geubels met de mensen praat en vooral luistert is dan weer zo hartverwarmend.

De beelden, de montage, de afwisseling tussen de verhalen van de mensen, hun uitstapjes en de show van Geubels... het zit allemaal goed en met zorg in elkaar.

Straf ook hoe Geubels erin slaagt rond deze heikele onderwerpen zo'n goeie humor te verzinnen.

Taboe is een programma dat bijzonder waardevol is omdat het stigma's wegneemt, je heel veel begrip doet opbrengen en verdraagzamer maakt voor de situatie van de mensen. Dat is iets wat onze maatschappij heel erg nodig heeft. Dank dus daarvoor.”

## Bedankt voor muziekdocumentaires als *This is pop*

“Ik wil jullie bedanken om muziekdocumentaires als ‘This is pop’ uit te zenden. De muzieksector heeft het moeilijk met streamingdiensten die serieus onderbetalen. Kleinere artiesten hebben het niet makkelijk. Maar dit soort documentaires geven je moed en inspiratie om verder te blijven doen en nooit op te geven. Bedankt! & keep them coming!”

## Rondleiding VRT

“Geachte, als leraar muziek aan de Academie De Vonk, Oud-Heverlee hebben wij met 26 leerlingen en begeleiders afgelopen zaterdag een mooie rondleiding gekregen op de VRT. Onze gids Anne leidde ons rond in de radio- en tv-studio's en voorzag ons van heel interessante info en wist-je-datjes over de VRT. Als lerende kunstenaars kregen leerlingen ook de kans om bij Klara en MNM binnen te gaan waar ze vragen konden stellen aan de presentatoren en de uitzending live konden bijwonen. We werden hartelijk onthaald : een onvergetelijke ervaring voor onze jeugdige muzikanten. Hartelijk dank voor deze fijne namiddag.”



## ***Bommen op België***

“Ik zou de makers van “Bommen op België” wensen te feliciteren voor de uitstekende reportage over de overlevenden van de bombardementen op België in 1944. Impacterende getuigenissen over een niet zo veel besproken onderwerp, op beeld vastgelegd voor de volgende generaties.”

## ***Podcast Niemand vindt u leuk***

“Beste Jacotte,  
Ik heb afgelopen weekend de podcast “Niemand vindt u leuk” beluisterd, op aanraden van mijn psychologe. Ik wil u graag bedanken voor deze ontzettend mooie podcast. Bedankt voor de energie en moed om deze podcast te maken over een heel gevoelig en persoonlijke onderwerp.  
Het was een emotionele ervaring voor mij: ik begrijp nu dat mijn pest-verleden mij nog elke dag beïnvloedt – ik herken het plots in mijn dagelijkse gedrag en omgang met vrienden. De angst van nieuwe mensen, de nood om continue te “overperformen”, en de standaardsetting “niemand vindt mij echt leuk”. Dit patroon herkennen is een belangrijke eerste stap in de verwerking. Het deed ook goed om te horen dat er een grote groep van “lotgenoten” is en ik niet “abnormaal” ben. Ik geloof daarom dat deze podcast een ontzettend belangrijke stap is in mijn proces. Bedankt voor dit project – de impact op mij (en ongetwijfeld heel veel andere mensen) is heel groot. Bedankt, Jacotte- ik wens je het allerbeste!”

## ***Felicities voor de makers van het programma Therapie***

“Ik wil heel graag de makers van het tv-programma ‘Therapie’ bedanken en feliciteren. Een prachtig programma, dat volgens mij ook broodnodig was om het taboe rond therapie een beetje te verbreken en een inkijk te geven in wat er speelt in de hoofden van mensen. In beeld gebracht op een heel mooie en zachte manier. Hier gaan heel veel mensen iets aan hebben. Ik ben mega fan!”

## ***Alleen Elvis blijft bestaan***

“De programma’s met Thomas Vanderveken zijn van een zeldzaam hoog niveau. Ik geniet van de tijd die genomen wordt om op zoek te gaan naar enige diepgang op een boeiende manier. Wat een mooie televisie! Bedankt hiervoor. Ook “ Een nacht in het Museum” stak er bovenuit.”

