

**6/15**  
NIEUWS

**11**  
COLUMN  
**NICO KLENE**  
(ABN AMRO)

**13**  
OPINIE  
**MARCEL BRESSERS**

**15**  
ACTUEEL  
**INKOPERS ALS**  
TIPGEVERS

**16**  
TOPIC  
**CONTRACT**  
MANAGEMENT

Contractmanagement is toe aan een volgende fase. Hierin staat doelmatigheid centraal: het uitnutten van het contract om waarde te creëren voor de business.

**20**  
INTERVIEW  
**MARCEL LEVI (UCLH)**

Marcel Levi, oud-bestuursvoorzitter van het AMC en nu *in charge* in het Londense universiteitsziekenhuis, over inkoop: "Waar het gaat schemeren, ligt de winst."

**24**  
DUURZAAMHEID  
**WIND OP ZEE**

Voor de Zeeuwse kust verschijnen binnenkort vele windmolens. Windparken bouwen op zee was nog nooit zo goedkoop.



**28**  
INKOOPPRAKTIJK  
**MAURITS HAITSMSA**  
HOOFD INKOOP ONS

**30**  
BOEKEN  
**7DE DRUK VAN**  
INKOOPBIJBEL

Hoogleraar Arjan van Weele werkte voor de 7de uitgave van 'Inkoop in strategisch perspectief', toegesneden op hbo en praktijk, samen met vakspecialisten.

**32**  
TECHNOLOGY  
**EFFECT 3D-PRINTEN**  
OP SUPPLY CHAINS

Kleinere voorraden, lagere toeleverrisico's en minder grondstofverbruik. Adviseur Rob Martens beschrijft de gevolgen van 3D-printen op ketens.

**36**  
FROM EXPERTS  
**E-PROCUREMENT**  
IN HET MKB

André Struber en Gert Walhof presenteren een tool waarmee je makkelijk zelf een businesscase voor e-procurement kunt maken.

**39**  
FROM SCIENCE  
**GERT WALHOF**

**40**  
FROM EXPERTS  
**EMVI-SUPERFORMULE**

Met toepassing van de EMVI-superformule en eigen voorkeuren kan de beste prijs-kwaliteitverhouding gekozen worden. Pieter van Dorth en Kees Tazelaar van de Belastingdienst vertellen hoe dat gaat.

**44**  
FROM EXPERTS  
**SCHAARSTE IN**  
GRONDSTOFFEN

Als we onze kleinkinderen nog het gebruik van zink, goud en antimoon gunnen, moeten we volgens Theo Henckens, promovendus aan de Universiteit Utrecht, écht duurzamer gaan inkopen.

**47**  
CARRIÈRE  
**INKOPENVOOR ZOEKT**  
JUNIORS EN SENIORS

**48**  
FROM EXPERTS  
**IN 6 STAPPEN NAAR**  
SOCIAAL INKOPEN

Adviseurs Kim Kizelnik, Roos Spekman en Marit Schouten geven 6 tips om aan de slag te gaan met sociaal inkopen. Met de gemeente Utrecht als succesvol voorbeeld.

**50**  
COLUMN  
**FREEK ANDRIESSE**



# KOESTEREN EN KNEDEN VAN EEN IJZERSTERK MERK

**Kortgeleden verscheen de langverwachte zevende druk van 'Inkoop in strategisch perspectief'. Arjan van Weele werkte hiervoor samen met Jordie van Berkel-Schoonen en Gert Walhof. De Nederlandse inkoopbijbel is strak toegesneden op het hbo-onderwijs en de praktijk.**

**B**ehalve de ICT is er geen ander vakgebied dat de afgelopen 25 jaar zo'n snelle ontwikkeling heeft doorgemaakt als inkoop", stelt hoogleraar Arjan

van Weele. Hij kan erover meepraten, want zijn professionele ontwikkeling en die van het inkoopvak lopen parallel. Met name in het grootbedrijf is inkoop sterk verankerd. De vraag is hier inmiddels niet meer of professionele inkoop toegevoegde waarde heeft, maar of inkoop door de sterke focus op kostenbeheersing niet bezig is opgebouwde waarde en geloofwaardigheid te vernietigen. Van Weele: "Echte businessgedreven inkoop is nog een grote opgave. Ik stel vast dat we op een kantelpunt staan."

