

De zesde is de beste

Het begon in 1979 met de start van ISFAH, het Inkoop Seminar voor Functionarissen met een Academische en/of HBO-opleiding. Voor het eerste seminar waren veertien aanmeldingen. De jonge marketingdocent Arjan van Weele mocht als vijftiende deelnemen, mits hij de rol van assistent-projectleider wilde vervullen. Hij werd er gegrepen door het vak, wat in 1984 leidde tot een promotie op inkoopgebied met de titel: *Purchasing Control: Performance Measurement and Evaluation of the Industrial Purchasing Function*. NEVI was toen nog NEVIE, de Nederlandse Vereniging voor Inkoop Efficiency, en *Het commercieel beleid bij verkoop en inkoop* van Verdoorn (1962) het enige inkoopboek. Van Weele schreef toen inkoopartikelen en maakte deel uit van het Nyenrode-onderzoeksproject 'Professioneel inkopend Nederland nu en straks', dat in opdracht van het ministerie van Economische Zaken werd uitgevoerd. In 1987 verscheen *Grondslagen van*

In 1988 verscheen de eerste druk van *Inkoop in strategisch perspectief* van Arjan van Weele. In 25 jaar ontwikkelde dit boek zich niet alleen tot de bijbel van inkopend Nederland, maar werd het ook een exportsucces. Samen vormen de zes drukken de moderne Nederlandse inkoopgeschiedenis.

tekst: **Freek Andriesse**

de inkoop van Nijs, het eerste Nederlandse *dedicated* inkoopvakboek. Het was het laatste duwtje dat Van Weele nodig had.

Uitstraling

In 1988 maakte Michael Gorbatsjov een einde aan de Koude Oorlog, werd Nederland als tweede land ter wereld aangesloten op het internet, werden 'we' Europees voetbalkampioen en was inkopend Nederland het boek *Inkoop in strategisch perspectief. Analyse, strategie, planning en praktijk* rijker.

In een kwarteeuw is het niet alleen de Nederlandse inkoopbijbel geworden, maar ook een exportsucces, met vertalingen in onder meer

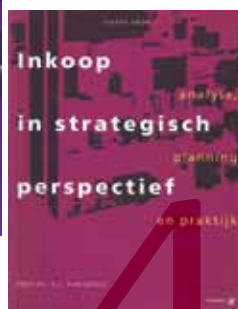
het Engels, Noors en Chinees. Van de zes drukken zijn in Nederland tot nu toe ruim 40.000 exemplaren verkocht. Aan het concept is volgens Van Weele sinds 1988 niets veranderd: inkoop wordt vanuit een managementperspectief beschreven, theorie en praktijk komen beide aan bod en het boek moet volgens de auteur "lekker in de hand liggen". Met uitzondering van de lompe en kleurloze vijfde druk, is ook dat laatste prima gelukt. Wat tot nu toe niet is gelukt, is om het boek een marketingachtige uitstraling te geven, zoals de boeken van marketinggoeroe Kotler dat hebben. Het is een grote wens van de inkoophoogleraar met marketingbloed.

De Pijl

1992. Met het Verdrag van Maastricht werd de basis gelegd voor de euro, een Boeing van El Al boorde zich in een flat in de Amsterdamse Bijlmer en het eerste sms-bericht werd verstuurd. Van Weele was inmiddels de eerste inkoophoogleraar van Nederland en de tweede druk van *Inkoop in strategisch perspectief* zag het levenslicht. Daarin het nieuwe hoofdstuk 'Het inkoopproces: de rol van de inkoper', met een noviteit: het inkoopprocesmodel, inmiddels beter bekend als De Pijl van Van Weele. Het hoofdstuk 'Strategische benaderingen: van bestellen naar marktgericht inkopen' is uitgebreid met de portfoliomatrix van Peter Kraljic. In de eerste druk van 1988 waren de ideeën van Kraljic al geïntroduceerd, maar was de portfolio visueel niet opgenomen.



Foto: Ineke Verimmen



De gebruikers van het boek waren in de beginjaren vooral de inkopers bij grote bedrijven. Zij waren geïnteresseerd in nieuwe modellen en concepten. Inkoopopleidingen waren er nauwelijks. Inmiddels is er een groot en divers aanbod van opleidingen en is de helft van de kopers van dit standaardwerk student, zo schat Van Weele in.

Vleugels

De tweede helft van de jaren negentig zou een cruciale periode voor inkoop blijken. Door de mondialisering nam de concurrentie toe. Was lange tijd verticale integratie het centrale businessmodel, dit veranderde in concentratie op kernactiviteiten en uitbesteding van de rest. Het zou het vak vleugels geven. De industrie, met name de auto-industrie, ging er als eerste mee aan de slag. De cijfers spreken boekdelen: het inkoopdeel van DAF ging van 42 procent in 1988 naar zo'n 80 procent. De toenemende uitbesteding leidde tot verdienstelijking.