## ***Alleen Elvis blijft bestaan met Reginald Moreels: tav Thomas Vanderveken***

“Mijn naam is Alain Platel. Ik ben een trouwe kijker van het programma Alleen Elvis blijft bestaan. Het is erg lang geleden dat ik nog zo gekluisterd zat aan het scherm en zo vaak tot tranen toe bewogen was. De eerste keer ook dat ik een schriftelijke reactie stuur op een programma. Voor mij persoonlijk was het een avond om niet licht te vergeten. Het relaas van Reginald Moreels was bijzonder openhartig en beklijvend en zijn oproep tot actie van onze regering m.b.t Gaza was heel duidelijk én verdomd pertinent!. Het gebeurt nog zelden dat men geen kans krijgt om gedurende twee uren afgeleid te worden door iets anders dan wat de geïnterviewde te vertellen en te tonen heeft. De eindreactie van Reginald was ook erg aangrijpend en deel ik met hem: “Dank voor uw empathie Thomas.”

## De Warmste Week

“Heel fijn dat onzichtbaar ziek zijn het thema is van de warmste week! Ikzelf heb endometriose en als 28-jarige is het soms heel moeilijk om het sociale leven te volgen. Zeker opmerkingen zoals: “je ziet er niet ziek uit” zijn echt heel moeilijk om te horen. Daarom wil ik jullie alvast nu al bedanken om dit thema te kiezen!”

## Niets te zien

“Beste Karl, uw programmaconcept was vanaf dag en reeks 1 een parel in de massa. Ik hoop dat u er nooit meer aan twijfelt (mocht u dat al ooit gedaan hebben): u doet het schitterend. Ik heb er echt van genoten en ik reken erop dat iemand u dit ook echt vertelt. Welgemeende proficiat aan u en uiteraard het hele team.”

## This is not a murder mystery

“Graag wil ik jullie proficiat wensen met deze serie, waarvan mijn echtgenoot en ik zo genoten hebben: het acteertalent, de verfilming en locaties, de muziek, het herkennen van werken van Magritte ( mijn favoriete schilder) in verschillende scènes? Heel blij hiermee. Dankjewel. Benedicte Lambrechts.”

## Tour de France

“Geachte dames heren van het Sporzateam,  
beste José & Renaat,  
Ik kijk iedere dag naar jullie verslag van de Tour de France.  
Af en toe dommel ik even weg ( maar dat ligt zeker niet aan jullie !),  
maar dan ben ik weer op tijd bij de les voor de finale.  
Jullie deskundige verslag en humor vind ik een genot om naar te luisteren!  
Ik maak me nu eigenlijk al een beetje zorgen, als de Tour straks is afgelopen, dan vallen wij wielerliefhebbers in een groot zwart gat.....  
de hartelijke groeten uit Nederland van een fan van Sporza!”



# 7

## Conclusies klachtenrapport 2025

2025 was opnieuw een bijzonder druk jaar voor de VRT Klantendienst: via de website, via mail én via de telefoon komen de vele vragen bij ons binnen. We maken er een punt van om iedereen zo snel en zo goed mogelijk van antwoord te dienen. Niet iedereen die ons een bericht stuurt blijft rustig of beleefd, sommige mensen lijken te vergeten dat je meer bereikt als je respectvol blijft. Dat maakt werken op een klantendienst niet altijd even eenvoudig, gelukkig is er ook heel veel dankbaarheid voor de manier waarop onze medewerkers vragen en klachten behandelen.

We werken graag volgens deze principes:

### **Mediagebruiker centraal**

We streven met VRT naar een optimale service voor onze gebruikers. In alles wat we maken, beslissen, programmeren, ... denken we vanuit onze publieke opdracht.

Als klantendienst is dat uiteraard niet anders: we stellen ons ten dienste van ons publiek en willen hen zo goed en zo snel mogelijk te woord staan.

