

Inschrijven: vóór 24 mei doormiddel van het sturen van een mail naar info@incompanymedia.com onder vermelding van de naam van Uw instelling of bedrijf, het aantal personen dat wij mogen verwelkomen en hun namen.

Deelname: €25 per persoon. De opbrengst gaat naar een fonds van de Health Foundation Limburg voor wetenschappelijk onderzoek naar Alzheimer bij jonge mensen. Na inschrijving ontvangt U een factuur.

De bezoekers van het seminar krijgen als tegenprestatie de DVD 'Mist' (*), de documentaire van programmamaakster Karin Hillebrand van L1 over een jonge Alzheimer patiënt.

Documentaire Mist:

Als bij vijftiger Lou Prevoo in 2004 de ziekte van Alzheimer ontdekt wordt, kan hij nog goed verwoorden wat hij vindt en wil. Hij besluit samen met zijn vrouw Wilma een camera in zijn leven toe te laten. Als naslagwerk voor zorgprofessionals en als herinnering aan betere tijden voor zijn vrouw na zijn overlijden.

Documentairemaakster en dagvoorzitter Karin Hillebrand volgt het stel uit Valkenburg bijna 5 jaar lang na de diagnose. Ze legt pijnlijk helder vast hoe de mist in Lou's hoofd dikker wordt en hoe Wilma steeds meer van haar oorspronkelijke echtgenoot moest missen.

MIST gaat over zijn strijd om het leven te begrijpen en over haar liefdevolle pogingen om hem te volgen. Een indrukwekkende L1 documentaire over de liefde tussen twee mensen die elkaar geleidelijk verliezen.

Ouderen en (sociale) media

Sprekers:

Prof. Dr. Hans Kasper
Dr. Margot van der Goot
Drs. Wessel de Valk

Voelen senioren zich serieus genomen door de media?

Kunnen sociale media bijdragen aan het welzijn van ouderen?

Hoe kunt u via het scherm effectief met bewoners communiceren?

Locatie: Kasteel Vaeshartelt
Weert 9
6222 PG Maastricht

Datum: vrijdag 11 juni
Aanvang: 14.00 uur

InCompanyMedia b.v.
Postbus 2027
6201 CC Maastricht
The Netherlands
Tel. +31 (0) 43 2010662

www.incompanymedia.com
info@incompanymedia.com

InCompanyMedia b.v.
Postbus 2027
6201 CC Maastricht
The Netherlands
Tel. +31 (0) 43 2010662

www.incompanymedia.com
info@incompanymedia.com



Terwijl jongeren al helemaal vergroeid zijn met schermen, wennen ook ouderen in rap tempo aan contact met de buitenwereld via TV en internet. Zorginstellingen moeten daarom nadenken over hun media-aanbod.

InCompanyMedia organiseert het seminar "Ouderen en (sociale) media" en wil met u en deskundigen antwoord zoeken op vragen als:

- wat wil de oudere van en met een scherm?
- hoe kunnen instellingen daar op inspringen?
- hoe bereik je ouderen effectief via TV en internet?
- wat kunnen sociale media de oudere bieden?
- hoe verenig je keuzevrijheid en gebruiksgemak?

Sprekers zijn Prof. Dr. Hans Kasper (hoogleraar Consumentengedrag van ouderen aan de Universiteit Maastricht), Dr. Margot van der Goot (communicatiewetenschapper aan de Radboud Universiteit Nijmegen), Drs. Wessel de Valk (ontwerper landelijk ouderennetwerk op internet van The Crowds).

Programma:

- 14:00 - 14:30 uur Ontvangst met koffie
- 14:30 - 14:40 uur Welkomstwoord Lucas Vroemen van InCompanyMedia
- 14:45 - 15:10 uur Prof. Dr. Hans Kasper – Universiteit Maastricht
- 15:15 - 15:35 uur Drs. Margot van der Goot – Radboud Universiteit Nijmegen
- 15:40 - 16:00 uur Drs. Wessel de Valk – The Crowds Amsterdam
- 16:05 - 16:30 uur Discussie
- 16:30 - 17:30 uur Borrel

Dagvoorzitter: Karin Hillebrand

Hans Kasper

Prof. dr. Hans Kasper is al sinds de oprichting van de economiefaculteit in 1985 verbonden aan de Universiteit Maastricht. In 1989 werd hij benoemd tot hoogleraar Marketing en Marktonderzoek. Sinds 1996 is hij ook wetenschappelijk directeur van regionaal economisch onderzoeksbureau Etil. Sinds 2008 heet zijn leerstoel 'Consumentengedrag van ouderen'.

Onderwerp Lezing:

In Nederland groeit het aantal 65-plussers de komende dertig jaar naar 4.500.000. Om deze grote groep te bereiken, het naar de zin te maken en te bewegen mogen we niet spreken van de oudere. Moderne media maken het mogelijk om diverse boodschappen over te brengen en ook weer te ontvangen. Hans Kasper legt de nadruk op het micro-perspectief: wat zijn de voorkeuren van ouderen, hoe gedragen ze zich als consument of burger? Wat betekent dit voor de mediadiensten die toegespitst zijn op ouderen? Wat kunnen instellingen met die kennis?

Margot van der Goot

Dr. Margot van der Goot is docent en onderzoeker aan de afdeling Communicatiewetenschap van de Radboud Universiteit in Nijmegen en promoveerde in 2009 op "de rol van televisiekijken in het leven van ouderen".

Van der Goot deed veel onderzoek naar mediagebruik en publiceerde ondermeer 'Older widow's television viewing' in 2009, 'Media use across the life-span' (2008), en in 2006 'Older adults' television viewing from a life-span perspective: Past research and future challenges'

Onderwerp Lezing:

De communicatieliteratuur schetst een beeld van de ouderdom als een levensfase waarin mensen wegvallende

activiteiten en contacten opvullen met passief TV-kijken. Margot van der Goot nuanceert dat eenzijdige beeld: "Ouderen van nu leven langer en anders dan hun leeftijdgenoten decennia geleden. Ze zijn vaak tot op hoge leeftijd actief, hebben veel interesses en zien kans om dingen te doen waar ze in hun werkzame leven te weinig tijd voor hadden. Die veelzijdigheid zie je ook terug in hun keuzes voor TV." Wat betekent dat voor zorginstellingen die hun media-aanbod en communicatie met bewoners tegen het licht houden?

Wessel de Valk

Drs. Wessel de Valk studeerde in 1983 af op rechten/criminologie aan de Vrije Universiteit Amsterdam en werkte als producent, regisseur en scenario schrijver voor theater, speelfilms en animatieseries ondermeer bij de VARA. In 2002 zette hij de afdeling nieuwe media op voor die omroep. Nu is De Valk mede-eigenaar van het social media bedrijf The Crowds. Voor het vergroten van loyaliteit, bereik, creativiteit, omzet en innovatie zet The Crowds alle middelen in: TV, internet, mobiel, evenementen.

Onderwerp Lezing:

The Crowds is bezig met het ontwikkelen van (sociale) mediadiensten voor ouderen. Specifiek werkt De Valk nu aan het opzetten van een landelijk ouderennetwerk (internet) dat als focus heeft 'het herstel van de sociale cohesie' in straat en buurt. 42% van de 65-plussers is online en dat biedt een scala aan nieuwe mogelijkheden. Wat heeft de bewoner van een zorgcentrum daaraan? En hoe stimuleer je ouderen om het web te benutten voor nieuwe en hervonden contacten?

