

PERSBERICHT – 27/08/2025

RMB en RTBF: tv-reclame nu toegankelijk met ondertiteling en audiodescriptie

RMB en de RTBF banen een nieuwe weg om reclame toegankelijk te maken voor iedereen: voor het eerst in België kunnen de reclamespots op de RTBF-zenders ook in een versie met ondertiteling en audiodescriptie verschijnen. Dankzij een gezamenlijke technische ontwikkeling van de regie en haar mediapartner, hebben adverteerders voortaan de mogelijkheid hun campagnes aan te passen voor slechtzienden en slechthorenden, en zo het bereik van hun boodschap te vergroten.

Technologische innovatie faciliteert toegankelijkheid

Al enkele jaren wordt een deel van de audiovisuele programma's op de Belgische openbare en privé-zenders uitgezonden met ondertiteling en audiodescriptie, conform het 'SMA'-decreet en het CSA-reglement 2019 over de toegankelijkheid van programma's voor personen met een zintuiglijke beperking. Tot nu toe ontsnapt reclamecontent echter aan de wettelijke verplichtingen rond toegankelijkheid. Bovendien was het voor RMB en de RTBF technisch nog onmogelijk om tv-spots met ondertiteling en audiodescriptie uit te zenden.

Onder impuls van haar reclameregie RMB, die zich inzet voor meer verantwoorde reclame op de Belgische markt, paste de RTBF zijn broadcast-infrastructuur aan om de uitzending van spots met ondertiteling en audiobeschrijving mogelijk te maken. Tegelijk heeft ook RMB zijn advertising management tools geüpdated om deze specifieke formats te kunnen ondersteunen. Deze technische vooruitgang betekent een belangrijke stap naar een reclamemarkt, die meer aandacht schenkt aan de toegankelijkheid voor en de diversiteit van het publiek

RMB en RTBF, voortrekkers van reclame voor elk publiek

Sommige internationale adverteerders, vooral in Frankrijk, zijn al verplicht om spots met ondertiteling en audiodescriptie te produceren, conform de wettelijke vereisten wat betreft toegankelijkheid van reclame in hun land. In België had het gebrek aan regelgeving tot gevolg dat er op dat gebied niets veranderde aan de bestaande situatie, zowel voor adverteerders als voor broadcasters en regies. De proactieve aanpak van RMB en de RTBF

is een nationale primeur die alle marktspelers uitnodigt om hogere standaarden te handhaven en de beschikbaarheid van reclamecontent met ondertiteling en audiobeschrijving te versnellen.

Deze ontwikkeling bouwt verder op een eerste experiment dat in maart 2025 werd opgezet met de Brailleliga en Proximus. Tijdens deze innovatieve reclamecampagne werden tv-spots met audiodescriptie uitgezonden voor alle kijkers. De campagne werd erg goed ontvangen en gewaardeerd en toonde aan dat reclame een sleutelrol kan spelen in de inclusie van personen met een zintuiglijke beperking.

Begeleiding voor adverteerders

Om deze transitie vlot te laten verlopen, kregen de RMB-teams een opleiding 'technische en creatieve uitdagingen van toegankelijke reclame'. Het doel is om de best mogelijke ondersteuning te bieden aan adverteerders die hun campagnes inclusiever willen maken en tegemoet willen komen aan de verwachtingen van een publiek dat al te lang verstoken bleef van de reclamebeleving.

Valérie Janssens, Media, Data & Tech Director bij RMB: *"Een campagne van de Brailleliga deed ons beseffen dat personen met een zintuiglijke beperking zich uitgesloten voelen van reclame. We vonden het dan ook nodig om actie te ondernemen. De technische directie van de RTBF was het helemaal met ons eens. Dankzij de nauwe samenwerking met de RTBF, is reclame op de zenders van de omroep voortaan toegankelijk voor iedereen. We hopen dat de adverteerders deze dimensie ten volle benutten in hun toekomstige creaties."*

Nog vragen? Neem contact op met:

- Valérie Janssens, Media, Data & Tech Director bij RMB: v.janssens@rmb.be