Op basis van de feedback die we krijgen weten we wat er leeft: wat vindt men goed, wat ligt er moeilijk, welke uitspraken worden niet getolereerd, enz. Het geeft ons als bedrijf inzicht over de impact van onze programma's en diensten en zorgt ervoor dat we steeds alert blijven vooruitkijken, met oog op verdere verbetering waar nodig.

We zien de mediagebruiker niet als een loutere 'ontvanger' van onze content, maar als een bondgenoot waarmee we in dialoog gaan. Als een kijker of luisteraar een duidelijk signaal stuurt dan kunnen en willen we dat niet negeren.

### **VRT als betrouwbare partner**

We gaan actief aan de slag met de feedback van onze gebruikers. De VRT Klantendienst staat dagelijks in contact met programmamakers en met diverse afdelingen. Zij koppelt de opmerkingen van ons publiek naar hen terug. Op hun beurt bezorgen zij ons meer informatie, leggen ze uit waarom een bepaalde beslissing wordt genomen en doen ze aanpassingen waar nodig.

De VRT Klantendienst kan hierbij rekenen op de VRT experts inzake integriteit, inclusie, wetgeving, enz. Moeilijke vraagstukken worden met een sterk team bekeken en geëvalueerd. Dat is geen overbodige luxe, want we streven naar een zo correct en duidelijk mogelijk antwoord.

### **Echt luisteren maakt altijd het verschil**

Klachten zijn geen eindpunt, maar het begin van een dialoog. Door echt te luisteren hoor je direct of indirect waar het publiek het moeilijk mee heeft. Als er inhoudelijke opmerkingen komen dan is het belangrijk die te kunnen delen met de makers. Als er vragen komen over bijvoorbeeld toegankelijkheid of de vindbaarheid op VRT MAX dan slaan wij die niet zomaar in de wind. We delen deze info met de betrokken afdeling(en) en zij gaan er actief mee aan de slag.

Het proces is steeds on-going en ja ook bij een publieke omroep worden er al eens fouten gemaakt... maar het gaat erom dat je ze erkent en er mee aan de slag wil richting toekomst.

Ons publiek toont ons waar we moeten kijken en luisteren en verwacht dat we met een open blik en veel motivatie werken aan onze rol binnen de maatschappij.

### **Geen toekomst zonder AI**

In 2025 hebben we voor het tweede jaar op rij AI ingezet bij het beantwoorden van de vragen over De Warmste Week. Dat heeft mooie interactieresultaten opgeleverd, die zelfs nog beter waren dan in 2024. Dat betekent dat AI, als het op de juiste manier wordt ingezet, een sterke meerwaarde kan zijn.

Met die positieve resultaten in het achterhoofd hebben we in het najaar van 2025 een samenwerking opgezet om AI ook in de algemene werking van onze klantendienst te implementeren. Dit vraagt een duidelijke en voorzichtige aanpak, want we willen onze dienstverlening nooit in het gedrang brengen natuurlijk. Een antwoord moet correct uitgestuurd worden en we kunnen ons geen fouten permitteren.

We doen het stap voor stap: we zorgen eerst voor de automatisatie van een aantal geroutineerde taken en zullen stelselmatig AI inzetten bij het beantwoorden van eenvoudige vragen, binnengekomen meningen en complimenten. Ook voor een segment van de technische vragen kan AI ons richting toekomst zeker helpen om onze gebruikers nog sneller en efficiënter een antwoord te bezorgen.

### **Ook als het goed gaat streven we naar beter**

Aan creativiteit en enthousiasme geen gebrek bij onze publieke omroep: zotte programma's, leerrijke podcasts, inzet op inclusie en toegankelijkheid, innovatieve ontwikkelingen en zo veel meer... onze medewerkers gaan ervoor.

Feedback krijgen kan moeilijk zijn, maar is cruciaal als je vooruit wil: geduldig blijven sleutelen en vol dankbaarheid blijven werken aan de toekomst. Dat is het plan van VRT.



# VRT voel je overal

[Heeft u een vraag? | VRT.be](#)

[hallo@vrt.be](mailto:hallo@vrt.be)

Telefonisch bereikbaar elke werkdag tussen  
09:00 en 12:00 uur op 02/741 31 11