



Hanzehogeschool Groningen

FACILITY MANAGEMENT EN INKOOP

Dit voorjaar is onze Lector Inkoopmanagement Gert Walhof officieel geïnstalleerd. Een mooie gelegenheid om u te informeren over welke activiteiten er op het gebied van Inkoopmanagement bij het Instituut voor Facility Management (FM) plaatsvinden.

In het zich zeer dynamisch ontwikkelend FM-werkveld doen zich diverse boeiende vraagstukken op het gebied van Inkoopmanagement voor.

Facility Management, waarom zou je het als organisatie nog in eigen beheer houden? Outsourcing is toch de trend?! Koop het gewoon in: je faciliteiten, je schoonmaak, je catering, je beveiliging, je onderhoud, je verwarming, je koeling, je groenvoorziening.... En ook je ICT?..... En ook je P&O ondersteuning? En ook je Financiële administratie en controlering?.....

Wordt Facility Management niet gewoon Inkoopmanagement en wordt dus het hele FM-gebeuren niet voornamelijk contractmanagement?

Voor ons als opleiding vormt het een uitdaging hier adequaat op in te spelen en doen zich vragen voor als richten we het FM-onderwijs louter in op het (commercieel) aanbieden van FM-diensten aan organisaties of moet het onderwijs toch toegesneden zijn op het (leiding geven aan het) eigen (corporate) facilitaire bedrijf binnen een organisatie?

Wij kiezen ervoor om het onderwijs in te richten op beide aspecten van de facilitaire dienstverlening; dat inkoop daarin een cruciale rol speelt is evident duidelijk. Maar inkoop voor de (corporate) facilitaire manager is verkoop voor de (commercieel) facilitaire dienstverlener. Inkoop en verkoop, ze kunnen veel van elkaar leren.

En op dat "van elkaar leren" is ons lectoraat Inkoopmanagement, onder leiding van onze lector Gert Walhof, nu precies gericht.

Inkoopmanagement, niet alleen in het MKB en de grote bedrijven, maar ook in de publieke sector, zal in toenemende mate de sleutel tot succes, kostenbesparing en duurzaamheid zijn. Niet alleen door slim, verantwoord en duurzaam in te kopen maar ook om te bepalen wanneer je een aantal zaken beter in eigen beheer kunt uitvoeren.

Kortom: Inkoop is een prachtig thema voor de inrichting van ons onderwijs en ook een zeer geschikt thema voor deze FM-werkveldkrant. Wij zien uw reacties, commentaren, adviezen en suggesties graag tegemoet.

Ron van der Weerd, Dean Instituut voor Facility Management



Over het Instituut voor Facility Management

Het Instituut voor Facility Management van de Hanzehogeschool Groningen is de kennisinstelling in het Noorden voor toegepast facility management. Het instituut leidt managers op met een bedrijfskundige en mensgerichte inslag. Het instituut draagt bij aan kenniscirculatie en -innovatie op nationaal en internationaal niveau.



INSTALLATIE GERT WALHOF ALS LECTOR INKOOPMANAGEMENT

Sinds mei 2008 is Gert Walhof als lector Inkoopmanagement verbonden aan het Instituut voor Facility Management van de Hanzehogeschool Groningen. 25 maart 2009 was het dan zo ver: hij werd officieel geïnstalleerd als lector Inkoopmanagement.

Het was - zoals Gert Walhof het zelf aangaf - een stijlvolle gebeurtenis die zich in een plezierige sfeer voltrok. Luchtig, niet te formeel, op de praktijk gericht en gelardeerd met een film over het inkoopseminar. En hoewel hij niet aan rituelen hecht, had zijn installatie toch meer impact op hem dan hij van tevoren dacht. "Iemand zei: 'nu ben je het echt' en zo voelt het ook". Het omhangen van de sjerp gaf het geheel nog extra cachet.

Vanuit een terughoudende opstelling geleidelijk enthousiast worden, lijkt kenmerkend voor de kersverse lector. Over zijn sollicitatie zei hij: "Mijn twijfels lagen bij het onderwijs en de studenten; dit stond toen ver van mij af". Hij vroeg en kreeg een oriëntatieperiode van zo'n twee maanden. Hem werd duidelijk, dat binnen het instituut voor Facility Management al een stevige basis was gelegd op het vakgebied Inkoopmanagement.

