

ONDER EMBARGO TOT 17.00 UUR

- PERSBERICHT -



AFTRAP THEMAJAAR VAN TMF: DOOF WORDEN DOE JE ZO!

Tien procent van de jongeren heeft een gehoorbeschadiging

Utrecht, 26 april 2010

Vandaag heeft Willy van The Opposites in de hal van het Centraal Station Utrecht het startsein gegeven voor het themajaar van TMF: *DOOF WORDEN DOE JE ZO!*. Deze TMF Campagne is ontwikkeld in samenwerking met de Nationale Hoorstichting en wil jongeren bewust maken van de risico's op gehoorschade. Voor de campagne is een spraakmakende commercial ontwikkeld en gedurende het hele jaar besteden de TMF programma's veel aandacht aan het thema. Daarnaast is vandaag de speciale website tmf.nl/doofwordendoejezo.nl gelanceerd. Hier kunnen jongeren testen hoe zij zo snel mogelijk doof kunnen worden "Door de problematiek om te draaien en jongeren er op te wijzen hoe snel zij doof kunnen worden, proberen we hun aandacht te krijgen en ze bewust te maken van de risico's die ze nu lopen. Want je kunt nu al schade oplopen waarvan je de gevolgen pas later merkt. Wij willen graag dat je hele leven kunt genieten van muziek" aldus Laura Vogelsang, Head of MTV/TMF.

Bij de aftrap van de campagne presenteerde de Nationale Hoorstichting nieuwe verontrustende cijfers over gehoorschade onder Nederlandse jongeren. Het betreft de eerste resultaten van een 5-jarig onderzoek aan het Leids Universitair Medisch Centrum. Daaruit blijkt dat tien procent van de onderzochte jongeren tussen de 13 en 15 jaar een onherstelbare gehoorbeschadiging heeft, die zich kenmerkt door een constante pieptoon of oorsuizen. Paul Heere, campagnemanager van de Nationale Hoorstichting, is geschrokken van deze nieuwste uitkomsten: "Doorlopend piepen en oorsuizen kan heel belastend zijn. Bovendien vormen ze een vooraankondiging van een verminderd gehoor op latere leeftijd, en in sommige gevallen van een overgevoeligheid voor geluid. Dat kan niet de bedoeling zijn. De Hoorstichting pleit daarom actief voor het dragen van goede oordoppen met filters tijdens het uitgaan. Daarmee genieten je oren wel van de muziek, maar zijn ze beschermd tegen schadelijk geluid."

Sabine Uitslag, tweede kamerlid van het CDA, was bij de bijeenkomst aanwezig om haar steun te betuigen. Zij maakt zich al geruime tijd zorgen over het feit dat er steeds meer jongeren gehoorschade oplopen en pleit voor het belang van een gezamenlijk commitment vanuit het veld in samenspraak met jongeren. "Meer voorlichting is noodzakelijk. Ik omarm dit initiatief dan ook volledig", aldus Sabine Uitslag.

Willy van The Opposites is ambassadeur van de campagne. Als artiest weet hij als geen ander hoe belangrijk het is om je oren goed te beschermen. Naast Willy supporten artiesten zoals Valerius, Diggy Dex, en de dj's Gregor Salto en Billy the Klit de campagne. Valerius: "Voor ons als muzikanten is het gehoor misschien wel het belangrijkste wat er is. Daarom besteden wij veel aandacht aan het beschermen van onze oren. Door het dragen van oordoppen bij zowel onze optredens als tijdens het uitgaan, proberen wij ons gehoor te beschermen."

In de hal van het Utrechtse station konden jongeren hun risico op gehoorschade testen met behulp van de nieuwe online test op de campagnesite van TMF. Alle jongeren die meededen aan de test kregen gehoorbescherming mee van Noizezz. Deze oordopjes met geluidfilters zijn vanaf eind mei in alle Schoonenberg winkels te koop en geven goede bescherming. De campagne werd verder afgetrapt door een optreden van Billy the Klit als dj achter de draaitafels van het TMF Superchart podium.

Kijk voor meer informatie op www.tmf.nl/doofwordendoejezo.nl

- EINDE BERICHT -

Stelt u geen prijs op berichten van MTV Networks of een van onze zenders (MTV, Comedy Central, Nickelodeon, TMF)? Graag verzoeken wij u dan een email te sturen aan pers@mtvne.com onder vermelding van *afmelding*.

Noot voor de redactie: voor meer informatie en beeldmateriaal kunt u contact opnemen met:

MTV Networks

Annemiek Stijl
020-4937279
Annemiek.Stijl@mtvne.com
www.mtvnetworks.nl

MTV Networks

MTV Networks Nederland is marktleider op het gebied van muziek- en jongeren televisie in Nederland en sinds mei 2007 ook gericht op volwassenen met een 100% comedy kanaal. Dagelijks ontvangen zo'n 7 miljoen huishoudens in Nederland de zenders MTV, TMF, Nickelodeon en Comedy Central. MTV Networks Nederland is tevens actief met de digitale zenders MTV Brand New, TMF NL, TMF DANCE, TMF PURE, Nick Jr., Nick Toons Nick Hits en dit najaar Comedy Central Family. Daarnaast biedt de onderneming de mobiele tv kanalen MTV Music en MTV Snax aan via UMTS en is het mogelijk MTV Music en Nick Toons mobiel via DVB-H te ontvangen. Ook heeft MTV Networks een on demand webservice onder de naam MTV Overdrive.

Websites:

www.tmf.nl
www.mtv.nl
www.comedycentral.nl
www.nickelodeon.nl

Nationale Hoorstichting

Paul Heere Herman ten Berge
06-53233183 071-5234245
paul@lime-tree.nl herman@hoorstichting.nl

Websites:

www.oorcheck.nl
www.mp3check.nl
www.hoorstichting.nl

Noizezz

Noizezz B.V. is onderdeel van de Multi Care Systems Groep. Multi Care Systems is al jarenlang dé specialist in het ontwikkelen van hulpmiddelen voor doven en slechthorenden.

Noizezz is het resultaat van twee jaar ontwikkeling op het gebied van gehoorbescherming. De Noizezz nieuwe oorbeschermers zijn kwalitatief ongeëvenaard. Ze werken met een gepatenteerd filtersysteem dat ondanks demping van geluid ervoor zorgt dat spraak uitstekend verstaanbaar blijft. De unieke filters zijn tevens verwisselbaar zodat men de gehoorbeschermers kan aanpassen aan de benodigde demping. Daarnaast zien de gehoorbeschermers er bijzonder goed en modern uit. Een aspect dat tot nu toe altijd werd overgeslagen in de branche. Het product is dus ideaal voor de particulier en bedrijfsmatig gebruik.

Noizezz gehoorbeschermers zijn verkrijgbaar in twee uitvoeringen: op maat gemaakt en universeel.

Noizezz B.V.
Irene Boll
06-54615678
i.boll@noizezz.com

Website:
www.noizezz.com