

OC-Q

Issue No. 4 | Augustus 2021

- OCMN Agenda augustus / september 2021
- Over deze editie
- DDWohnungen GMBH Spaargeld verdamppt!
- Mirian fotografeert! - Mag ik even aan u voorstellen..
- Mooving People een nieuw label
- Een VPN biedt online privacy en veiligheid

- Promote Your Post
- Gezondheid.nl
- fit20 Nieuwegein
- Wat veel mensen niet weten over drankgebruik en restalcohol
- Lettertypen uitgelicht
- Het is echt waar; de grootste oorzaak van Winstlekkage® is Marketing!
- Macro Economische Verkenning (MEV) 2021
- Vooruitblik Nationale Vitaliteitsweek 2021





**"IF YOU
REALLY
WANT TO DO
SOMETHING,
YOU'LL FIND
A WAY. IF
YOU DON'T,
YOU'LL FIND
AN EXCUSE"**

- Jim Rohn

OCMN AGENDA AUGUSTUS / SEPTEMBER 2021

Meet Me @ Monday Morning

ONLINE

16 augustus: 08:40 - 10:00 uur

23 augustus: 08:40 - 10:00 uur

30 augustus: 08:40 - 10:00 uur

6 september: 08:40 - 10:00 uur

13 september: 08:40 - 10:00 uur

Meer [info of aanmelden](#)

OC-Q is een uitgave van

OCMN

Laagraven 5d,

3449 LG Nieuwegein

Tel: 030-8770244 / 06-25540743

Email: info@ocmn.nl

Website: www.ocmn.nl

Kvk: 30171916

Redactie en vormgeving

Peter Klink & Chantal Oosterbeek

Bereik

OC-Q wordt maandelijks online gepubliceerd en gedeeld vanuit het OCMN netwerk met een primair bereik van ca. 7.500 contactpersonen actief in het midden- en kleinbedrijf NL



In deze editie van OC-Q staan we stil bij economische zaken. Zo lees je in de inbreng van Addy de Ruiter en zijn DDWohnungen GMBH over het tegengaan van het verdampen van jouw spaargeld, door te kiezen voor een degelijk nederlands-duits alternatief. Michiel van de Watering over Winstlekkage. En met het CPB kijken we terug naar de Macro Economische Verkenning van 2021. Dit in aanloop naar Pirnsjesdag 2021.

In de vaste rubriek "Mirian Fotografeert" van MHFstudio maak je kennis met Suzan Vloet van De workshop werkplaats en vertelt Mirian Hendriks over de fotosessie met haar.

Met de aandacht voor een aantal "vitaal ondernemen" gerelateerde onderwerpen maken we een opstapje naar de september editie die in het teken zal staan van de Nationale Vitaliteitsweek van 20/9 tm 26/9. Dit met de inbreng van een aantal specialisten op dit gebied. En specifiek staan we deze augustus editie stil bij het onderwerp "Wat veel mensen niet weten over drankgebruik en restalcohol." Marion Renes. In tal van organisaties geeft zij voor Trafieq bijscholing en voorlichting over gebruik van alcohol, drugs en medicijnen en wat het effect kan zijn op de werkvloer.

In de bijdrage van Promote Your Post maak je kennis met een bijzonder concept waarmee je traffic en leads via LinkedIn tot grote hoogte kan laten stijgen.

Jasper Nijssen neemt je mee in de wereld van lettertypen. Daar zit meer achter dan dat je zo zou denken.

Wij wensen je veel leesplezier, inspiratie en zonnige vakantiedagen waar je ook bent.

Met hartelijke groet,
Peter Klink & Chantal Oosterbeek
OCMN Management - Redactie OC-Q

OC-Q Magazine

Publicatie- en advertentietarieven 4e kwartaal 2021

- per enkele pagina € 250
- per spread, twee aaneensluitende pagina's €375
- advertentie volledige pagina € 125
- advertentie halve pagina € 75

Tarieven exclusief btw. Betaling per factuur vooraf.

Aanlevering content vóór de 10e van de maand in pdf is prima.

AGENDA AUGUSTUS / SEPTEMBER 2021

MEET ME @ MONDAY MORNING

Maandag 16 augustus
08:40 - 10:00 uur

16

MEET ME @ MONDAY MORNING

Maandag 30 augustus
08:40 - 10:00 uur

30

MEET ME @ MONDAY MORNING

Maandag 13 september
08:40 - 10:00 uur

13

MEER INFO?

mondaymorning.network

23

MEET ME @ MONDAY MORNING

Maandag 23 augustus
08:40 - 10:00 uur

06

MEET ME @ MONDAY MORNING

Maandag 6 september
08:40 - 10:00 uur

20

MEET ME @ MONDAY MORNING

Maandag 20 september
08:40 - 10:00 uur

Met een belegging in **Duitse woningen**

haalt u een degelijke en stabiel
rendement voor uw cliënten.

Spaargeld verdampt?

Nederlanders hebben wel 487 miljard euro op spaarrekeningen gestald (publicatie Nederlandse Bank januari 2021). Echter, bij een bedrag van 100.000 euro verdampt er ongeveer in 5 jaar 8.500 euro aan inflatie, lage- of negatieve rente en belastingen (onderzoek gepubliceerd door Telegraaf januari 2021)! En dat op basis van de huidige inflatiecijfers. De werkelijke inflatie zal waarschijnlijk een stuk hoger uit gaan komen. Daarmee wordt beleggen interessant!

Beleggen in Duits vastgoed!

Nu is er de mogelijkheid om te beleggen in Duits vastgoed. Investeren in woningen is veel minder fluctuerend en risicovol van aard. In Duitsland is er nog steeds een schaarste aan huurwoningen. Vastgoedwaarde en huurprijzen ontwikkelen zich positief en zijn stabiel stijgend. Goed voor interessante en meer voorspelbare rendementen.

Interesse?
meld aan
voor lunch
presentatie
september

Let op! U belegt buiten AFM-toezicht.
Geen prospectusplicht voor deze activiteit.



DD Wohnungen GmbH, een Duits bedrijf met Nederlands management, heeft al meer dan 10 jaar ervaring en staat u hiermee graag van dienst.





Waarom beleggen in Duitse woningen?

Duitsland is een van de sterkste en grootste economieën in Europa en daarmee een sterk werkgevers land. Ten opzichte van Nederland (30%) is Duitsland veel meer een huurmarkt (ongeveer 48% van de Duitse bevolking huurt een woning). Vandaar dat er relatief veel wooncomplexen zijn, met vele huurders en dito goede huurinkomsten.



*Interesse?
meld aan
voor lunch
presentatie
september*

Vooral in de grote steden zoals Berlijn, München en Düsseldorf is de waarde van het vastgoed aanzienlijk gestegen. In de plaatsen rondom de grote steden zijn echter ook nog steeds goede rendementen te behalen op basis van aankoop en verhuur.

Waarom in Duitsland investeren? In vergelijking met Nederland is de vastgoedmarkt in Duitsland "niet zo overspannen". Een overspannen situatie, zal een negatief effect hebben op het rendement.

De aanschafwaardes zijn interessant om in te investeren, terwijl de huren eveneens stabiel stijgen. Dankzij een goede analyse van de markt kan DD Wohnungen GmbH voor een goede prijs- en huurverhouding aankopen en daarna desgewenst ook weer goed verkopen.



Let op! U belegt buiten AFM-toezicht.
Geen prospectusplicht voor deze activiteit.



Nog steeds geen einde aan de positieve stabiele hausse in de Duitse woningmarkt.