Het Hanze Inkoopseminar georganiseerd door studenten van de opleiding FM, gaf voor hem de doorslag. Hij dacht: "Hier kan ik aantrekkelijke nieuwe dingen ontwikkelen".

De lector heeft de afgelopen maanden gewerkt aan het concretiseren van de belangrijkste opdrachten van het lectoraat: op de kaart zetten en verder professionaliseren van inkoop, ontwikkelen van onderzoeklijnen en een onderzoeksvorstel doen en leveren van een bijdrage aan het ontwikkelen van onderwijs op dit gebied.

Dit heeft onder meer geresulteerd in:

- een kenniskring Inkoop waarin mensen deelnemen vanuit het Instituut voor Facility Management, het Instituut voor Rechtenstudies, het Instituut voor Bedrijfskunde en het stafbureau Financieel Economische Zaken van de Hanzehogeschool;
- een succesvol verlopen Hanze Inkoopseminar op 13 februari 2009;
- een viertal concrete onderzoeksthema's:
 - o Inkoopbeleid MKB
 - o Outsourcing
 - o Het aanbesteden van werken
 - o Duurzaam inkopen.

Voor Gert Walhof is het lectoraat geslaagd als over 4 jaar in Nederland erkend wordt, dat in het HBO-onderwijs de Hanzehogeschool "the place to be is" als het gaat om inkoop. Verder vindt hij het belangrijk, dat er in die tijd goed onderzoek gedaan is, dat de financiering gewaarborgd is en dat het Midden en Klein Bedrijf en instellingen in de publieke sector in Noord Nederland de Hanzehogeschool als het kenniscentrum voor Inkoop zien.

De rede die door Gert Walhof is uitgesproken tijdens de installatie kunt u nalezen op www.hanze.nl/inkoopmanagement onder 'nieuws'.



WINNEN MET INKOOPT

Volgens MKB Nederland behoort 99% van alle bedrijven tot het MKB. Samen boeken deze bedrijven een omzet van een kleine € 800 miljard. Als van deze omzet nu eens 40% wordt ingekocht (bedrijven in de industrie kopen ongeveer 60% van de omzet in!) dan gaat het over € 320 miljard en met een verbeteringspotentieel van 10% dan ligt er € 32 miljard aan nog niet gebruikte concurrentiekracht braak!

Nu zijn ondernemers niet gek en weten ze vaak heel goed waar mogelijkheden voor verbetering liggen. Het is ook geen kwestie van niet weten, maar eerder van krijgen van een beter inzicht in het probleem en van de tijd nemen om oplossingen te bedenken. Daar gaan de Hogeschool Utrecht en de Hanzehogeschool Groningen nu onderzoek naar doen en u kunt direct deelnemen en op termijn gebruik maken van de resultaten.

Lectoraten

Het lectoraat Extended Enterprise Studies van lector Johan Versendaal aan de Hogeschool Utrecht en het lectoraat Inkoopmanagement van lector Gert Walhof aan de Hanzehogeschool Groningen zien het inkoopprobleem van het MKB. Jaarlijks stijgt het inkoopdeel (% van de omzet die ingekocht wordt) bij bedrijven. Uit onderzoek is bekend dat het MKB achterloopt ten opzichte van grote bedrijven als het gaat om de professionaliteit van inkoop. En dat kost concurrentiekracht.

De opdracht van lectoraten binnen het Hoger Onderwijs is om praktijkonderzoek te doen. Daarbij wordt een probleem bij de kop gepakt en onderzocht, met als doel praktisch werkbaar oplossingen te bedenken die echte verbeteringen (= resultaten) brengen. Johan Versendaal en Gert Walhof maakten van het inkoopprobleem van het MKB een inkoopuitdaging en schreven het onderzoeksvoorstel "Innovatieve inkoop- en supplymanagement".