## Assessment en certificering

We spreken Van Weele, Jordie van Berkel-Schoonen en Gert Walhof over de nieuwe druk van het standaardwerk 'Inkoop in strategisch perspectief', die voor het eerst in coproductie tot stand is gekomen. Mag inkoop in het grootbedrijf dan vaste voet aan de grond hebben gekregen, in het mkb en de publieke sector is de take-off van recente datum. Van Weele: "De regelgeving is zo complex, en daardoor zo lastig te hanteren, dat je daar hooggekwalificeerde publieke inkoopprofessionals voor nodig hebt." Coauteur Walhof

is het daar roerend mee eens. Hij pleit in navolging van het Verenigd Koninkrijk voor een assessment van alle overheidsinkopers en in aansluiting daarop voor certificering.

## Inkoopbijbel

Toen de eerste druk 'Inkoop in strategisch perspectief. Analyse, strategie, planning en praktijk' in 1988 op de markt kwam, had de jonge marketingdocent Van Weele niet kunnen bevroeden dat het niet alleen de Nederlandse inkoopbijbel zou worden, maar ook een eclatant exportsucces. Van de zes drukken tot nu toe gingen in Nederland zo'n 45.000 exemplaren over de toonbank en het leerboek werd in vele talen vertaald, waaronder het Chinees. De zesde druk dateert van 2008. Van Weele kreeg er naar eigen zeggen zelfs jaren later nog weinig inhoudelijke opmerkingen over. De verkopen van dit, primair op het academisch onderwijs gerichte, leerboek liepen echter terug omdat universiteiten in toenemende mate overgaan op Engelstalige vakliteratuur. De hbo-instellingen op hun beurt hikken aan tegen het academisch gehalte en de hoge informatiedichtheid van het lesboek.

## Cocreatieproces

Op zich was het omschrijven naar de hbo-doelgroep wel een optie, maar Van Weele zag op tegen de hoeveelheid werk die dat met zich mee zou brengen. "Is het dan een idee als je voor de zevende druk de handen ineenslaat met een of meerdere coauteurs", vroeg uitgever Vakmedianet hem daarom. Samen met Gert Walhof, lector inkoopmanagement aan de Hanzehogeschool Groningen, en Jordie van Berkel-Schoonen, transitie manager inkoop en cpo a.i., werkte Van Weele de afgelopen anderhalf jaar aan een nieuw druk die recent officieel werd gepresenteerd. Het cocreatieproces is Van Weele goed bevallen. Zelfs zo goed, dat hij geen enkel boek meer alleen zou willen schrijven.

## Lekker in de hand

De titel is dezelfde, omdat die inmiddels een merknaam is. De nieuwe ondertitel is een stuk minder zakelijk dan de oorspronkelijke: 'Shoppen voor professionals'. Daarmee willen de auteurs aangeven dat de inkoopmaterie ook voor niet-ingewijden toegankelijk is gemaakt. Shoppen doet per slot van rekening iedereen. Maar er is meer veranderd dan alleen de ondertitel. De zevende druk is dunner, 350 pagina's na de bijna 500 in de zesde druk, en bevat tien hoofdstukken in plaats van

de zeventien die de druk ervoor telde. Het boek is ook rijkelijker geïllustreerd met niet alleen schema's en overzichten, maar voor het eerst ook met foto's. Van Weele vindt niet alleen dat zijn boeken "lekker in de hand moeten liggen", maar ook een marketing look-and-feel moeten hebben. Met de zevende druk is die wens ook in vervulling gegaan.