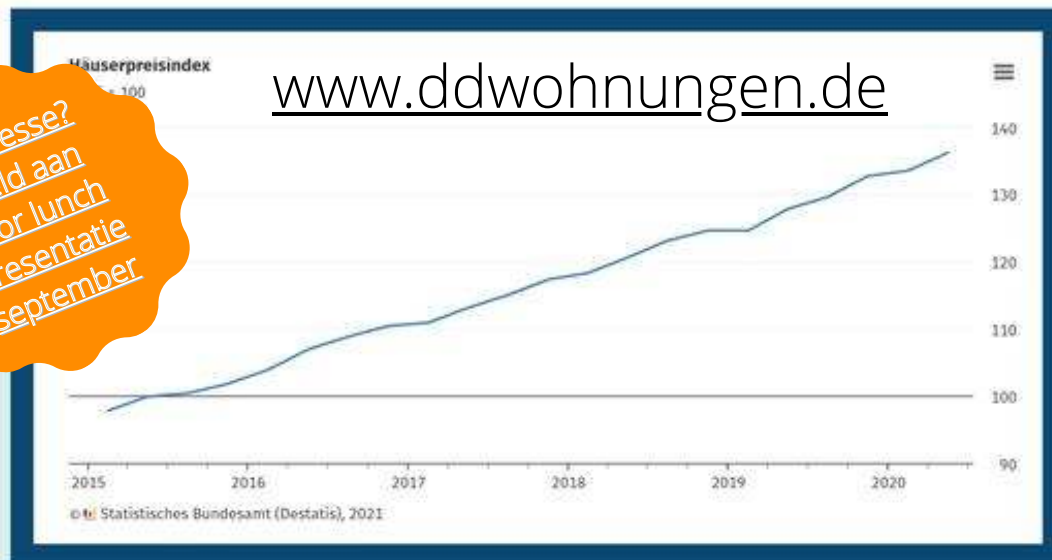
De Duitse vastgoedmarkt bloeit al zo'n 10 jaar, zelfs in het crisis jaar 2020. Volgens het Duitse Federaal Bureau voor de Statistiek waren de huizenprijzen in het 2020 gemiddeld 6,6% hoger dan in het jaar er voor, zowel in de stad als op het platteland. In de zeven grootste metropolen - Berlijn, Hamburg, München, Keulen, Frankfurt am Main, Stuttgart en Düsseldorf - stegen de prijzen voor een- en tweegezinshuizen gemiddeld met 9,5%. Appartementengebouwen stegen binnen een jaar met 7,4%. In de andere grote steden met 100.000 inwoners of meer stegen de huizenprijzen met 8,3% en die voor appartementengebouwen met 9,3%. Ook in dunbevolkte landelijke gebieden werd residentieel vastgoed duurder: daar stegen de prijzen voor woningen met 6,1% en voor appartementen met 4,9%.

Woningnood: volgens experts is er tot 2030 een tekort van 1,5 miljoen woningen in Duitsland.

Hiervoor zullen de nodige nieuwbouwprojecten gerealiseerd moeten worden.



De Deutsche Bank heeft in maart 2021 een Immobiliën rapport uitgebracht en verwacht de aankomende 10 jaar een waardestijging van 2,4% per jaar.



Interesse?
meld aan
voor lunch
presentatie
september

Let opt U belegt buiten AFM-toezicht.
Geen prospectusplicht voor deze activiteit.



Mirian fotografeert!

Mirian Hendriks is professioneel fotograaf. Zelfs na de 'selfie-ontwikkeling' hoort ze nog steeds: "ik sta nooit mooi op foto's". Haar antwoord hierop is stevast: "Dat komt omdat je nog nooit hebt geleerd hoe je mooi op de foto kan staan." Met instructies en oog voor haar klant weet zij de essentie van elk persoon vast te leggen; voor krachtige, authentieke en prachtige portretten



Mag ik even aan u voorstellen...



Suzan Vloet

De workshop werkplaats

Het eerste wat je opvalt aan Suzan zijn haar ogen. Prachtige donkere kijkers, die je rustig aankijken. Afwachtend ook. Ze heeft jarenlang veel mensen begeleid als coach voor stiefouders. In alle rust en met luisterend oor leefde zij zich in de situaties in, om daarna door middel van prikkelende vragen tot de kern te komen.

Suzan kan als geen ander naast je komen zitten en orde in je hoofd scheppen. Je hebt een idee, ziet het zelfs voor je, maar hoe je daar precies moet komen is nog onduidelijk. Suzan stelt de goede vragen, maakt creatieve suggesties, toetst of haar invulling bij jou past en samen kom je tot een geweldig plan

Deze vaardigheden gebruikt ze nu in haar nieuwe start-up 'De workshop werkplaats'. Bij een nieuw bedrijf horen nieuwe (profiel-)foto's, en zo kwam Suzan bij mij. In haar kantoor, tussen haar boeken, viltstiften, gezellige snuisterijen en kleurrijke meubels hebben we een fotoreportage gemaakt. De lichtinval was perfect en de kleuren in haar kantoor passen perfect bij elkaar. We hebben eerst besproken wat ze vooral 'in beeld' wilde hebben; welke facetten van haar bedrijf belangrijk zijn en wat haar werkwijze is. Hierdoor kunnen potentiële klanten precies zien wat ze kunnen verwachten in de workshop werkplaats.

De fotoserie laat dit zien: ontspanning, doelgerichtheid en vooral een kleurrijk proces. Net als tijdens haar stiefcoach-jaren staat Suzan naast jou, werkt samen met jou en zet een koers uit die jij wilt inslaan. De workshop die jullie samen ontwerpen is helemaal van jou, omdat je zelf aan de slag gaat. Creativiteit, een uniek programma en authentieke workshop zijn gegarandeerd!

Wat Suzan over haar bedrijf vertelt:

Ik help ondernemende professionals om van hun expertise een sprankelende workshop te bouwen. Zowel enthousiaste ZZP'ers als gemotiveerde professionals in dienst kunnen bij mij terecht. Een workshop bouwen geven is geen hogere wiskunde. Het is zelfs superleuk om te doen!

Waarom een workshop? Omdat het een geweldige manier is om je kennis in één keer aan een groter publiek mee te geven. Je breidt je dienstverlening uit door workshops te gaan geven. En dat levert weer veel leuke nieuwe klanten op, tenminste, dat is mijn ervaring!

Mijn motto: stroop je mouwen op en hup, aan de slag!

In twee live trainingsdagen leren ondernemende professionals hoe je een goede workshop ontwerpt, bouwt, vult met prikkelende oefeningen en mooitmaterialen. Daarnaast er is ook veel aandacht voor het geven van een workshop. Hoe sta je voor een groep? Hoe ga je om met leuke en lastige vragen? En wat doe je als je uitloopt of misschien veel te vroeg klaar bent?

Door in kleine groepen te werken (3-8 deelnemers) is er veel tijd & individuele aandacht en bouwen we de workshop ter plekke op. Na die twee live dagen ben je klaar om je workshop te geven en, indien je ondernemer bent, te verkopen. Daarnaast zijn er 6 online modules ter voorbereiding van de twee live trainingsdagen, die doe je lekker in je eigen tijd en tempo.

Met 25 jaar trainingservaring heb ik veel gezien, veel gedaan en voor vele hete vuren gestaan. Ik gun anderen ook de lol van het staan voor de groep en mensen in beweging krijgen. Maar vind je het spannend, dan is het handig om eerst iets met je podiumangst te doen. Laat ik daar nou net een gratis les voor hebben. Check www.deworkshopwerkplaats.nl/gratis voor deze leuke korte les!

Uiteraard geef ik met veel plezier ook incompany trainingen en workshops op het gebied van samenwerking en communicatie. Ook zijn interne train-de-trainer trajecten mogelijk.

Jouw gezicht = jouw bedrijf

Jouw bedrijf staat voor kwaliteit, uniekheid, karakter en betrouwbaarheid.

Laat
jouw huidige
profielfoto dat nu ook zien?

Vaak gun je jezelf de tijd er niet voor. Schiet het er bij in. Maar potentiële klanten beslissen binnen 3 seconden of ze zaken met je willen doen.