De kracht van inkoop

De trend is dat bedrijven meer gaan inkopen. Dit is een ontwikkeling die het afgelopen decennium al te zien is geweest. De belangrijkste drijfveer hierachter is, dat bedrijven zich meer richten op hun kernactiviteiten en daarom meer gaan inkopen bij toeleveranciers. Een meer recente tendens is, dat bedrijven bij het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten vaker gebruik zullen maken van de kennis en kunde van toeleveranciers.

Welke trend we ook volgen, het gevolg is dat de afhankelijkheid van toeleveranciers toeneemt en daarmee het belang van een professionele inrichting en bemensing van de inkoopfunctie. Het wordt immers belangrijker om toeleveranciers zeer zorgvuldig te selecteren en om de relatie met gecontracteerde leveranciers zo te managen, dat deze minimaal de afgesproken resultaten (en het liefst nog een beetje meer) leveren.

Inkoop binnen het MKB

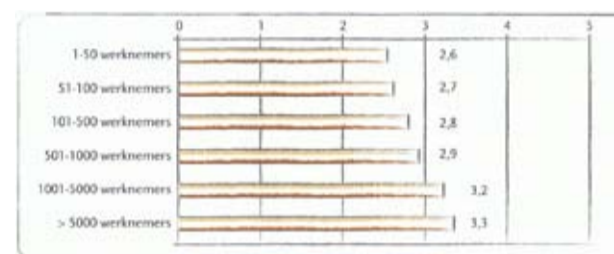
Onderzoek heeft aangetoond dat er een relatie is tussen de volwassenheid waarmee een organisatie inkoop bedrijft en de effectiviteit van deze inkoop. Anders gezegd: hoe volwassener de inkoop des te beter het resultaat. Investeren in een professionele inkoopfunctie loont en levert extra concurrentiekracht.

In 2007 heeft Bureau Berenschot onderzoek gedaan naar de mate van inkoopvolwassenheid binnen bedrijven. De uitkomst was, dat kleinere organisaties slechter scoren als het gaat om inkoopvolwassenheid, dan grote organisaties en daardoor een lager inkoopresultaat scoren.

Waarom onderzoek

Nu zijn er vele oorzaken te bedenken waarom het MKB minder scoort als het gaat om volwassenheid van de inkoopfunctie en het behalen van goede inkoopresultaten. Maar het achterhalen van deze oorzaken is alleen interessant als van daaruit ook nagedacht wordt over welke oplossingen er zijn voor

verbeteringen. Daar willen Johan Versendaal en Gert Walhof naar gaan kijken om zo te komen tot innovatieve inkoop- en supplymanagementoplossingen voor het MKB.



(Bureau Berenschot 2007)

Van, voor en met het MKB

Belangrijk is, dat bedrijven direct betrokken zijn bij het uitvoeren van het onderzoek en het bedenken en uitproberen van oplossingen in de praktijk. Het moet immers niet gaan over het MKB maar graag van, voor en met het MKB. Bent u geïnteresseerd en wilt u een bijdrage leveren, neem dan contact op met:

- Hogeschool Utrecht, Johan Versendaal, j.versendaal@hu.nl voor bedrijven uit Midden Nederland
- Hanzehogeschool Groningen, Gert Walhof, g.h.walhof@pl.hanze.nl voor bedrijven uit Noord Nederland.

PEZY PRODUCT INNOVATION:

Een groot bedrijf met simpel inkoopmanagement

Pezy is een bedrijf binnen het MKB dat zich profileert als partner in productinnovaties. Voor gevestigde organisaties zoals Philips, Heineken, Unilever en vooruitstrevende MKB-bedrijven creëert het bedrijf nieuwe en verbeterde productconcepten, doet de productontwikkeling en ondersteunt het opstarten van de productie. Jan Hoekstra heeft de explosieve groei van Pezy vanaf het begin aan den lijve ondervonden en vertelt vol enthousiasme en passie voor zijn vak over wat er binnen het bedrijf speelt. "Wij hebben hier geen functies, maar rollen. We zijn een team en samenwerking staat centraal. Als ik mijn taken naar een functie zou moeten vertalen, zou het 'teamleider shared services' zijn, maar dat dekt niet de hele lading."

