

Pleidooi voor inkoop als managementdiscipline bekroond 'Inkoop' van Gerco Rietveld Managementboek van het Jaar 2010

De boeken op de shortlist ontlieden elkaar niet veel, zodat het lastig was een winnaar aan te wijzen, vertelde voorzitter Hans van der Loo bij de bekendmaking tijdens het Managementboekengala aan de vooravond van de Boekenweek. De jury koos uiteindelijk voor *Inkoop - Een nieuw paradigma* van Gerco Rietveld, een 'stevig aangezet boek' waarin de auteur betoogt dat inkoop meer aandacht verdient en een andere rol moet krijgen binnen organisaties.

- DOOR HANS VAN DER KLIS - FOTOGRAFIE FRANK BARNHOORN

Gerco Rietveld en
juryvoorzitter
Hans van der Loo





Gerco Rietveld kon het nauwelijks geloven. Hij was al verrast dat zijn boek *Inkoop - Een nieuw paradigma* was genomineerd voor de titel Managementboek van het Jaar en ging er eigenlijk vanuit dat deze nominatie het hoogst haalbare was. Hij had zich voorgenomen er een leuke avond van te maken, tijdens het Managementboekengala in De Rode Hoed in Amsterdam. Maar toen een van de juryleden zich tijdens het diner vooraf liet ontvallen dat het geen criterium was of een boek zich richtte op een smal of een breed lezerspubliek, begon hem iets te dagen. En toen juryvoorzitter Hans van der Loo in zijn toespraak naar het hoogtepunt toewerkte, groeide de overtuiging dat hij die avond wel eens met de hoofdprijs naar huis kon gaan. 'Ik heb het boek geschreven met de hoop dat ik bij algemene managers meer interesse kon kweken voor het onderwerp inkoop, maar ik heb er altijd rekening mee gehouden dat het alleen bij een groep specialisten terecht zou komen. Nu ontstaat de mogelijkheid om mijn betoog bekend te maken bij een grotere groep lezers en daar ben ik heel blij om, want het is hard nodig.'

Hoge kwaliteit

De keuze voor het boek van Gerco Rietveld was unaniem, maar de jury heeft het niet gemakkelijk gehad, vertelde juryvoorzitter Hans van der Loo. 'Ik ben blij dat ik in juni al begonnen ben met lezen, want de boeken bleven maar komen', zei hij na de uitreiking. 'Daarbij hadden wij het probleem dat de kwaliteit van de boeken over het algemeen vrij hoog was, zodat je de meeste boeken niet zomaar opzij kon leggen.' Ook toen het erop aankwam de winnaar te kiezen uit de zes nominaties, speelde dat de jury - naast Van der Loo bestaande uit Liesbeth Halbertsma, Sandra Barendrecht, Yousri Mandour

en Dick Rochât - parten. 'Het juryberaad heeft nog nooit zo lang geduurd', verklapte Van der Loo. 'Juist omdat de kwaliteit zo hoog was. Er waren niet, zoals vorig jaar, een paar titels die er bovenuit staken.' Een opmerking die hem wel van het hart moest, was dat veel managementboeken uit het afgelopen jaar nogal naar binnen gericht waren: boeken over coaching, het interne functioneren van organisaties, over het doorgronden van passies en drijfveren. Geen slechte boeken, absoluut niet, maar hij maakte duidelijk de inspirerende vergezichten te hebben gemist: vernieuwende marketingboeken, boeken die helpen bij het aanboren van nieuwe markten. 'In die zin verschillen de managementboeken niet veel van Nederland als geheel: wij zijn te veel naar binnen gericht', verduidelijkte hij. 'Maar het is crisis! Wij moeten er juist op uit!' Van der Loo zei het niet expliciet, maar dat zou best eens een van de leidende gedachten kunnen zijn geweest bij de samenstelling van de shortlist. Het zijn boeken die bruisen, die pleiten voor een no-nonsense aanpak, die een beroep doen op de eigen verantwoordelijkheid en op het ondernemerschap, die de lezer aansporen niet bang te zijn voor vernieuwingsdrang. Dat zijn ook de kwaliteiten waar de jury naar heeft gezocht, naast essentiële kenmerken als theoretische onderbouwing, leesbaarheid, schrijfstijl en vormgeving, houdbaarheid en praktische toepasbaarheid.