En als je weet dat MHFstudio naar jouw bedrijf toe kan komen, het je maximaal 1 uur van je tijd gaat kosten en je jouw bedrijf hiermee professioneel in de kijker zet.....

Meer informatie? Kijk op www.mhfstudio.nl/zakelijke-portretten

Een 1e indruk maak je maar 1 keer



Mirian Hendriks
FOTOGRAFIE

BEVLOGEN ONDERNEMEN MET POSITIEVE MEDEWERKERS



moovingpeople.nl

Wat Mooving People voor jouw team en bedrijf kan betekenen:

1 Meer energie, meer rendement

Vitale medewerkers vol positieve energie zijn productiever. Ze oefenen een geweldige aantrekkingskracht uit op collega's en klanten. Gefocust en proactief lopen ze graag een stapje harder. Ze zijn het ultieme visitekaartje voor jouw bedrijf.

2 Wendbaar en open-minded

Je medewerkers ervaren een opgeruimd hoofd en hart. Ze gaan beter om met stress en tegenslag en zitten lekkerder in hun vel. Omdat hun zelfvertrouwen toeneemt, worden ze meer open-minded en oplossingsgericht. Een must om optimaal te presteren in een snel veranderende wereld.

3 Bevlogen, positieve medewerkers

Je teamleden ervaren meer plezier in hun leven en weten wat hun unieke bijdrage is. Ze committeren zich aan de bedrijfsdoelen en dragen maximaal bij aan het wij-gevoel. Met als resultaat: een winnend team dat er helemaal voor gaat!

En dat is nog lang niet alles. Lees verder en ontdek wat het programma nog meer oplevert.

Voor wie? Voor organisaties die willen bruisen en dankzij een bevlogen team nog succesvoller willen worden.

*Mooving People is een nieuw label van Desiree Dankers in samenwerking met Berry Koeleman

De winst? Nog succesvoller ondernemen, nog meer rendement.

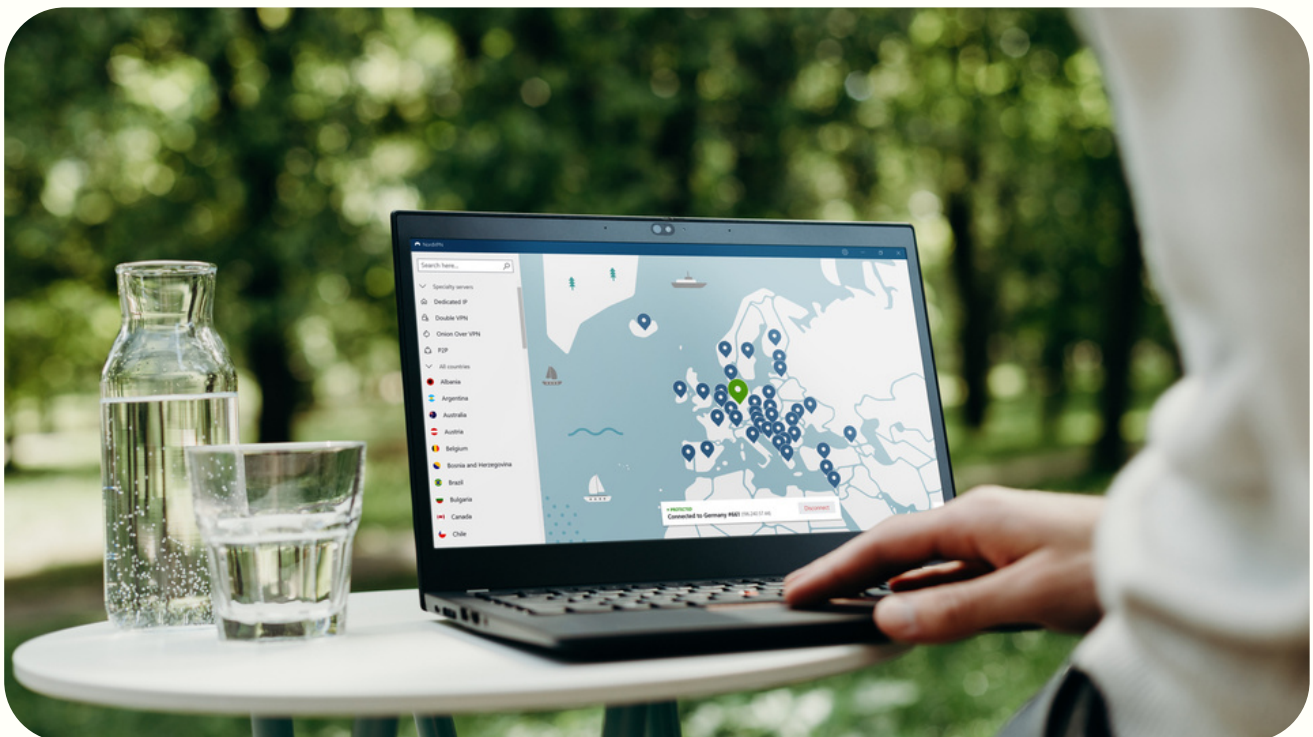
Een VPN biedt online privacy en veiligheid

De afkorting VPN staat voor Virtual Private Network. Door VPN-software op je computer, tablet of smartphone te installeren, kun je een beveiligde verbinding met een ander netwerk tot stand brengen. Een online VPN creëert een versleutelde virtuele tunnel tussen je apparaat en een VPN-server om je gegevens veilig te versturen en maskeert je IP-adres. Zo kunnen je surfactiviteiten niet door anderen getraceerd worden en kun je van echte online privacy genieten.

Het is belangrijk om jezelf met een VPN te beschermen, omdat het internet geen veilige plek is. Het stelen van gegevens is big business voor cybercriminelen. Door een betrouwbare VPN-dienst zoals NordVPN te gebruiken, kun je een digitaal fort rondom je online activiteiten bouwen.

Met een VPN kun je bovendien geografische restricties omzeilen door via veilige servers in andere landen met het internet te verbinden. Zo kun je zonder beperkingen streamen en waar je ook bent van je favoriete films en tv-programma's genieten.

Wil je jouw privacy beschermen?
Kies dan voor de aanbieding van NordVPN
(OCMN is affiliate van NordVPN)



Vergroot je bereik, laat je netwerk groeien!



- × Op zoek naar meer “bekendheid” op Social Media?
- × Wil je meer Likes of Reacties op door jouw geplaatste berichten?
- × Wil je een groter bereik voor je product en/of dienst?

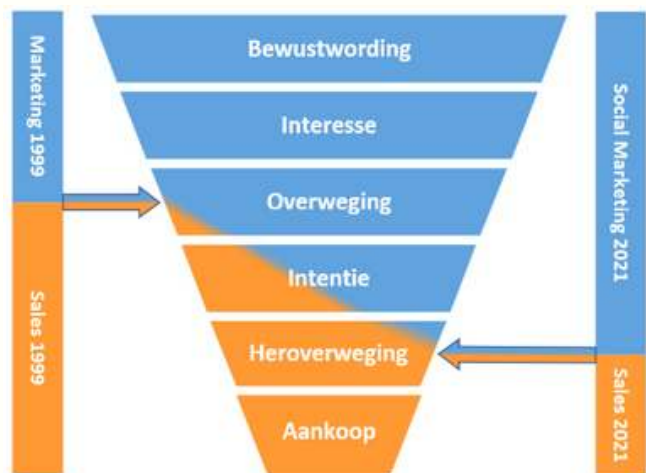
Promote Your Post kan je daarmee helpen en ondersteunen.

Wij bieden een platform waarmee je op organische wijze meer interactie krijgt op door jouw geplaatste berichten en meer contacten opbouwt in jouw Social Media netwerk.

Het werkt echt wel anders!

