

Column: Voor vrouwen is het de beste tijd om in de retail te werken

06-04-2020 12:50



Column van Kitty Koelemeijer, hoogleraar Marketing & Retailing aan Nyenrode Business Universiteit.

'Jonge vrouwelijke werknemers hebben minder last van de angst om door de mand te vallen'

Over de arbeidsmarktpositie van vrouwen is al jarenlang veel discussie. Daarbij komen steevast twee thema's naar voren. Ten eerste, het probleem van parttime werken en de daaruit voortkomende financiële afhankelijkheid. En ten tweede, het geringe aantal vrouwen in de top. Beide onderwerpen zijn ook relevant voor de retail, een van de grootste sectoren in de Nederlandse economie. Meer dan 750 duizend werkenden, van wie ongeveer zestig procent vrouwen – gemiddeld jong en laagopgeleid. Toch kan ik deze column makkelijk vullen met de namen van retailvrouwen in hoge managementfuncties, die er desondanks bekaaid vanaf komen. Het is verleidelijk om in te gaan op oorzaken en oplossingen en aan te sluiten bij het maatschappelijk debat, maar ik richt me liever op de kansen. De digitale revolutie in de retail is al jaren in volle gang en vormt de aanleiding voor ingrijpende veranderingen bij retailers. Met man en macht bereiden ze zich voor op een toekomst waarin de enige zekerheid is dat er nog veel gaat veranderen.

Van oudsher conservatieve retailorganisaties – die sterk waren gericht op operational excellence met door en door geoptimaliseerde bedrijfsprocessen – moeten zich aanpassen. Belangrijke economische gevolgen van digitalisering zijn margedruk door transparantie en de noodzaak tot snel innoveren. Dit betekent dat retailers efficiënter en flexibeler moeten werken en razendsnel met nieuwe oplossingen moeten komen. Design thinking, lean en agile hebben de manier van samenwerken drastisch veranderd. Werken in wisselende, zelfsturende teams maakt hiërarchie minder belangrijk. Daarbij hoort ook een nieuwe, plattere organisatie waarin experimenteren, falen en leren gewaardeerd worden. Vanuit een klantprobleem snel een oplossing uitwerken, toepassen en nagaan of het werkt. Retail was altijd al een sector van 'gewoon doen' – dat is nu meer de praktijk dan ooit, met de nadruk op dóen. En de klant is veel dichterbij dan voorheen.

De beste tijd

Waarom liggen hier kansen voor vrouwen? Verminderde hiërarchie, meer openheid en bottom-up besluitvorming leiden tot een meer inclusieve cultuur. Een cultuur waarin vrouwen meer worden geaccepteerd en – net zoals veel mannelijke collega's – beter tot hun recht komen. Vooral millennials profiteren hiervan, sterker nog, ze eisen het. Jonge vrouwelijke werknemers hebben minder last van valse bescheidenheid en de angst om door de mand te vallen dan hun oudere collega's. Ook hebben ze over het algemeen meer lef. Dus verlangen ze een flexibele, weinig hiërarchische organisatie waarin ze naast coaching en training ook voldoende erkenning krijgen. Want van baan wisselen was nog nooit zo makkelijk. En die houding beïnvloedt ook hun oudere collega's en dwingt retailers tot aanpassingen.

Welke retailer kan het zich veroorloven talent voorbij te laten gaan? Voor vrouwen is het de beste tijd om in de retail te werken. Ook het topmanagement toont meer lef dan ooit en benoemt vrouwen op posities die voorheen vooral naar mannen gingen. Er zijn wat mij betreft nog wel een paar aandachtspunten. Technologische innovatie, data science en supplychain-management worden steeds belangrijker. Er wordt gevochten om talent en er liggen veel kansen. Maar op deze gebieden zijn veel te weinig vrouwen actief. Ook heeft slechts zeventien procent van de Nederlandse startups minimaal één vrouwelijke oprichter, blijkt uit onderzoek van TechLeap.nl. Daarmee staan we op de zevende plek in Europa, na Roemenië. Tussen 2008 en 2019 ging meer dan 94 procent van het venture-capitalgeld naar startups met uitsluitend mannelijke oprichters. De kloof is enorm. Hier ligt een uitdaging, want we hebben dringend meer vrouwelijke ondernemers nodig.

Prof. dr. ir. Kitty Koelemeijer is hoogleraar Marketing & Retailing aan Nyenrode Business Universiteit en commissaris.

Kitty Koelemeijer