Stevig aangezet

Van der Loo had geen behoefte om zich op deze feestelijke avond, die ook in het teken stond van het tienjarig bestaan van Managementboek.nl, bezig te houden met de mindere kanten van de boeken. Voor elke genomineerde had hij een paar complimenten.

De zijderoute naar de top van Mirella Visser omschreef hij als een gedurfd no-nonsense boek waarin het glazen plafond waartegen vrouwen op weg naar de top zouden aanlopen niet aan afgunstige of tegenwerkende mannen wordt geweten, maar aan vrouwen zelf.

In Jongleren met talent

van Joost Jolink, Fritz Kortzen en Thomas Verhiel waardeerde de jury de gezonde afkeer van het ongericht 'pamperen' van talenten of het gewoonweg opstarten van talentprogramma's omdat de concurrentie dat ook heeft gedaan.

De Broedfactor van Peter Camp, de lofrede op de creatieve kraamkamers die zich richten op het experimenteren met nieuwe manieren van leven, leren, werken en recreëren, had de jury gelezen als een even boeiend als verrassend tableau vivant van maatschappelijke nieuwlichters.

Plezier beleven aan taaie vraagstukken van Hans Vermaak werd geprezen om het fileermes waarmee de auteur organisatiepraktijken ontmaskert, waardoor een fascinerend en verrijkend beeld oprijst.

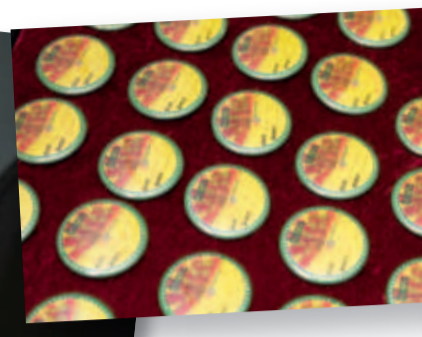
En ledereen ondernemer van Arko van Brakel, volgens de jury een authentiek en ontwapenend eerlijke hartenkreet van een rasondernemer, die met groot gemak de successen én de bloopers deelt die hij in zijn ondernemerscarrière meemaakte.

Maar na zorgvuldige weging ging de titel Managementboek van het Jaar 2010 dus naar *Inkoop - Een nieuw paradigma*. 'Een stevig aangezet boek, dat opvalt door de relatieve nieuwheid van het thema, door de originaliteit en door de durf waarmee Gerco

DE KEUZE VOOR HET BOEK VAN GERCO RIETVELD WAS UNANIEM



De presentatie was in handen van de spreekstalmeesters van Troje Training & Theater



'RIETVELD LAAT ZIEN DAT JE BETER OP ZOEK KUNT GAAN NAAR EEN GOEDE SAMENWERKING.'

Rietveld het heeft uitgewerkt en door de duurzaamheid en oplossingsgerichtheid van zijn betoog.' Door het specialistisch karakter werd het boek van tevoren als een outsider beschouwd, ook door de auteur zelf. Maar het nichekarakter van het boek heeft geen rol gespeeld in de discussie, benadrukte Van der Loo. 'Wij hebben goed nagedacht over de claim die Rietveld in zijn titel heeft verwerkt: een nieuw paradigma. De meeste juryleden kunnen daar niet over oordelen, maar één van ons is ter zake kundig. Bovendien is het duidelijk dat Gerco Rietveld op dit gebied heel ervaren is: hij weet waar

hij het over heeft. Natuurlijk is het boek specialistisch, maar de auteur betoogt juist dat inkoop van de backroom naar de boardroom zou moeten. Inkoop is een afdeling die altijd wat achteraf zit. Niemand maakt zich er druk om, zolang de spullen maar binnenkomen. Maar in tijden van crisis groeit de interesse in deze discipline. Veel managers voelen de reflex om de leveranciers te gaan afknippen. Rietveld laat zien dat dat onverstandig is en dat je beter op zoek kunt gaan naar een goede samenwerking, om op die manier samen meerwaarde te creëren.'

'NU HET CRISIS IS, ZIE JE DAT INKOPERS EN LEVERANCIERS LIJNRECHT TEGENOVER ELKAAR KOMEN TE STAAN.'