Tijden veranderen door de middelen die beschikbaar zijn en nog komen. Hoe ondenkbaar was het in de jaren 90 dat iemand een auto zou kopen zonder een showroom bezoek. Heden ten dage worden bijvoorbeeld Tesla's en Volkswagens ID series verkocht zonder in een showroom te hebben gestaan. Dat alles door een goede Social Media campagne.

Anno 2021 kun je met Social (media) Marketing veel (dure) verkoop tijd besparen of anders gezegd, je verkoop(capaciteit) anders inzetten.



Resultaat:

Hiervoor hebben we twee diensten ontwikkeld, Comment 2 Promote & Like 2 Promote.



Een Comment 2 Promote abonnement is het uitgangspunt van Promote Your Post als het om kwaliteit van de impact van je Post gaat. Samen met één of meerdere Like 2 Promote abonnement(en) ben je dagelijks actief op je Social Media en kun je je bereik uitbreiden.

Een Comment 2 Promote netwerkgroep heeft 20 leden, elk lid geeft een Comment op jouw Post. Een Comment is waardevoller dan een Like, een verhouding van 4 tot 6 Likes op 1 Comment is een mooie combinatie.



Met een abonnement op Like 2 Promote kun je het bereik van je Post vergroten. Dit is van belang bij het “ontginnen” van nieuwe markten vanuit jouw perspectief. Je kunt Like 2 Promote zelfstandig inzetten, of in combinatie met Comment 2 Promote. Vanuit een kwaliteitsoogpunt is een combinatie van één Comment 2 Promote met 2 tot 6 Like 2 Promote abonnementen te combineren.

Wil je meer informatie of meedoen dan kan je dat aangeven met dit [contactformulier...](#)



Kenmerken van LinkedIn nog even op een rij:

Het LinkedIn abonnement is bedoeld voor leden die zich met name richten op de B2B markt en producten en/of diensten willen promoten.

- Ruim 5 miljoen gebruikers in Nederland ouder dan 14 jaar
- Ruim 1 miljoen dagelijkse gebruikers (21%) en groeiende
- Ruim 675 miljoen wereldwijde gebruikers
- Zeer geschikt voor B2B markten om Producten en/of Diensten te promoten

LinkedIn is het Social Media kanaal dat vrijwel voor iedereen geschikt is, daar hoeft je merk / brand geen specifiek eigenschappen voor te hebben.

De content die op LinkedIn geplaatst wordt, is op zakelijkheid gericht, vakantiefoto's, kook & bak recepten, etc. zijn hier niet te vinden of worden als ongepast beschouwd. LinkedIn staat synoniem voor professionaliteit. Mensen en merken die zich niet aan de “regels” houden, worden vaak door andere gebruikers gecorrigeerd.

Dus wil je contacten met je connecties onderhouden houd je aan de regels en je zult merken dat LinkedIn het perfecte Social Media platform voor deze doelstelling is.



Ben jij onze nieuwe
frisse partner?

gezondheid.nl

Elke dag beter worden.

Stappen zetten naar een gezondere wereld.

Doe je mee?

Onze ambitie is stevig: het grootste gezondheidsplatform van Nederland worden. We bouwen aan een brede community die ervoor zorgt dat we een verschil maken. Met de loep op preventie. Aandacht voor initiatieven en technologieën die anders onderbelicht blijven. Met juiste informatie en aanbiedingen, toegespitst op jouw gezondheid. Een platform dat er daardoor ook voor zorgt dat gezondheidszorg menselijker, slimmer en goedkoper kan.

Daar hoort ook een stevige organisatie bij. Niet groot, maar doordacht. Om onze ambitie waar te kunnen maken, willen we versneld groeien.

M

Gezondheid Media Huis

We maken content en campagnes. Exposure. Ook voor anderen. Onze kanalen staan klaar om voor jouw bedrijf of merk scherpe (branded) content en campagnes uit te zetten. Waarbij we ook de kanalen meten en analyseren. Wat kunnen we voor jou creëren?

D

Gezondheid Deals

Op Gezondheid.nl bereiken wij iedereen die met zijn of haar gezondheid bezig wil zijn. Ons forum en het platform 'mijngezondheid' zijn in ontwikkeling. Daar horen slimme deals bij. Deelgenoten (leden) profiteren van mooie gezondheid-aanbiedingen. Van merken, producten, diensten of services die passen bij onze ambitie. Van partnership tot affiliate. Er is veel mogelijk. Wat kan jij aan diensten en services bieden, die we gezamenlijk uitdragen?

G

Gezondheid Groeigeld

Gezondheid.nl zoekt groeigeld. Om IT, development en marketing naar een next level te tillen. Weet jij de juiste deur te openen naar de juiste financiering. Met mensen of organisaties die bij ons passen?

Gaan we samen werken aan betere en slimmere gezondheid?

Laat het ons weten: samenwerken@gezondheid.nl

Gezonde groet,

Robbert Meulenveld
Managing partner



gezond blijven, beter worden

Maak kennis met fit20



Heb je te weinig tijd om te sporten? fit20 is ervan overtuigd dat naast het drukke leven, dat je ook met 20 minuten sporten per week fit kunt worden.

Fit in 20 minuten per week. Jij denkt: te mooi om waar te zijn. Wij en onze ruim 15 duizend klanten wereldwijd weten al ruim 10 jaar het tegendeel. Verdeeld over 140 vestigingen wereldwijd, waarvan ook studio's in house binnen grote bedrijven als Siemens en Ahold, is fit20 dé meest effectieve en efficiënte gezondheidstraining die er is. Een reden als "geen tijd" om niet aan je fitheid te werken kan dus direct de prullenbak in.

Hoe druk je ook bent, even 20 minuten high intensity trainen tussen afspraken door is voor iedereen in te passen. De high intensity is absolute noodzaak en het geheim achter het effect van de fit20-training. In een notendop is het principe: nét over de grenzen van je kunnen trainen op professionele krachtapparatuur. Zo geef je je lichaam een zeer sterke prikkel om zich op allerlei vlakken te verbeteren: kracht, fitheid, weerstand, lenigheid, en ja: óók je conditie.



Oud-topschaatser Mark Tuitert zei daar laatst in een interview over: 'Je kunt iedere dag behoorlijk hard trainen. Iedere dag een zeventje. Maar het is effectiever als je één keer per week traint op een tien. Met heel grote piekbelasting stimuleer je je lichaam om heel grote aanpassingen te doen.'

Wat de training nog tijdsefficiënter maakt? Het feit dat je je niet hoeft om te kleden; in onze gekoelde ruimte zweet je niet. Niet zweten, echt waar? Jazeker: hoewel je dus high intensity traint, zijn de oefeningen in slow motion, waardoor de transpiratie niet op gang komt en de training ook zeer veilig is voor alle niveau's en leeftijden. Op deze manier trainen kan alleen onder begeleiding van deskundige trainers die specifiek zijn opgeleid om deze training te geven. Zij helpen je de training correct uit te voeren en slepen je door de moeilijke momenten heen, want die ga je in die 20 minuten zeker tegenkomen. Je traint op afspraak, alleen of samen met maximaal 1 ander persoon. Het trainen doe je gefocust en in een rustige omgeving, volledig veilig op het gebied van afstand houden en ventilatie.

In het kader van Vitaal Ondernemen is een fit, gezond en energiek lichaam een absolute noodzaak. Zowel voor de ondernemer zelf om het drukke bestaan als ondernemer het hoofd te bieden, als voor de werknemers. Het ziekteverzuim in Nederland is al jaren stijgende en stijgt zeker in deze tijd tot recordhoogtes. Een fit en gezond lichaam is weerbaar en heeft een veel beter functionerend immuunsysteem: bij in company fit20 studio's werd tot een halvering van het ziekteverzuim bereikt onder de deelnemers.



We kunnen je nog heel veel meer vertellen over de voordelen van de fit20 training, maar uiteindelijk geldt het principe: doen = geloven. Als ondernemer binnen het OCMN netwerk kan je gebruik maken van twee gratis trainingen, geheel vrijblijvend.

