

GERCO RIETVELD SCHRIJFT MANAGEMENTBOEK VAN HET JAAR

Het boek 'Inkoop – een nieuw paradigma' van Gerco Rietveld is verkozen tot Managementboek van het Jaar 2010. De schrijver ontving dinsdagavond tijdens het Managementboekengala in de Rode Hoed in Amsterdam zijn trofee.

Het was een spannende finale tussen de zes boeken die op de shortlist stonden. Tot het laatste moment bleef onduidelijk welk werk er door de jury was verkozen tot beste managementboek. Waar er vorig jaar 'twee, drie toppers' waren, was dit jaar de kwaliteit over de gehele breedte aan de hoge kant, zo wist juryvoorzitter Hans van der Loo te vertellen. 'Een stevig ingezet boek', oordeelt het juryrapport. 'De originaliteit en gedegenheid waarmee de auteur het boek heeft gemaakt is van een grote praktische waarde. Het specialistische karakter mag een nominatie als Managementboek van het Jaar niet in de weg staan.'

Verrassing

De schrijver zelf reageert verrast op zijn uitverkiezing. 'Dit is geweldig en onverwacht. Het is een specifiek boek, voor een klein publiek. Ik kwam hier daarom ook zonder veel verwachtingen. Ik zag dit totaal niet aankomen, maar het is heel leuk dat mijn boek op waarde wordt geschat. Heel erg leuk', aldus Rietveld, naast auteur ook directeur van inkoopadviesorganisatie Significant.

Het aantal Nederlandstalige managementboeken op de markt neemt sterk toe. Het afgelopen jaar was er zelfs sprake van een verdubbeling van 125 naar 250. De verkiezing van het Managementboek van het Jaar en het Managementboekengala zijn initiatieven van online boekhandel Managementboek.nl. De prijs wordt sinds 2003 jaarlijks toegekend. Eerdere winnaars waren onder andere Joep Schrijvers met zijn *bestseller* 'Hoe word ik een rat', Jeroen Smit met 'Het drama Ahold' en Mathieu Weggeman met 'Leidinggeven aan professionals? Niet doen!'. In 2009 bekroonde de jury het boek 'Veranderdiagnose' van Rob van Es als Managementboek van het Jaar.

Shortlist

De jury bestond dit jaar naast voorzitter Van Loo (zelfstandig adviseur) uit Sandra Barendrecht (freelance trainer en adviseur), Yousri Mandour (senior adviseur en partner bij ICSB Marketing

en Strategie), Liesbeth Halbertsma (zelfstandig organisatieadviseur) en Dick Rochât (Senior Programmamanager Maatwerk bij NCOI). Zij letten dit jaar sterk op de maatschappelijke relevantie en het duurzame karakter van de inzendingen.

Naast het winnende boek van Rietveld waren er nog vijf boeken die het tot de *shortlist* wisten te brengen. Zo schreef Mirella Visser in 'De zijderoute naar de top' over de weg die vrouwen afleggen naar topfuncties. De zijderoute, met periodes van parttime functies en carrièreswitches is, volgens haar even goed als de traditionele, hiërarchische 'marsroute', die mannen afleggen naar de top. 'Leiderschap heeft óók een vrouwelijk aspect', verzekert Visser haar publiek. In het boek 'Iedereen ondernemer', door Arko van Brakel, doet de schrijver een appel op de ondernemersgeest. Een pleidooi voor passie, durf om keuzes te maken en af en toe de nek uit te steken.

Een maatschappelijke nieuwlichter is Peter Camp, met zijn boek 'De broedfactor'. Daarin hij omschrijft hij hoe het inrichten van zogenaamde 'broedplaatsen' om problemen op een ontspannende wijze in teamverband te bespreken kan voorzien in de behoefte van mensen binnen een organisatie. Evengoed slaat ook het boek 'Jongleren met talent' (Joost Jolink, Fritz Kortén en Thomas Verhiel) een nieuwe richting in. Het 'gepamper' van talent moet afgelopen zijn. Geen dure ballonvaarten, *sabbaticals* naar Afrika of survivalweekenden meer. In plaats van 'talentertainment' moeten bedrijven inzetten op een gedifferentieerd beleid op maat, een match tussen de organisatie en wat het talent écht nodig heeft. Tot slot was er het boek 'Plezier beleven aan taaie vraagstukken' van Hans Vermaak. Vermaak geeft managers houvast door op te sommen op welke manieren projecten veelal vastlopen en hoe je juist wel 'veel meters' kunt maken.

'Tijd om van het eiland af te komen'

Gerco Rietveld heeft voor zijn boek lang nagedacht over hoe dingen anders kunnen. 'Het oude paradigma binnen inkoop was kosten besparen. Terwijl je leveranciers zou moeten aanspreken op wat ze kunnen leveren, niet kostenbesparing. De primaire rol van de inkoper is niet om in te kopen, maar om de rest van de organisatie "inkoop-minded" of "inkoop-fähig" te maken.' Als voorbeeld noemt hij de automobielfabrikant Toyota. 'Decennialang was Toyota wereldberoemd vanwege de manier van inkopen. Totdat ze twee jaar geleden op kosten gingen letten. En toevallig worden hun auto's nu plotseling op grote schaal teruggeroepen. De moraal? Als je op kwaliteit focust gaat de prijs omlaag. Er gaat minder verkeerd en er zijn minder onkosten.

GERCO RIETVELD

strategist

Inkoop heeft de laatste jaren een enorme promotie gemaakt en is van de *backroom* in de *boardroom* gekomen. Maar nu stoot het tegen een glazen plafond. Het is tijd om van het eiland af te komen en inkoop te gaan zien als integraal onderdeel van de organisatie.'

Inkopers-café

Koos Plegt

Maart 2010