De ontstaansgeschiedenis

In 1995 zijn twee broers die net van school kwamen samen een bedrijf gestart, Pezy genaamd. De eerste opdracht die ze binnen haalden, was een klapper. Philips wilde in samenwerking met Nivea hun scheerapparaat innoveren. Dit bood de broers een enorme commerciële kans en financiële stabiliteit. Hoekstra: "Ze huurden een unit in een bedrijfsverzamelgebouw en zijn samen met een studievriend als een stel kwajongens gaan pionieren." Het bedrijf groeide snel en voordat ze het wisten, moest er personeel worden aangenomen. Een eerste grote kostenpost. Ze namen vooral mensen aan die hun 'meerdere' waren, zodat ze er zelf van konden leren. "Om dat soort mensen te kunnen aantrekken moest er worden nagedacht over HRM, de inrichting van het bedrijf en de vraag over hoe je mensen garanties biedt en aan je kunt binden.

De beginjaren waren risicovol. Zo wilden ze bijvoorbeeld, vanuit hun unieke visie op productontwikkeling, een grote investering in een machine doen die innovaties, die op papier leken te werken, in de praktijk kon testen. Mankementen werden in een vroeg stadium opgespoord en zo konden productontwerpen verbeterd worden. De ontwerpen werden daardoor aantoonbaar functioneel en maakbaar.

Het bedrijf bestaat grofweg uit twee delen, namelijk de

ontwerpkant en de ruimte waarin matrijzen en modellen gemaakt, getest en geverifieerd worden. "Het mooie is dat we alles zelf kunnen vanaf het eerste idee tot aan het testen in de praktijk. De daadwerkelijke massaproductie gebeurt in het buitenland."

Het inkoopmanagement

Wat betreft het inkoopmanagement is Hoekstra duidelijk: "We zijn een kennisintensieve zakelijke dienstverlener. De kwaliteit van onze inkoop is daardoor geen kritische succesfactor. Bovendien is het percentage van de kosten dat werkelijk beïnvloedbaar is maar ongeveer 10%". Besparen op de inkoopkosten lijkt in deze structuur een lastige klus, toch is het volgens Hoekstra mogelijk efficiënter te werk te gaan. "We kunnen bijvoorbeeld besparen door het aantal toeleveranciers terug te brengen door een betere interne organisatie van de inkoop, waardoor we kunnen besparen op de eigen uren en door beter gebruik te maken van de schaalvoordelen die door de ontstane omvang mogelijk worden."

Toekomstverwachtingen

Hoewel Pezy niet veel merkt van de huidige economische crisis - de productiviteit ligt nog even hoog als vorig jaar - is kostenbeperking wel een punt van aandacht. "Maar de meeste kosten zijn onontkoombaar, zoals dure

licenties, dure werkstations en personeelskosten. Al het personeel dat we hebben, is ook nodig voor het hele proces. De overhead is minimaal."

Inmiddels is Pezy uitgegroeid tot een bedrijf met ruim 70 professionals met vestigingen in Groningen, Eindhoven en Amsterdam. "Om het wij-gevoel kracht bij te zetten zorgen wij dat onze faciliteiten op alle vestigingen hetzelfde zijn. Dit betekent vooral dat beeldbepalers zoals stoelen, bureaus en vloerbedekking overal gelijk zijn. Wanneer je een bezoek brengt aan een andere locatie, heb je altijd een soort gevoel van thuiskomen."





Het systeem heeft het gedaan!

Er is een tijd geweest, dat als er binnen organisaties of tussen organisaties en klanten iets fout ging, het systeem het gedaan had. Vaak ging het dan om computers die blijkbaar hun eigen weg gingen. Op 2 april jl. woonde ik een interessante bijeenkomst bij georganiseerd door FMN – Nevi Facilitaire Inkoop. Tijdens deze bijeenkomst vond er een duopresentatie plaats door een gemeente en een ingenieursbureau over het uitbesteden van de regie en de aanpak en uitvoering van planmatig- en klachtenonderhoud. De afspraken waren wel tot stand gekomen, maar met horten en stoten. En het systeem had het gedaan.