Onze studio's binnen het werkgebied van OCMN zijn Nieuwegein en Utrecht-Zuid:
<https://fit20nieuwegein.nl/> en
<https://fit20utrecht-zuid.nl/> .

Graag nodigen we je uit voor een geheel vrijblijvende kennismakingstraining. Neem vooral contact met ons op via de contactgegevens hieronder:

fit20 Nieuwegein
Kantoor Zoomers
Zoomstede 13a
3431 HK Nieuwegein
030 - 7400030
nieuwwegein@fit20.nl

fit20 Utrecht Zuid
Kantoor de Winthont
Winthontlaan 6
3526 KV Utrecht
030 - 7604179
utrecht-zuid@fit20.nl



Wat veel mensen niet weten over drankgebruik en restalcohol

Sinds 2001 is Marion Renes werkzaam als ZZP-er/trainer op het gebied van gedragsverandering en communicatie. Dit doet zij onder andere in de gezondheids- en welzijnssector, gemeente en onderwijs onder de naam Bouwen Aan Teams. Ze is ook als ZZP-er verbonden aan een aantal trainingsbureaus

Een veelzijdige, interessante en bovenal zeer fijne opdrachtgever is Trafieq. (www.trafieq.nl) Een bureau dat onder andere mensen in beweging brengt om zelf meer verantwoordelijkheid te nemen voor veiligheid, gezondheid en samenwerken. Ook geeft Trafieq organisaties advies en begeleiding over ADM beleid. Tevens zijn zij landelijk uitvoerder van de wettelijk verplichte educatieve maatregelen. (LEMA, EMA en de EMG) Zij doen dit samen met zo'n 60 ervaren trainers waarvan Marion Renes er 1 is.



In tal van organisaties geeft zij voor Trafieq bijscholing en voorlichting over gebruik van alcohol, drugs en medicijnen en wat het effect kan zijn op de werkvloer. Maar ook met betrekking tot het gebruik ervan in combinatie met deelname aan het verkeer. Nascholing voor beroepschauffeurs (Code 95) is daar een voorbeeld van.

Bent u bijvoorbeeld wel eens onder invloed aan het werk geweest of heeft u wel eens onder invloed aan het verkeer deelgenomen?

Een vraag waar mensen veelal, soms wat lacherig maar meestal volmondig, met een nee op antwoorden. Of een voorzichtige bekentenis uit een jeugdig verleden.

Zo'n 89% van de Nederlanders gebruikt regelmatig alcohol. Was alcohol vroeger nog een luxe middel dat vooral bij feesten en in weekenden werd gebruikt, de laatste decennia drinkt een groot deel van de Nederlanders ook doordeweeks of soms dagelijks alcohol.

Doordat het niet gewoon is om onder invloed op het werk te komen of aan het verkeer deel te nemen is bij iedereen bekend. De 'glaasje op' en BOB campagnes zijn bij iedereen onder de aandacht. Ook weten de meeste verkeersdeelnemers dat het toegestane promillage 0.2 promille alcohol voor de beginnend bestuurder en 0,5 promille alcohol voor de ervaren bestuurders.

Maar weet u hoeveel glaasjes je eigenlijk kunt drinken om onder deze promillages te blijven en zonder problemen een blaastest te kunnen doorstaan? Of wellicht nog belangrijker: veilig thuis of op uw werk te komen?

En weet u misschien ook hoeveel je de dag of avond ervoor kunt drinken om onder deze promillages te blijven?

Om deze vragen trefzeker te kunnen beantwoorden heeft u kennis nodig over opbouw en afbraak van alcohol in het lichaam én moet u kennis hebben over de standardeenheden alcohol.

Een standaardglas alcohol is:

250 cc bier, 100 cc wijn of 35 cc sterke drank.

In deze glazen zit eenzelfde hoeveelheid alcohol en levert een promillage op van 0,2 en voor de mannen en 0,25 voor de vrouwen.

Wat erin gaan moet er ook weer uit! Een belangrijke vraag is dan ook: Hoe lang heeft het lichaam nodig om alcohol weer af te breken?

Ook hier zien we weer een verschil tussen de mannen en vrouwen. Mannen hebben per standaardglas gemiddeld 1.5 uur en vrouwen gemiddeld 2 uur nodig om dat ene glaasje weer af te breken.

Flesje bier	= ± 1.25 standaardglazen
Blikje bier	= ± 1.5 standaardglazen
Fles wijn	= ± 7.5 standaardglazen
Fles sterke drank	= ± 21 standaardglazen

inhoud
alcoholpercentage



300 cc
5 %



330 cc
5 %



750 cc
12-15 %



750 cc
30-60 %

inhoud
standaardglas



225 cc



225 cc



100 cc



35 cc

En dan nu de praktijk

We verplaatsen ons even naar een bezigheid waar we dit jaargetijde zo van houden, de barbecue. Gezellig samen met vrienden genieten van lekker eten en een drankje.

Stel: U drinkt 6 biertjes of 5 glazen wijn.

Het bier is thuis vaak geen glaasje maar een blikje. 1 Blikje is dus 1,5 standaard glas ook wel eenheden genoemd. Dus 6 blikjes is 9 eenheden alcohol met een afbraaktijd van 9 eenheden x 1,5 uur = 13,5 uur voor mannen en ruim 18 uur voor vrouwen.

Een glas wijn is thuis zelden 100 cc maar vaak 150 cc. (Ik nodig u van harte uit om dit thuis eens te testen met een maatbeker en uw gebruikelijke wijnglas.) Dit betekent dat je met 5 glazen wijn 7,5 eenheden alcohol drinkt met een afbraaktijd van 7,5 eenheid x 1,5 uur = 11,25 uur voor mannen en 15 uur voor vrouwen.

's Avonds gaat u keurig lopend of met een BOB richting huis. Tot zover geen probleem.

Maar de dag erop moet u wel om 8 uur in de auto naar uw werk of met de kinderen richting het voetbalveld of school. Dit is waar veel mensen ineens beseffen dat zij met enige regelmaat met drank op hebben gereden of gewerkt.

In onze (L)EMA's (lichte) educatieve maatregelen alcohol komen wij deze mensen regelmatig tegen. Bij een routine alcoholcontrole in de ochtend of na een klein ongelukje en een daaropvolgende blaastest wordt dan vastgesteld dat zij onder invloed als bestuurder hebben deelgenomen aan het verkeer.

Of bij alcohol en drugscontroles op het werk bleken zij onbewust onder invloed te zijn.

Met alle gevolgen van dien. Rijden onder invloed is in Nederland bijvoorbeeld een misdrijf en levert een strafblad op. En mensen die met meer dan de 0,2 of 0,5 promille alcohol een voertuig besturen rijden onverzekerd.

Naast de informatie over alcohol, die in de voorlichting veel breder aan bod komt, gaan we ook uitgebreid in op het gebruik van drugs en medicijnen.

Dit gebeurt overigens nooit met een waarschuwend vingertje, nog met een negatieve opvatting over drank, drugs of medicijnen. Wij brengen deze informatie op een, ik durf wel te zeggen, vrolijke en interactieve manier onder de aandacht. Gebruik met plezier maar bewust en veilig. Met de boodschap om het gebruik van middelen niet te combineren met werk en verkeer.

Voor wie meer wil weten voor zichzelf of één van uw klanten, kijk gerust op de site.



Meer informatie en tools

De online ADM beleidstool in <https://trafieq.nl/opstellen-adm-beleid>

De online risicoscan: <https://trafieq.nl/test-uw-risico>

Of download de infographic met daarin heel beknopt de informatie over de eenheden: <https://trafieq.nl/wat-doen-we/37-2020-voorlichting/146-infographic-wat-doen-drank-en-drugs-met-jou> (ook in papieren versie of als poster gratis te bestellen)

Wellicht interessant als ZZP-er; <https://trafieq.nl/wat-doen-we/verhuur>

Weet jij wat drank met jou doet?



