

Kirkman Company B.V.
Amsterdamsestraatweg 40
3743 DT Baarn
The Netherlands
t +31 (0)88 40 40 400
f +31 (0)88 40 40 499
www.kirkmancompany.com
KvK 30164279

Press release

Contact Kirkman Company B.V.
Mediarelaties: Dorieke Storck
Communications & PR
E-mail d.storck@makebuyally.com
Telephone +31 (0)88 40 40 400
Date 16-09-2008



Het einde van de traditionele multinational is nabij

Topbestuurders delen hun ervaringen en geven hun mening over de organisatie van de toekomst in het boek "Make, Buy or Ally?"

Baarn, 16 September 2008. Make, Buy or Ally? is een bron van inspiratie voor ondernemerschap en creativiteit. Verschillende topbestuurders en –ondernemers onthullen welke keuzes zij maakten in hun bedrijfsvoering, hoe ze hun onderneming lieten groeien, wat hun succes heeft gebracht, maar ook wat er niet goed is gegaan.

Onder imprint van Academic Service is het nieuwe boek "Make, Buy or Ally?" verschenen van **Ivar Davids** en **Han Hendriks**. De afgelopen jaren hebben Davids en Hendriks vanuit hun adviespraktijk gezien dat veel Traditionele Multinationals en andere organisaties spelen met vragen als: *Waar staan we nu? Waar willen we naartoe? Waar zijn we eigenlijk echt goed in?* En als we dat al weten, *wat gaan we vervolgens zelf doen, uitbesteden of met welke partijen gaan we samenwerken?* Het boek gaat dieper in op de thematiek van *make, buy or ally*, ook wel *strategic sourcing* genoemd.

Wie zich begeeft in het vakgebied van *make, buy or ally*, ervaart dat er onderscheid is tussen bestuurders en ondernemers die zich richten op *outperformance* en bestuurders en ondernemers die *steady performance* goed genoeg vinden. Outperformance betekent het echt significant beter doen dan de concurrentie. Het gaat erom marktleider te willen zijn binnen de sector of sectoren waarin je actief bent.

Het boek is geschreven voor ondernemers en ondernemende bestuurders die de innerlijke drive hebben om te excelleren en die organisaties willen creëren die outperformen. De ervaring van Davids en Hendriks leert dat er het nodige lef voor nodig is om volledig buiten de eigen kaders te treden. Door bewuste keuzes te maken in wat zelf te doen, uit te besteden of anders te organiseren, zijn organisaties in staat te outperformen. Ondernemen gaat verder dan het nemen van beslissingen over wat je zelf doet en wat je inkoop. Strategic sourcing is het onderkennen van je bestaansrecht, je eigen kracht en het zoeken naar 'bestfitalternatieven' voor alle overige activiteiten. Ondernemen gaat over het zoeken naar slimme samenwerkingsverbanden en zodoende gebruikmaken van alternatieve mogelijkheden en creatieve vormen om het ondernemerschap en de kracht van anderen te benutten.



Dit leidt tot de volgende overtuiging: ondernemende individuen die bewust redeneren vanuit het *make, buy or ally*-gedachtegoed, creëren organisaties die outperformen.

Aan de basis van het boek ligt het Strategic Sourcing Framework® (SSF). Dit model vormt de kapstok voor het maken van bewuste keuzes in het vaststellen, aangaan en besturen van samenwerkingsverbanden. Elk onderdeel van het framework (Strategiedefinitie, Choice, Change en Control) kent in het boek een apart hoofdstuk.

Aan het boek hebben meegewerkt:

- **Agis Zorgverzekeringen** – *Rob Adolfsen (bestuursvoorzitter)*;
- **Bavaria** – *Peter Swinkels (voormalig bestuursvoorzitter)*;
- **Damen Shipyards** – *Kommer Damen (oprichter en CEO)*;
- **Donkervoort** – *Joop Donkervoort (eigenaar en oprichter)*;
- **DSM** – *Babette Pettersen (VP New Business Development)* en *Rob Kirschbaum (VP Innovation)*;
- **KPN** – *Ad Scheepbouwer (bestuursvoorzitter)*;
- **Postkantoren** – *John van der Ent (bestuursvoorzitter)*;
- **Suitsupply** – *Fokke de Jong (oprichter en CEO)*;
- **Vopak** – *John-Paul Broeders (CEO)* en *Jack de Kreij (CFO)*.