Dit keer waren het niet computers, maar het systeem van Europees aanbesteden. Volgens de sprekers nodeloos ingewikkeld, te formeel, zonder "vrije ruimte" en erg kostbaar. Kortom alle (voor)oordelen over Europees aanbesteden kwamen voorbij. Als we de case echter nader beschouwen, dan zijn er de nodige vraagtekens te zetten bij de gekozen aanpak. In de eerste plaats was dit de eerste keer dat de gemeente in kwestie de genoemde dienstverlening ging uitbesteden. Het ingenieursbureau had al goed nagedacht over wat ze assetmanagement noemden en had de nodige praktijkervaring. Bij de gemeente was inkoop decentraal georganiseerd. Vooral een aantal onderhoudsbeheerders, verantwoordelijk voor de taken toen de gemeente regie en onderhoud nog in eigen beheer had, waren belangrijke stakeholders binnen het project. Uit de presentatie bleek dat deze mensen vooral technisch onderlegd waren. Tot dat moment werd niet vanuit inkooperspectief naar deze

taken gekeken. Bovendien werd duidelijk dat er weinig managementinformatie beschikbaar was toen besloten werd om te gaan uitbesteden. Het project werd echter wel opgezet met een zeer concrete besparingsdoelstelling. De gemeente besloot tot een niet openbare Europese aanbesteding (stap 1: eerst maximaal 5 geschikte leveranciers selecteren – stap 2: dan de opdracht aan één van deze 5 leveranciers gunnen), waarbij tijdens de procedure bleek, dat er geen concurrentie ontstond, omdat maar één van de aanbieders in de 2de fase met een offerte kwam. Een paar conclusies: er was een gebrek aan kennis bij de gemeente, er was bij de gemeente sprake van gebrekkige managementinformatie - maar wel een harde besparingsopdracht -, de praktijkkennis kwam van technisch onderlegde mensen, er werd weinig inkoopkennis toegevoegd en er werd een aanbestedingsmethode gekozen, zonder andere mogelijkheden te beschouwen om een afgewogen keuze te kunnen maken. En toen de verwachtingen niet uitkwamen, kreeg het systeem van Europees aanbesteden de schuld.

Graag zou ik een pleidooi willen houden om welke aanbesteding dan ook te starten met een goed doordacht plan. Tijdens de voorbereiding wordt het succes van de aanbesteding in belangrijke mate bepaald. Gelukkig door de mensen die denk- en doekracht aan het project leverden en niet door "het systeem".

Gert Walhof
Lector Inkoopmanagement
Instituut voor Facility Management

BENCHMARKONDERZOEK GEMEENTE GRONINGEN

Geprofessionaliseerd inkoopmanagement

Sibbe van der Molen is Hoofd Commerciële Zaken bij de Gemeente Groningen. In dit interview vertelt hij over het benchmarkonderzoek dat het Lectoraat Inkoopmanagement in opdracht van de gemeente gaat uitvoeren.

Wat houdt het benchmarkonderzoek dat uitgevoerd gaat worden precies in?

"Het gaat om de professionalisering van de inkoopfunctie. Het beoogt een vergelijking met gemeenten van vergelijkbare grootte, zoals Maastricht, Eindhoven, Breda, Utrecht en Arnhem. Overigens zijn deze gemeenten nog niet benaderd om mee te doen. Qua opbouw van de gemeentelijke organisatie zijn deze nagenoeg hetzelfde. We zijn al heel lang bezig met het professionaliseren van inkoop. Er bestaat een beeld dat we niet zo hard opschieten maar zelf hebben we het idee dat we het niet zo gek doen. Daarom willen we een vergelijking maken met soortgelijke gemeenten."

Hoe is de samenwerking met de Hanzehogeschool tot stand gekomen?

"Wij beschikken niet over voldoende expertise en met name tijd voor een benchmarkonderzoek. Daarbij komt dat het juist een beter resultaat kan opleveren als het wordt uitgevoerd door een onafhankelijke buitenstaander. Wij zijn betrokken geweest bij de oprichting van het Lectoraat Inkoopmanagement en zo kwam alles op een mooie manier samen. Bovendien wil de Hanzehogeschool zich ontwikkelen op het gebied van inkoop en deze samenwerking kan daar zeker aan bijdragen."