Wat zegt de wet? DE GEVOLGEN VAN RIJDEN ONDER INVLOED



= misdrijf = strafblad =

CANNABIS, COCAÏNE EN ANDERE DRUGS



Weet jij wat medicijnen met jou doen?

Medicijnen
Alle medicijnen eindigend op -pam zijn verboden in het verkeer. Ze beïnvloeden het reactievermogen.

Diazepam = Valium
Oxazepam = Seresta
Themazepam = Normison
Nitrazepam = Mogadon
Lorazepam = Temesta

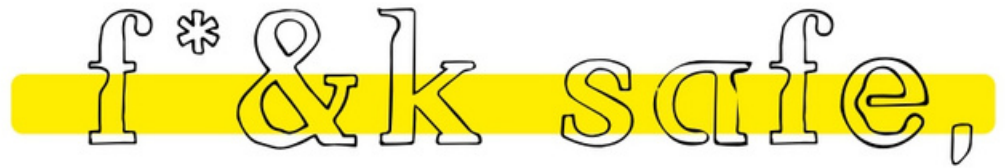
Oxycodon (pijnstillert)
vergelijkbaar met 0,5 - 0,8% tot **€200**

Primatour (chlorocyclidine)
vergelijkbaar met 0,5 - 0,8% tot **€200**

Morfine
vergelijkbaar met > 0,8% tot **€200**

DIT GENEESMIDDEL KAN HET REACTIEVERMOGEN VERMINDEREN
(auto's rijden - bedienden van machines - spelen op straat) **Yes op wet alcohol!**

Let op! Lees altijd de bijsluitende informatie, eiklet of bijdrater goed door



geschreven door Jasper Nijssen

Century Gothic

rond = vriendelijk

Impact

schreefloos+vet = dwingend

Bodoni

met schreef = formeel

Tahoma

schreefloos = modern+strak

Georgia

rond+schreef = vriendelijk+formeel

Mijn fascinatie met letters is niet aangeboren. Op de kunstacademie lag mijn voorkeur vooral bij fotografie, het beeldende element in de layout. Spelen met een fotocamera kan ik als geen ander en dit zette ik dan ook veelvoudig in. Gebruikmakend van onscherpte om dynamiek in mijn ontwerp te creëren. Typografie (of eenvoudig gezegd: letters) was slechts a-means-to-an-end.

Naar mate ik groei als ontwerper, zie ik steeds meer elegantie in letters. Dat er expressie in zit, die niet voor iedereen direct zichtbaar is. Dat letters onzichtbare smaakmakers kunnen zijn. Daarom geef ik jullie drie tips om ongemerkt de juiste toon te zetten.

tip 1

Kies een lettertype dat past bij het karakter van jouw boodschap. Een vriendelijke boodschap wordt benadrukt door een letter met vriendelijke vormen. Kies voor een letter met ronde vormen [Century Gothic] of één die net iets vetter is. Is jouw boodschap dwingend, kies dan voor een dik lettertype [**IMPACT**] en schrijf hem in hoofdletters. Als je boodschap juist heel formeel is, is een letter met een schreef [Bodoni] een goede optie.

add yellow.

tip 2

Maak interessante combinaties, zonder door te slaan. Elke tekst een ander lettertype geven ziet er misschien leuk uit, maar maakt de tekst niet beter leesbaar. Uiteindelijk is het doel dat mensen je tekst lezen. Een goedgekozen lettertype draagt zijn steentje hierin bij. Elementen zoals kopjes, citaten of highlights uit een tekst kan je heel goed uitlichten door je lettertype hiervoor aan te passen. Hoe groter het contrast, hoe meer je tekst opvalt. Bijvoorbeeld: Als je body tekst in de [Tahoma] staat, kies dan [Georgia] voor de kopjes.

tip 3

F&k safe, add yellow! Met andere woorden: Toon lef! Gebruik een lettertype zoals de [**Paytone One***] als lettertype voor je kopjes in plaats van de uitgekauwde [**Calibri Bold**]. Kies voor de schoolkrant een keer [**Comic Neue***] of [**BANGERS***] in plaats van de [**Comic Sans**]. Of ... als je echt lef hebt ... kies voor een lettertype uit mijn letterbak: de WBP** ;-)



Meer weten of gewoon even sparren? Drop me a line:
info@jaspernijssen.nl
of bel me: 06 39 21 05 08

Paytone One

modern+speels

Calibri Bold

modern

Comic Neue

speels+frivool

BANGERS

knallend

Comic Sans

berucht

* gratis te downloaden via fonts.google.com

** verkrijgbaar via myfonts.com

Het is echt waar; de grootste oorzaak van Winstlekkage[®] is Marketing!

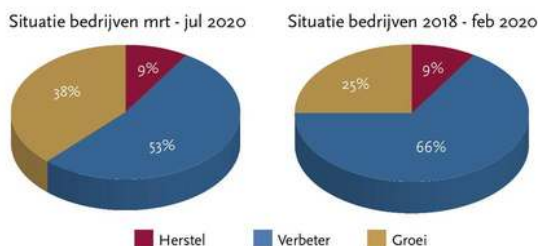
“Maar wacht eens even ‘Winstlekkage’? Wat moet ik mij daar bij voorstellen, Michiel?”. Een veel gehoorde reactie, die overigens meestal direct gevolgd wordt door een antwoord van de vragensteller zelf. Al zo’n 10 jaar doet Thexton Armstrong onder MKB bedrijven doorlopend onderzoek naar de voornaamste oorzaken. De winstlekkage analyse bij ondernemers laat zien waar de winst in haar of zijn bedrijf ongemerkt verdampst en om hoeveel euro’s dat gaat. Soms loopt dat op tot een waarde gelijk aan zo’n 8% van de omzet. Behalve de euro’s kan je winstlekkage ook betrekken op de hoeveelheid ondernemersplezier en/of vrije tijd.

Voordat er een misverstand ontstaat: Dat Marketing de grootste oorzaak van winstlekkage ligt, wil zeker niet zeggen dat dat door degenen komt die (eind)verantwoordelijk zijn voor marketing. Uit ons onderzoek komt naar voren dat 29 % veroorzaakt wordt door ‘Marketing & Sales’ en 20 % door ‘Prijnsbeleid’. Bij eerstgenoemde moet je bijvoorbeeld denken aan reclame die weinig of niets oplevert en het maken van offertes voor iedereen die daarom vraagt. Bij ‘Prijnsbeleid’ gaat het er vooral om dat bedrijven onvoldoende scherp hun doelgroep en strategie hebben omschreven, waardoor het voeren van een juist prijsbeleid niet lukt.

Zelf ben ik begin 2013 gestart als Franchisepartner in de driehoek van – grofweg – Barneveld, Wageningen en Nieuwegein. Met ervaring in Marketing, sprak de term winstlekkage mij direct aan en in de wetenschap dat 50 % hiervan, marketing gerelateerd was, maakte dat ik met veel vertrouwen aan boord ging bij Thexton Armstrong. Bovendien is de andere grote oorzaak (ook 29 %) ‘Productiviteit’ en dat sloot mooi aan bij mij activiteiten als Accountable Marketing adviseur. Daar gaat het immers om de marketing medewerkers en budget zo efficiënt en effectief mogelijk in te zetten. Ik publiceerde hier ook boeken over, in 2012 (MarketingKassa) en in 2018 (YES! Accountable Marketing)



Conclusies per grootte van het bedrijf (gemeten in jaaromzet)



In de OC-Q van deze maand ga ik wat uitgebreider door op Marketing & Sales als voornaamste oorzaak van winstlekkage. In de volgende OC-Q neem ik steeds één van de andere oorzaken door om een totaal beeld te geven van waar de winstlekkages in MKB ondernemingen optreden. In ons rapport komt een gemiddelde tot uitdrukking, puur ter illustratie, want uiteindelijk gaat het om het specifieke bedrijf van de ondernemer die met ons samenwerkt. Denk bijvoorbeeld aan het gemiddelde van 5x de winst als verkoop waarde van een bedrijf. Het is een gemiddelde van -1 (!) en + 11 x keer de winst, bovendien hoe is de winst bepaald en wat wordt er verkocht; de merknaam, 'het bedrijf', onroerend goed, materieel, intellectueel eigendom, goodwill, etc.?