### Behoud van het goede

Dat alles valt direct op als je de nieuwe druk doorbladert. Qua inhoud is, met behoud van het goede, geen steen op de andere gebleven. Het boek is strak toegesneden op het hbo-onderwijs en de praktijk. Elk hoofdstuk start met een actuele casus, evenwichtig verdeeld over de private en publieke sector. Die verdeling heeft alles te maken met de uitgangspunten van het nieuwe boek. "Inkoop is een vak waarvoor speciale competenties nodig zijn, maar die verschillen in de kern niet tussen de private en publieke sector", licht Van Berkel-Schoonen toe. Tot nu toe was het boek vooral toegesneden op de private sector en werd in een apart hoofdstuk aandacht besteed aan inkoop in de publieke sector. De nieuwe druk is in die zin strakker geworden: de kern van inkoop, de status quo wat betreft kennis en ervaring in tekst en modellen. De focus ligt sterk op inkoop als zodanig: wat is nodig om goed in te kopen? Hoe je het dan precies doet, is sector- en situatieafhankelijk en wordt niet behandeld.

### Strakke structuur

De zevende druk is dus weliswaar een laagdrempelig leerboek voor praktisch ingestelde hbo-studenten en praktijkprofessionals, maar gaat meer over het 'waarom' dan het 'hoe'. Naast het boek komen er, afhankelijk van specifieke behoeften in het hbo-onderwijs, online specials. De eerste drie over inkoop in de publieke sector, onderhandelen en supply chain en logistiek staan al op stapel. Voor die specials worden, al dan niet in samenwerking met de auteurs, externe specialisten ingeschakeld. Opvallend is ook dat het boek een onverbiddelijk strakke structuur heeft gekregen. "Al pratend kwam een andere opzet op tafel", vertelt Van Weele. "De backbone is een cyclisch inkoopmodel dat Jordie al een tijd gebruikte en dat zich in de praktijk heeft bewezen. Een mooi uitgangspunt, omdat het inkoopproces geen einde heeft."

### Nieuwe leercurve

De auteurs onderscheiden vier fasen in dat model: 1) strategiebepaling, 2) inkooptraject, 3) implementatie en 4) beheer. In de beheerfase hebben contract- en leveranciersmanagement een volwaardige plek in het boek gekregen. Daarnaast onderscheiden de auteurs risicomangement en stakeholdermanagement als voorwaardenscheppende activiteiten. Wat dat laatste betreft heeft de praktijk namelijk inmiddels geleerd dat je als inkoper wel gelijk kunt hebben, maar het niet automatisch zult krijgen. Van Weele vond "de zesde de beste", maar voegt daar direct aan toe dat het 'beste boek' altijd gebonden is aan tijd en context. "In Jordie en Gert heb ik vakprofessionals gevonden die dit op hun manier kunnen doorzetten. Daarom is de zevende druk ook anders geworden. We zijn samen een nieuwe leercurve op gesprongen." ●

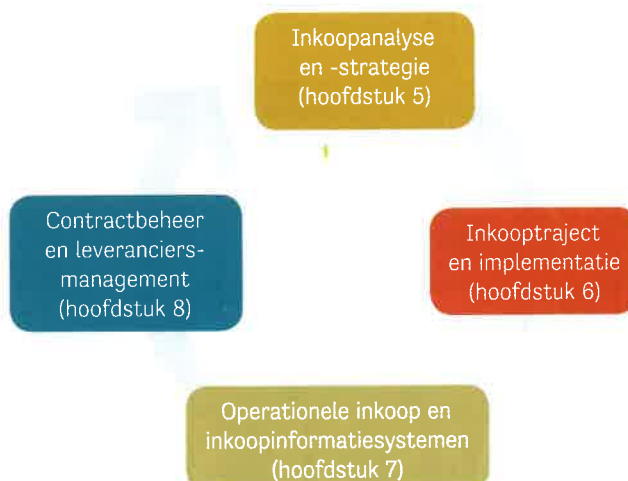
## SCHEMATISCHE WEERGAVE VAN DE OPBOUW VAN 'INKOOP IN PERSPECTIEF, SHOPPEN VOOR PROFESSIONALS'



### I - CONTEXT

- De rol van inkoop binnen de keten van vraag en aanbod (hoofdstuk 1)
- Inkoopproces: structuur en besluitvorming (hoofdstuk 2)
- Management van inkoop (hoofdstuk 3)
- Organisatie van inkoop (hoofdstuk 4)

### II - INKOOPSTRATEGIE EN -PROCES



### III - VOORWAARDEN

- Risico- en stakeholdermanagement (hoofdstuk 9)
- Duurzaam inkopen, integriteit en ethiek (hoofdstuk 10)