Wat hoopt de gemeente Groningen met het onderzoek te bereiken?

"We hopen dat we in de hoofdlijn een goede vergelijking krijgen met andere gemeenten en dat hierin naar voren komt dat we het goed doen. Dit zullen we aan de gemeenteraad laten weten, omdat de interesse daarnaar uitgaat. We willen ons zelf profileren als een goede en efficiënte organisatie. De bestuurlijke thema's, zoals maatschappelijk verantwoord inkopen, willen we ook benadrukken."

Zijn er ook concrete voorbeelden te noemen waardoor inkoop geprofessionaliseerd wordt?

"Successen die we behaald hebben, vertalen zich vooral in het goedkoper inkopen of inkopen tegen een hogere kwaliteit. Ook rechtmatig inkopen is een belangrijk thema. Het is belangrijk dat je veel beter zicht krijgt op wat je inkoop, hoe je slim kunt inkopen en wat past bij de organisatie. Concrete voorbeelden waarbij we duurzaam inkopen zijn bijvoorbeeld duurzame auto's, groene energie, kopieermachines of energiezuinige pc's. Dat zijn duidelijke resultaten. Een derde van wat de gemeente Groningen uitgeeft, gaat naar inkoop, zo'n 300 miljoen euro. Als je daar goed mee om kunt gaan en zo efficiënt mogelijk inzet, heeft iedereen daar baat bij."

Wat zijn effecten van geprofessionaliseerd inkoopmanagement?

"Besparingen, duurzaamheid en controle op de uitgaven. We hebben tegenwoordig sterk met Europees aanbesteden te maken. Dat is een belangrijk uitgangspunt. Doelmatigheid, dus het behalen van voordelen in de brede zin van het woord, is ook een positief effect. Sommige dingen kunnen heel sterk in geld uitgedrukt worden en andere dingen zijn meer gericht op kwaliteit en verbetering van processen. Uiteraard moet je ook kosten maken, zoals personeel en ondersteunende applicaties. Het is zoeken naar de goede balans."

Is er meer efficiëntie te behalen met de manier waarop ingekocht wordt?

"Absoluut, dat heeft alles te maken met de mate van volwassenheid van een organisatie. Er moeten afspraken worden gemaakt over wat er gezamenlijk wordt ingekocht en op welke manier. Inmiddels is dat een proces welke we in belangrijke mate hebben afgerond. Nu komt het volgende stadium, namelijk dat mensen



met verstand van bepaalde zaken in een vroegtijdig stadium betrokken worden bij de besluitvorming en budgettering rondom dat deel van de inkoop. Daarvoor is vertrouwen nodig van de organisatie. Er zit op termijn ook een geheel nieuwe fase aan te komen, te weten dat de gemeente Groningen wellicht samen met partijen als de Hanzehogeschool, het UMCG of de universiteit meer concreet gaan samenwerken, bijvoorbeeld door collectieve inkoop te organiseren."

“EERST KIJKEN DAN INKOPEN”

Fimke Jongejan en Gerben Bekema hebben met hun afstudeerproject “Eerst kijken dan inkopen” de “Purchase Promise Award 2009” gewonnen.

Deze prijs wordt jaarlijks door de NEVI-kringen Groningen-Drenthe en Friesland beschikbaar gesteld voor het meest veelbelovende inkooptaent en is uitgereikt tijdens het Hanze Inkoopseminar 2009. Het seminar dat ieder jaar voor de 4de jaarcursisten de afsluiting van de specialisatie/minor Inkoopmanagement vormt, werd georganiseerd door het Instituut voor Facility Management.