Goed terug naar Marketing & Sales en laten we met Marketing beginnen, wellicht bekend dat dit van de twee woorden 'Market' en 'Getting' komt. Dat is de voornaamste functie, het beschrijven, bewerken en benaderen van de doelmarkt en doelgroep. Het voert te ver om hier helemaal in te gaan in wat 'marketing' precies is. Ik volsta hier een paar voorbeelden te noemen, die voor verbetering vatbaar zijn:

- Adverteren op 'plekken' waar de doelgroep weinig is en/of ons aanbod helemaal niet verwacht/waardeert.
- 'Campagnes' niet volledig uitwerken in een zogenaamde pijplijn met doelstellingen voor de verschillende stappen.
- Niet meten in hoeverre onze aannames en doelstellingen juist zijn.
- Een korting voor een bepaald medium leidend laten zijn in de mediakeuze en het budget.
- Doelgroep en mediakeuze van campagnes bepalen door (marketing & sales) succes van eerdere campagnes ipv winstgevende klanten die aansluiten bij bedrijfsvisie.
- Proces om leads op te volgende niet goed afgestemd.

Deze laatste vormt het haakje naar 'Sales', want een goede samenwerking is van cruciaal belang om succesvolle marktwerking toe te passen. Ook 'sales' is een ruim begrip en ga ik hier niet nader toelichten. De voorbeelden zijn hopelijk inspirerend om met de eigen marketing en sales verantwoordelijken door te nemen, zoals:

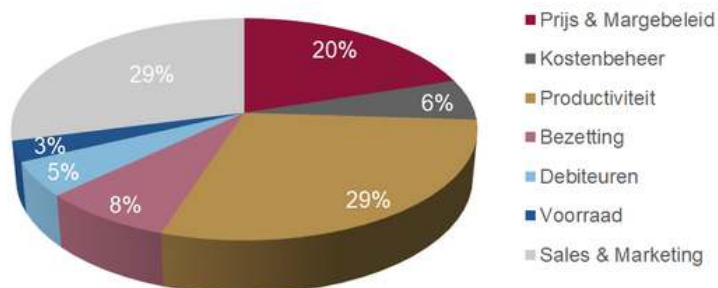
- Onvoldoende capaciteit om de leads tijdig op te volgen.
- Veel aandacht voor de kenmerken van onze diensten en producten ipv de voordelen voor de klant.
- Geen kwalificatie van prospects om te bepalen of het werkelijk zinvol is om een offerte te maken.
- Geen systeem om te signaleren dat opvolging van een offerte of contact nodig is.
- Onvoldoende samenwerking met marketing om inzichten van klanten en prospects structureel te bespreken.
- Net als bij marketing, te weinig aandacht voor het meten en analyseren van resultaten.

Marktonderzoek door marketing is natuurlijk prima om te volgen wat er zoal in de markt gebeurt. Dat hoeft niet ingewikkeld te zijn of veel geld te kosten. Samen met het verkoopteam is al goed te bepalen wat er zoal in de markt speelt. Bovendien weten klanten niet altijd wat ze willen. Het is daarom ook de kunst om niet te leveren wat ze vragen, maar wat ze werkelijk willen. Dat laatste kan je achterhalen door goed door te vragen en te begrijpen waarom een klant naar een bepaald product of dienst vraagt. Dit geldt vooral voor ondernemingen die zich richten op Service- of Productleiderschap. Richt je je op de doelgroep die er vooral op uit is om de laagste prijs te betalen, dan is dat veel minder relevant.

Overigens durf ik mij wel op het standpunt te stellen dat het voor MKB bijzonder moeilijk is om puur op prijs te concurreren. Dat heeft puur met omvang te maken, dus hoe kleiner het bedrijf des te meer algemene kosten relatief zwaar drukken op de kostprijs. Maar wat is nu de oplossing om minder winstlekkage bij Marketing & Sales te hebben? Je kent wellicht wel 'Meten is Weten' en dat is zeker hier op z'n plaats. Zorg dat je duidelijke doelen stelt voor de verschillende stappen van 'het verkrijgen van de markt' tot en met 'het realiseren van de verkoop'. Geen punt dat je vooraf geen idee hebt welke doelstellingen je vooraf moet bepalen.

Al doende leer je en ga je steeds betere voorspellingen doen. Je hebt hier steeds te maken met verklarende en leidende indicatoren. Weinig website bezoekers vanuit een bepaalde krantenadvertentie verklaart dat de combinatie van de advertentie en deze krant niet succesvol waren. Weinig informatie aanvragen is een leidende indicator dat je Salesteam weinig werk heeft om de aanvragen op te volgen. Neem de manier van meten overigens wel vooraf door met betrokkenen. Dan heb je bij het delen van de resultaten alleen discussie over te nemen vervolgstappen. Neem met het team goed door wat de reden van de goede of matige resultaten is. Sla niet te makkelijk de bladzijde om in de hoop dat het 'morgen' beter gaat. Bijt je vast in die zure appel van slechte resultaten (hoe kunnen we dat voortaan voorkomen) en achterhaal de reden van het geweldige succes (hoe kunnen we dat voortaan herhalen).

Waar vinden we winstlekkage?



Het complete winstlekkage rapport kan je aanvragen op: ocmn.mkb.expert



Het complete winstlekkage rapport kan je aanvragen op:
ocmn.mkb.expert



Ben jij na het lezen van het artikel geïnteresseerd in het boek van Michiel van de Watering?

Het boek is te bestellen voor slechts \$20,- inclusief verzendkosten.

Bekijk de website voor meer informatie:
accountablemarketing.expert

Macro Economische Verkenning (MEV) 2021

CPB | Economische beleidsanalyse

In aanloop naar Prinsjesdag dinsdag 21 september 2021, kijken we eerst even terug naar wat het beeld vorig jaar was op 15 september 2020. Wat was de makro economische stand van zaken? Hoe keken we naar de toekomst? Waar staan we nu en wat is er van de vanuit de optiek van de verkenning (MEV) werkelijkheid geworden. Weten waar we vandaan komen geeft houvast voor waar we heen kunnen gaan. Vandaar deze terugblik waarbij we uitkijken naar de komende derde dinsdag van september.

Peter Klink, OCMN Management

Persbericht: 15 september 2020

Verlenging steunpakket dempt oploop werkloosheid, maar leidt ook tot groter begrotingstekort

In de basisraming, die ervan uitgaat dat er geen grootschalige nieuwe contactbeperkingen nodig zijn, krimpt de economie in 2020 met 5%, gevolgd door ruim 3% groei in 2021. De werkloosheid loopt op tot 6% in 2021. Dit blijkt uit de zojuist gepubliceerde Macro Economische Verkenning (MEV) van het Centraal Planbureau (CPB). De economische groeicijfers zijn iets hoger dan de in augustus gepubliceerde voorlopige raming, de werkloosheid komt in 2021 een half procentpunt lager uit. Dit komt doordat de besluitvorming van het kabinet is verwerkt, waaronder de verlenging van het steun- en herstelbeleid. Gevolg is ook dat het begrotingstekort in 2020 een half procent bbp groter is dan eerder geraamd, en in 2021 een heel procent bbp. De overheidsfinanciën blijven echter uit de gevarenzone.



