****

**PERSBERICHT**

Anderlecht, 14 augustus 2018

*Ruim 18% van de aankopers heeft geen vast budget*

**Ad hoc aankopen kost bedrijven elk jaar handenvol geld**

**Door hun niet-strategische aankopen beter te organiseren, kunnen bedrijven jaarlijks veel geld besparen. Uit recent onderzoek\* van Manutan blijkt dat ruim 57% van de aankopers overwegend ad hoc bestelt. De meerderheid maakt wel regelmatig een ‘rondje’ of bundelt bestellingen, maar heeft geen jaarplanning. Ruim 18% bepaalt vooraf zelfs geen aankoopbudget, er wordt besteld naar behoefte. Volgens Ramon Kok, Managing Director Benelux en Duitsland van Manutan, kost dat bedrijven jaarlijks handenvol geld. “Door ongestructureerd aan te kopen, gaat veel geld verloren”, stelt hij. “Niet alleen zijn de beheerskosten veel hoger, incidentele aankopen zijn ook duurder. Zeker als het items betreft die dringend aangeschaft moeten worden. De prijs speelt dan vaak geen enkele rol meer.”**

## ****Slechts 11% heeft een jaarplanning****

## 240_F_103759061_Dte9OjE3Bf2Vv5fHJttCTT4kTgw3GdQK adobe.jpg**Zo’n 22% van de aankopers bestelt slechts enkele maanden vooruit. Ruim 57% koopt op nog kortere termijn aan door direct te reageren op ad hoc vragen, ad hoc bestellingen te bundelen of door zelf een rondje te maken met de vraag wat men binnen afzienbare tijd denkt nodig te hebben.**

## **Bijna 8% leunt op de leverancier die aangeeft wanneer producten besteld zouden moeten worden. Ook niet meer dan 11% geeft aan vast te houden aan een jaarplanning, waar niet van afgeweken wordt. In veel gevallen houdt men bij het aankopen dan geen rekening met de seizoenen. Al verschilt dit wel per branche blijkt uit het onderzoek: in de industrie houdt 38,5% geen rekening met het seizoen, in de bouw is dat 30%, bij logistiek & transport 33,9% en in de dienstverlening 37,5%. “Dit betekent”, stelt Kok, “dat producten zoals strooizout, beschermende kleding of ventilatoren pas op het laatste moment worden aangeschaft. Wanneer ze echt noodzakelijk zijn dus. Men moet dan snel op zoek naar een leverancier. De aankoopprocedure loopt vervolgens vaak buiten het normale bestelproces om en vanwege de grote vraag is de prijs vaak een gegeven waarover niet onderhandeld kan worden.”**

## ****Ad hoc aankopen zijn niet te controleren****

**“We weten dat ad hoc aankopen juist bij de niet-strategische producten plaatsvindt”, stelt Kok. “Dat is begrijpelijk, omdat deze producten geen invloed hebben op het primaire productieproces van bedrijven. Ze zijn echter wel van belang voor de bedrijfsvoering. Veel bedrijven structureerden daarom al een groot deel van hun niet-strategische aankopen en besparen op die manier veel geld. Maar ad hoc aankopen komen nog steeds veelvuldig voor en onttrekken zich doorgaans aan het interne proces. Met alle financiële gevolgen van dien. Ze ontsnappen volledig aan de controle van het aankoopmanagement, met name bij bedrijven met meerdere vestigingen.”**

## ****Oplossingen****

## “Gelukkig zijn er goede oplossingen voor dit probleem: Een digitaal platform zorgt ervoor dat de gebruiker alle gewenste producten vindt bij één centrale leverancier. Die opzet stelt een bedrijf in staat om direct interessante kortingen, geldend voor alle producten, te bedingen. “En”, zo vervolgt Kok, ”de aankoop wordt bovendien volledig geautomatiseerd als dit platform gekoppeld wordt aan het ERP systeem van de afnemer. Na de bestelling verloopt het hele proces dan volledig automatisch.

## Een andere oplossing zijn de zogenaamde vending machines op de werkplek. Daarmee zijn alle relevante producten direct beschikbaar. Een persoonlijke keycard biedt de gebruiker toegang tot het apparaat. De machine is verbonden met het systeem van de leverancier die er op zijn beurt tijdig voor zorgt dat er nooit ‘nee’ verkocht hoeft te worden. Ook dit proces verloopt compleet automatisch.”

\*) *Onderzoek in opdracht van Manutan onder 359 werknemers die besteller zijn en/of verantwoordelijk voor de aankoop van bedrijfsbenodigdheden in de branches industrie, bouw, logistiek & transport en dienstverlening.*

**Over Manutan**

Manutan is onderdeel van de internationale Manutan Group, Europees marktleider op het gebied van bedrijfsbenodigdheden. De groep bestaat uit 25 dochtermaatschappijen in 17 Europese landen. Met ruim 2.000 medewerkers en ruim 200.000 verschillende artikelen worden meer dan 1.000.000 klanten bediend. De visie van de Manutan Group kenmerkt zich onder andere door het aangaan van warme, oprechte en persoonlijke relaties met klanten. ‘Ondernemen voor een betere wereld’ is het motto.

In België en Nederland is Manutan de grootste leverancier van artikelen voor magazijn, werkplaats, terrein en kantoor. De artikelen worden via de website, het contactcenter en catalogi geleverd. Van intern transport & opslag tot gereedschappen en veiligheid. Ook levert Manutan advies en diensten in complete projectinrichtingen van o.a. magazijn en kantoorruimte, export service en efficiënte aankoopsystemen.

[www.manutan.be](http://www.manutan.be) en [www.manutan.be/blog](https://www.manutan.be/blog/nl-be/)

**Noot voor de redactie, niet voor publicatie:**

Voor meer informatie over Manutan kunt u contact opnemen met:

Filip Van den Abeele – Director Sales Operations Benelux

Tel: +32 (0)2 583 51 99

E-mail: filip.vandenabeele@manutan.be

Website: [www.manutan.be](http://www.manutan.be)

of

**Two Cents**

Ward Vanhee

Tel: +32 (0)2 773 50 28

E-mail: wv@twocents.be

De foto en het persbericht zijn digitaal verkrijgbaar via onderstaande link naar onze Perskamer:

<http://manutan.media.twocents.be>