Door EU-wetgeving kwam ook de inkoop in de publieke sector langzaam op gang. Beide ontwikkelingen zien we terug in de derde druk uit 1997 met twee nieuwe hoofdstukken: 'Inkopen in een dienstverlenende omgeving' (dit evolueert in 'Facility management en inkoop' en 'Inkoop van zakelijke dienstverlening', met medewerking van Wendy van der Valk, in de zesde druk) en 'Overheidsaanschafbeleid in Europees perspectief', dat evolueert in 'Public procurement' (met Hein van der Horst) in de zesde druk.

Gouden jaren

Aan het begin van het nieuwe millennium was de wereld in de ban van internet. Overinvesteringen leidden tot het uiteenspatten van de internetbubbel. Voor inkoop waren het gouden jaren: NEVI groeide als kool, er kwamen steeds meer inkoophoogleraren,

-opleidingen, -concepten en -modellen. Het is dan ook niet toevallig dat in 2006 *Het Inkoopmodellenboek* verscheen.

Inkoop was in die jaren vooral bezig met zichzelf, wat goed te zien is in de vierde (2001) en vijfde (2005) druk van *Inkoop in strategisch perspectief*. In de vierde druk voegde Van Weele een nieuw hoofdstuk toe: 'Inkoopstrategie, e-procurement en marktplaatsen', wat in de zesde druk in 2008 werd geïntegreerd in het hoofdstuk 'Inkoopprocessen: structuur en besluitvorming'. In de vijfde druk staat het nieuwe hoofdstuk 'Uitbesteding en risicomangement' en een herzien hoofdstuk 'Inkoop en supply chain management in retailorganisaties'.

Over de vijfde druk is Van Weele ronduit getreden. De goede inhoud moet het doen zonder toegevoegde waarde van de uitgever. Een kleurloze, lompe pil van bijna 600 pagina's. De zesde druk is weer dunner, strakker, frisser en met een lekker stevige omslag.

Besparingswapen

Met het omvallen van Lehman Brothers brak in 2008 de kredietcrisis uit. Icesave ging failliet, Fortis werd genationaliseerd. Het was het begin van een lange periode van laagconjunctuur. Saillant detail: in 2008 kreeg ook Cyprus de euro. De olieprijs kwam voor het eerst boven de 100 euro per vat. De Chinese economie groeide als kool. Grondstoffen werden schaars en de gevolgen voor het klimaat werden pijnlijk duidelijk. Risicomangement en duurzaamheid kwamen bij de inkoper terecht. Door de economische crisis in het Westen begrijpt de directiekamer dat inkoop over winst gaat en dus grijpen inkopers massaal naar het besparingswapen.

Toen de kredietcrisis uitbrak, had Van Weele *Inkoop in strategisch perspectief* net ingrijpend herzien. Het hoofdstuk 'Inkoopprocessen: structuur en besluitvorming' was

veranderd, e-procurement werd hierin geïntegreerd. Daarnaast een nieuw hoofdstuk 'Inkoop van zakelijke dienstverlening' en in 'Public procurement' de laatste ontwikkelingen omtrent de Aanbestedingswet. Ook een nieuw hoofdstuk: 'Ontwikkelen van inkoop- en sourcing-strategieën' (*category sourcing*). 'Open innovatie' was toegevoegd aan 'Inkoop, ontwikkeling en kwaliteitszorg' en Sarbanes-Oxley aan 'Prestatiemeting in inkoop'. Ten slotte ook nieuw: 'Duurzaam inkopen, integriteit en ethiek'.

Tijdgeest

De zesde druk vindt Van Weele de beste tot nu toe. De zevende komt niet uit in het jubileumjaar 2013, maar in 2014. Het zal een nieuw hoofdstuk bevatten: 'Contractmanagement voor complexe projecten' en een herzien hoofdstuk: 'Duurzaam inkopen, integriteit en ethiek'. 'Inkoopbeleid en ondernemingsstrategie' wordt grondig herzien. Omdat Kluwer zich heeft toegelegd op juridische uitgaven, is het leerboek in handen gekomen van Vakmedianet. Met deze uitgever wordt overlegd over de nieuwe druk. Hierin zal volgens Van Weele voor het eerst de tijdgeest aanwezig zijn. "De huidige focus op kosten kan het vak schaden. Duurzaamheid en focus op waardecreatie bieden daarentegen enorme kansen. NGO's hebben ontdekt dat je de wereld kunt veranderen door bedrijven in hun *brand* te treffen en dat gaat nu via het aanpakken van misstanden in de toeleveringsketen. En wie anders dan de inkoper moet die misstanden aanpakken?"

Ter gelegenheid van het 25-jarig jubileum van 'Inkoop in Strategisch Perspectief' geeft Arjan van Weele een serie colleges over 'Van kostenbewusteloosheid naar waardebewustzijn in inkoop' (zie www.collegetourpurchasing.nl) Het programma wordt door NEVI ondersteund.