Macro Economische Verkenning 2021

Pieter Hasekamp, directeur CPB: “Het steunpakket heeft de klap verzacht en heeft domino-effecten in de economie voorkomen, maar een toename van faillissementen en werkloosheid is onvermijdelijk wanneer bedrijven zich moeten aanpassen aan de veranderde vraag. De effectiviteit van het steunbeleid neemt dus wel geleidelijk af. Daarom is het verstandig dat het steunpakket voorzichtig wordt afgebouwd en meer gericht wordt op aanpassing en omscholing.”

Basisraming	2019	2020	2021
Ongekende daling bbp, gevolgd door onvolledig herstel	1,7	-5,0	3,5
Werkloosheid loopt in 2021 verder op	3,4	4,3	5,9
Statische koopkracht volgend jaar lager	1,0	2,2	0,8
Ook volgend jaar nog groot begrotingstekort overheid (%bbp)	1,7	-7,6	-5,1
Schuldquote vlakkt af op fors hoger niveau (%bbp)	48,7	59,9	62,0

De ontwikkeling van de pandemie is zeer bepalend voor de vooruitzichten op herstel. Om die onzekerheid recht te doen, is ook een scenario opgenomen waarin opnieuw grootschalige contactbeperkingen van kracht worden. In zo'n scenario krimpt de economie ook in 2021 en loopt de werkloosheid op richting 10%.

In 2021 komt de koopkracht in de basisraming in doorsnee wat hoger (+0,4%) uit dan in de voorlopige raming als gevolg van aanvullende lastenverlichting. In deze statische koopkrachtcijfers is niet meegenomen dat ontslagen en weggevallen omzet van zelfstandigen voor een groot aantal mensen een sterk inkomensverlies veroorzaken en dat de overheid een deel van de loonkosten heeft overgenomen.

De overheidsfinanciën hebben door de steunmaatregelen en de lagere belastinginkomsten een flinke klap gehad, maar zijn niet in gevaar. In het 'tweedegolfscenario' loopt de schuldquote op tot 72% bbp ultimo 2021, duidelijk onder het Europees gemiddelde en nog altijd onder niveaus die als riskant worden gezien. Daarom ligt het niet voor de hand om nu maatregelen te treffen die het tekort beperken, ook omdat dat de crisis zou kunnen verdiepen.

Coronaklap raakt zwakke plek

In de beschouwing die bij deze MEV verschijnt, vraagt het CPB aandacht voor het effect van de coronacrisis op ongelijkheid. Op de arbeidsmarkt komt het grootste deel van de klap terecht bij kwetsbare groepen, waaronder jongeren, zelfstandigen en migranten. Corona kan ook de bestaande kansenongelijkheid in het onderwijs vergroten en daarmee de inkomensongelijkheid op lange termijn versterken. Op korte termijn kan de overheid de meest getroffen groepen ondersteunen. De echte uitdaging is echter om de onderliggende kwetsbaarheden zelf aan te pakken: het verkleinen van het onderscheid tussen vast en flexibel werk, het tegengaan van schijnzelfstandigheid en van discriminatie, het verkleinen van verschillen in gezondheid en arbeidsomstandigheden. Dat komt voor de coronapandemie te laat, maar kan er wel voor zorgen dat een volgende crisis een weerbaarder samenleving treft.

Corona dempt groei productiviteit en arbeidsaanbod

Naast de MEV is vandaag een actualisatie van de middellangetermijnverkenning gepubliceerd. In de basisverkenning herstelt de economie geleidelijk van de corona-recessie. Vanwege de grote onzekerheid is er ook een dieperdalscenario doorgerekend waarin de coronarecessie grotere langdurige economische gevolgen heeft. Dit scenario sluit aan op het scenario in de MEV waarin sprake is van hernieuwde contactbeperkingen.

Bron: meer info en cijfers op: [CPB | Economische beleidsanalyse](#)

DE NATIONALE VITALITEITSWEEK 2021

Van #COVID-19 naar #GOFIT-21

Van 20 t/m 26 september 2021 vindt alweer de 7e editie van de Nationale Vitaliteitsweek plaats!

Het doel van de Nationale Vitaliteitsweek is werkend Nederland bewust te maken van het belang van de eigen vitaliteit.



Met het thema #GOFIT draait het om Groei & Ontwikkeling en FIT zijn. Fit dus in de algemene zin van het woord: fysiek- en mentaal fit maar ook 'fit for the job' en 'fit for the future' ofwel één en al bewustwording hoe je aan je eigen vitaliteit kunt werken. In de week van vitaliteit kan je ontdekken wat het beste voor jou en jullie organisatie werkt.

Doel

Klaas Koster initiator van de NVW – en eerste Vitaloog in Nederland – vertelt: “In 2028 is 82% van werkend Nederland vitaal en verbonden! Met als doel dat we werkend Nederland fit & vitaal het laatste kwartaal van 2021 uit willen laten gaan. Je wordt geïnspireerd hoe je zelf je eigen vitaliteit en de vitaliteit van de organisatie kunt verbeteren en behouden.”



De Nationale Vitaliteitsweek is verbonden aan een goed doel, dit jaar is dat wederom Spieren voor Spieren. SvS heeft als missie: “alle spierziekten voor kinderen verslaan!”. Daar dragen we graag ons steentje aan bij en derhalve gaan alle opbrengsten uit de Nationale Vitaliteitsweek 2021 naar deze geweldige stichting.

Programma 2021

Het programma is te vinden op de website www.nationalevitaliteitsweek.nl. Voor een kleine vergoeding, waarvan de opbrengsten dus volledig naar Spieren voor Spieren gaat, kun je interessante webinars volgen.

Zet vitaliteit op de kaart

Naast dit programma biedt de Nationale Vitaliteitsweek ook een platform waarop je de activiteiten van jouw organisatie kunt plaatsen. Doel hiervan is om alle bedrijven & organisaties in Nederland te inspireren en te laten zien waar we met z'n allen mee bezig zijn en hoe we werkend Nederland vitaliseren en verbinden. Op www.nationalevitaliteitsweek.nl/kalender/ staan alle tot nu toe aangemelde activiteiten. Wie zelf een evenement of activiteit organiseert, kan dit daar kosteloos aanmelden. Zo inspireren wij elkaar!

Als werkgever kun je ervoor kiezen om fan of ambassadeur te worden van de Nationale Vitaliteitsweek. Hiermee laat je als werkgever zien dat je actief bezig bent om een vitaal bedrijf te worden en te blijven! Kijk op www.nationalevitaliteitsweek.nl/mee-doen voor de mogelijkheden of mail naar info@nationalevitaliteitsweek.nl

De Nationale Vitaliteitsweek is een initiatief van het NGvV en Vitalogisch

Live stream op locatie



[Meer informatie of reserveren?](mailto:info@ocmn.nl)
info@ocmn.nl / 030 877 0244

Pakket Brons

- Streaming video software
- Privacy videokanaal
- 1 Professionele hd camera inclusief bediening door 1 persoon

€695,-

Pakket Goud

Beste keuze

- Video regie switcher
- Streaming video hardware
- Streaming video software
- Privacy videokanaal
- Perfecte verstaanbaarheid sprekers
- Hoge kwaliteit muziek toegevoegd
- Foto's of presentatie live toegevoegd aan stream
- 3 Professionele hd camera's inclusief bediening door 2 personen

€1295,-

Pakket Zilver

- Video regie switcher
- Streaming video hardware
- Streaming video software
- Privacy videokanaal
- 2 Professionele hd camera's inclusief bediening door 1 persoon

€795,-

Optioneel: stabiele 4G internetverbinding meerprijs €250,-

*Prijzen vanaf, exclusief BTW

De OCMN Raad van Advies is sinds 2019 actief om de groei van aan OCMN verbonden bedrijven te bevorderen.



Growing your Business

Afspraak maken?
rva@ocmn.nl
ocmn.nl/raadvanadvies