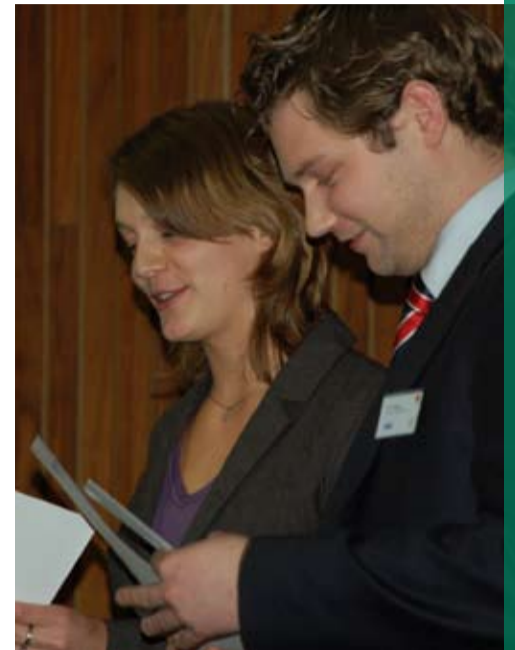
Dit jaar hebben de studenten als praktijkopdracht bij bedrijven en instellingen in Noord Nederland de inkoop van facilitaire producten en diensten doorgelicht. De onderwerpen van deze opdrachten waren vooral gericht op kostenbesparingen, reorganisaties, professionalisering van de inkoopafdeling en het reduceren van ‘Maverick buying’ (buiten contract om kopen). Fimke en Gerben mochten de theorie die zij bij de minor Inkoopmanagement hebben opgedaan, gaan toepassen in de praktijk. Uit interviews en enquêtes kwam naar voren, dat de inkoopafdeling niet altijd vroeg genoeg werd ingeschakeld bij het inkoopproces. Ook werd duidelijk, dat er weinig tot niets aan marktonderzoek werd gedaan.

Fimke en Gerben hebben goede onderzoekstools ontwikkeld om aan deze problemen iets te kunnen veranderen. Bij het zoeken van informatie kwamen zij er achter, dat er in het algemeen weinig informatie over marktonderzoek op het gebied van inkoop beschikbaar was.

Vervolgens werden in een Kraljicmatrix verschillende inkooppakketten geplaatst aan de hand van gevonden gegevens. In deze matrix worden, in vier kwadranten, inkooppakketten ingedeeld naar de mate van belang in geld versus hoe afhankelijk het bedrijf is van toeleveranciers. Via een ontwikkelde quick scan werd vervolgens bepaald of bepaalde inkooppakketten opnieuw zouden worden aanbesteed of niet. De verwachting is, dat de inkoopafdeling zo interne klanten nog beter kan adviseren, waardoor zij voortaan eerder in het inkoopproces worden ingeschakeld.

Daarnaast is er een tool voor inkoopmarktonderzoek ontwikkeld. Deze tool maakt duidelijk wie verantwoordelijk is voor welke inkooppakketten. Vervolgens is een planning opgesteld, zodat voor verschillende pakketten inkoopstrategieën kunnen worden ontwikkeld. Strategieën bepalen ook wat er ingekocht moet worden en hoe. Bij het bepalen van deze strategieën wordt informatie, verzameld via de ontwikkelde inkoopmarktonderzoek-tool, gebruikt.

Fimke en Gerben werden geprezen door de vakjury van de NEVI voor hun heldere en consistente aanpak bij de ontwikkeling van een instrument voor de afdeling inkoop, waardoor snel helder wordt wie, hoe en wanneer een inkoopmarktonderzoek moet worden uitgevoerd.



EUROFM TIJDENS INTERNATIONALE WEEK IN 2010

In januari 2010 organiseert het Instituut voor Facility Management een internationale week. De ledenbijeenkomst van EuroFM zal hier een belangrijk onderdeel van uitmaken. EuroFM is een internationaal netwerk bestaande uit meer dan zestig organisaties, die gericht zijn op het vakgebied Facility Management. Dit zijn opleidings- en researchinstututen, commerciële bedrijven en verenigingen uit 15 Europese landen. De missie van EuroFM is het uitbreiden van kennis op het gebied van Facility Management en het toepassen hiervan in de praktijk, in het onderwijs en in onderzoek. Het doel is om de ‘Best Practice’ in heel Europa bekendheid te geven.

Piet Hein Oosterhagen, teamleider binnen het instituut, laat weten het interessant te vinden om EuroFM te huisvesten tijdens de ledenbijeenkomst, mede omdat dit de gelegenheid biedt te laten zien waar de Hanzehogeschool goed in is. Het gaat dan vooral om het thema ‘procurement’. Aangezien belangrijke partijen uit heel Europa zich een aantal dagen in de gebouwen van de school zullen bevinden, wordt de internationale week eraan gekoppeld.