Toyota

De bekroning van het boek van Gerco Rietveld komt enkele jaren nadat hij het vak vaarwel heeft gezegd. Hij was vanaf 1986 actief in de inkoop, aanvankelijk in de financiële sector en later, als consultant, in verschillende andere industrieën. Inmiddels is hij alweer enkele jaren strategieconsultant, gespecialiseerd in marktwerking in de zorg. 'Je zou mijn boek kunnen zien als een legaat aan de inkoop', zegt hij. *Inkoop - Een nieuw paradigma* is eigenlijk een pleidooi voor een nieuwe vorm van inkoopmanagement. Rietveld is van mening dat inkopers een aantal jaren geleden de verkeerde weg zijn ingeslagen. Het begon met de aankondiging van V&D-eigenaar Maxeda, die enkele jaren geleden eenzijdig een extra marketingvergoeding opeiste van vijf procent, en is recent geculmineerd in de schandalen rond Toyota en twee van de grootste banken in Nederland, ING en ABN AMRO. 'Nu het crisis is, zie je dat het klassieke paradigma weer versterkt wordt waarin inkopers en leveranciers lijnrecht tegenover elkaar





komen te staan', zegt Rietveld. 'Je hebt de gevolgen recentelijk nog in de krant kunnen lezen: Toyota, altijd een toonbeeld van een verantwoord inkoopbeleid, heeft twee jaar geleden het roer omgegooid en krijgt nu met alle terugroepacties de rekening gepresenteerd.' In dit voorbeeld ziet Rietveld een steun in de rug voor zijn betoog. Het nieuws dat ABN AMRO en ING hun leveranciers tien procent korting vroegen op de omzet die vorig jaar is gedraaid, vond hij zo mogelijk nog schandaliger. 'Dat is immoreel en soms ook nog illegaal', zegt hij.

Waarde

Rietvelds grootste bezwaar tegen deze manier van inkopen, is dat er alleen maar waarde vernietigd wordt. Relaties verslechteren en de geleverde producten worden slechter: dat brengt onvermijdelijk schade toe aan de eigen supply chain. 'Een vechtrelatie zorgt ervoor dat de mogelijkheden om samen meerwaarde te creëren voor de afnemers uitgeput raken', zegt hij. Hij kent de reflex om in tijden van crisis de leveranciers nog meer te gaan afknijpen, maar pleit ervoor het bestaande paradigma juist in deze crisistijd in te ruilen voor een nieuw paradigma. Inkopers moeten hun waarde niet langer bewijzen door kostenbesparingen te realiseren, maar door meerwaarde te creëren, bijvoorbeeld een lager risico of een grotere flexibiliteit. Crises bieden juist de gelegenheid belangrijke veranderingen door te voeren, omdat een bedrijf op zo'n moment gemakkelijker van koers kan veranderen. Als er geen reden is om veranderingen door te voeren, zal het ook niet gebeuren.

Om het management van het belang van dit nieuwe paradigma te overtuigen, moet de inkoop niet langer op afstand blijven, maar een positie krijgen in de boardroom. In de woorden van de jury: 'Het is een specialistisch onderwerp, maar juist omdat het gaat om een appèl de inkoop uit zijn isolement te halen en een meer bedrijfsgenerieke rol te geven, verdient het boek de titel Managementboek van het Jaar 2010.'

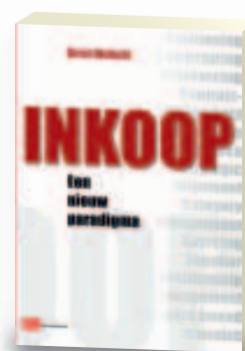
INKOOP - EEN NIEUW PARADIGMA

Gerco Rietveld

Academic Service / 2009 / gebonden / 372 blz.

€ 59,00

Inkoop maakt een ongekend snelle ontwikkeling door en komt ook conceptueel tot ontwikkeling. *Inkoop - een nieuw paradigma* wil inkoop uit haar functionele isolement halen en tot een volwaardige partner in business laten uitgroeien. Dit boek richt zich op hen die richting en leiding geven aan inkoop. En op hen die onderweg zijn naar die positie. Wie meer van inkoop wil begrijpen, kan niet om dit boek heen.





Managementboek van het Jaar

20
10

‘En de winnaar is...’



Managementboek.nl feliciteert **Gerco Rietveld** en uitgeverij **Sdu** van harte met de bekroning van ‘**Inkoop - Een nieuw paradigma**’ tot **Managementboek van het Jaar 2010**.