Traditionele Multinationals kenmerken zich doordat ze over het algemeen veel zelf doen en georganiseerd zijn in complexe structuren. Door schaarste aan grondstoffen, arbeid en ruimte en de groter wordende druk van milieuorganisaties, overheden maar vooral ook van aandeelhouders en venture capitalists, worden bedrijven ertoe gedwongen bewuste keuzes te maken op het gebied van *make, buy or ally* en zich meer te richten op duurzame samenwerkingsverbanden.

Als vervanger van de Traditionele Multinational wordt de Flat World Company geïntroduceerd. Flat World Companies worden gekenmerkt doordat ze over het algemeen bijna niets zelf doen en alles organiseren in wereldwijde samenwerkingsrelaties en maximaal profiteren van de voordelen die strategic sourcing hen biedt. Het boek reikt ondernemers en ondernemende bestuurders in eenvoudige taal praktische handvatten aan om de Traditionele Multinational om te vormen tot een Flat World Company.

Davids en Hendriks: “We hebben ons doel bereikt wanneer we de lezer hebben geïnspireerd tot het nemen van goede sourcingsbeslissingen en het ontwikkelen en behouden van duurzame sourcingsrelaties.”

Over de auteurs

Ivar Davids is managing partner bij Kirkman Company. Hij ontwikkelt nieuwe sourcingsconcepten en adviseert nationale en internationale ondernemingen bij verander- en integratietrajecten.

Han Hendriks is managing partner bij Kirkman Company en begeleidt organisaties bij de besturing van grootschalige sourcingstrajecten. Daarnaast is hij verbonden aan Nyenrode Business Universiteit. Hij publiceert artikelen en geeft lezingen op het vakgebied Strategic Sourcing.

Over Kirkman Company

Kirkman Company is een onafhankelijke managementadviesorganisatie gespecialiseerd in Strategic Sourcing: het vinden van de juiste balans tussen welke bedrijfsactiviteiten zelf te doen, uit te besteden, of te organiseren in andere samenwerkingsverbanden (Make, Buy or Ally). Haar klanten zijn vooruitstrevende organisaties in de sectoren Handel & Industrie, Overheid & Not-for-profit en Financieel Zakelijke Dienstverlening. De



sourcingsvraagstukken hebben vaak betrekking op een organisatie in zijn geheel of gaan soms over specifieke bedrijfsfuncties, zoals Informatietechnologie, Human Resources, Operations, Legal, Finance, Communication, Marketing, Sales, Procurement en Facilities.

Kirkman Company levert een actieve bijdrage aan de ontwikkeling van het vakgebied Strategic Sourcing door, samen met de Nyenrode Business Universiteit, invulling te geven aan het Thought Leadership Program Strategic Sourcing. Dit onderzoeksprogramma stimuleert de kennisontwikkeling op het vakgebied door een nauwe samenwerking tussen bedrijfsleven, overheid en wetenschappelijk onderzoek op een wereldwijde schaal.

Kirkman Company is official sponsor van de Koninklijke Nederlandse Hockey Bond en de Internationale Hockey Federatie. Bovendien is zij verkozen tot winnaar van de FD Gazellen 2007 en benoemd tot CRF Topwerkgever 2008.

Verkoop

www.makebuyally.com
ISBN: 978 90 5261 635 3
Prijs: € 26,95

Contact

Kirkman Company B.V.
Make, Buy or Ally
Mediarelaties: Dorieke Storck
Amsterdamsestraatweg 40
3743 DT Baarn
T +31 (0)88 40 40 400
F +31 (0)88 40 40 499
E info@makebuyally.com
W www.makebuyally.com

End press release