“We ontvangen de leden van EuroFM op donderdag en een deel van die dag gebruiken we om uit te leggen wat de concepten zijn die achter inkoop zitten. Dan moet je denken aan een theoretische verhandeling over inkoop. De vrijdag zal uit drie onderdelen bestaan, namelijk het ‘educational part’, ‘organizational part’ en ‘research part’. Deze eenheden hebben hun eigen deelvergadering. Daarnaast zit er een centraal deel in, waar we dieper zullen ingaan op de praktische toepassing van Inkoop. De lector, Gert Walhof, zal tevens zijn verhaal houden en we zijn voornemens om een groot internationaal opererend bedrijf te laten toelichten hoe het inkoopmanagement daar is georganiseerd. Op die manier willen we een paneldiscussie op gang brengen waarbij we ingaan op de vraag welke manier van inkopen wellicht als ‘The Dutch Way’ kan worden betiteld. Dit is misschien een andere manier dan in

de rest van Europa. Zo kunnen we van elkaar leren. Aan het einde van de dag zal er een groot galadiner plaatsvinden en de volgende dag nemen alle leden afscheid van elkaar.”

“We willen het lectoraat in de spotlights zetten en daarnaast ingaan op het Nederlandse perspectief op het gebied van ‘procurement’. Het lectoraat Inkoopmanagement laten we een prominente rol spelen, omdat we het beschouwen als een van de parels op onze kroon en omdat wij landelijk gezien worden als de opleiding waar het inkoopverhaal goed in elkaar zit”, aldus Oosterhagen. “Inkoopmanagement was altijd al een sterk punt van onze opleiding Facility Management en de NEVI (Nederlandse Vereniging van Inkoopmanagement, red.) heeft ons instituut gezien als de plek om de lector te positioneren. De lector heeft een goed idee over wat inkoop kan betekenen. Aan inkoop zitten enorm veel kanten die met facilitair management te maken hebben.”

Piet Hein Oosterhagen licht tot slot kort toe hoe de internationale week aansluit op EuroFM: “EuroFM is een apart onderdeel van de internationale week. In het eerste deel van de week overwegen we keynote speakers binnen te halen die voor een deel ook op EuroFM aanwezig zullen zijn. We willen de sprekers aanvullen met ‘success stories’ van studenten. Hierbij kan gedacht

worden aan een interessant onderzoek of project dat de studenten hebben uitgevoerd en in het Engels aan hun medestudenten presenteren. Wellicht verbinden we er een wedstrijdelement aan, zodat bijvoorbeeld de student met de beste presentatie gratis op de bijeenkomst van EuroFM mag komen. Zo wordt het ook voor studenten een leuke week.”

Inhoudelijk zal EuroFM zelf de regie in handen hebben en de onderwerpen die daar aan bod zullen komen, zijn nog niet bekend.



COLOFON

Interviews en teksten:

Jorijn Franken-Storm, Stormloop; Mirjam Niessen, Margriet van Dam, Instituut voor Facility Management en Gert Walhof, Lectoraat Inkoopmanagement

Foto's: Jorijn Franken-Storm, Stormloop; Pauline Harmsen, Instituut voor Facility Management; Aline Bussemaker, Stafbureau Marketing & Communicatie

Eindredactie: Mirjam Niessen, Instituut voor Facility Management; Aline Bussemaker, Stafbureau Marketing & Communicatie

Vormgeving: Eddy Kootstra, Stafbureau Marketing & Communicatie

Druk: Plantijn Casparie Groningen

FM@Work is een jaarlijkse uitgave van het Instituut voor Facility Management.

Heeft u vragen of opmerkingen? Neem tijdens werkdagen contact op met Mirjam Niessen via (050) 5952882 of via m.t.niessen@pl.hanze.nl

Voor meer informatie kijk op www.hanze.nl/facilitymanagement of www.hanzeuniversity.eu/ffm

Instituut voor Facility Management, Zernikeplein 7, 9747 AS Groningen