

Internationale Vrouwendag: 7 inzichten over vrouwen in de retailtop

08-03-2021 11:55



In de retailtop zijn vrouwen aan een opmars bezig, maar het is nog te vroeg om van een gelijke verdeling te spreken. Internationale Vrouwendag is het uitgelezen moment om eens bij deze status quo stil te staan. Zeven inzichten.

Uit onderzoek van RetailTrends blijkt dat in 2020 21 procent van de bestuurders in retail vrouw is. Hetzelfde geldt voor 15 procent van de commissarissen. Dat was nog respectievelijk 16,2 procent en 8,7 procent in 2015. Zet je de percentages af tegen het landelijk gemiddelde uit 2020, dan blijkt dat de detailhandel het nog niet zo slecht doet. Uit het Nationaal Salarisonderzoek bleek eind 2019 dat 22 procent van de vrouwelijke en 35 procent van de mannelijke respondenten een leidinggevende functie had.

Bijna een vijfde van de topvrouwen in retail is hr-directeur

Het is niet terecht om in hokjes te denken, toch is het wel opvallend om te concluderen dat van de topvrouwen in de retail een vijfde werkzaam is als hr-directeur. Het ligt voor de hand om dat te verbinden aan het zorgzame en emotioneel betrokken karakter van de vrouw. Eerlijker is dat vrouwen ook gewoon betere soft skills hebben dan mannen. Na de hr-directeur zijn vrouwen voornamelijk ceo's (zeventien procent) en op een derde plek staan de commerciële directeurs met veertien procent.

Een salariskloof van 6,4 procent

Vrouwen onder de 35 verdienen ongeveer 6,4 procent minder dan een man van dezelfde leeftijd. In 2017 was dat verschil nog 3,4 procent. Boven de 35 loopt het verschil verder op tot ongeveer negen procent. Dat blijkt uit het Nationaal Salarisonderzoek. Oorzaken zijn onder meer dat vrouwen andere – minder goed betalende – functies uitoefenen, een andere positie bekleden en tijdens de onderhandelingen minder sterk uit de bus komen.

‘Je zou zeggen dat de detailhandel een plek is waar vrouwen goed vertegenwoordigd zijn’

Als er iemand het winkelgedrag van het gros van de consumenten kan begrijpen, dan is dat de vrouw zelf. Uit onderzoek van winkelcentrumonderzoeker Strabo blijkt namelijk dat vrouwen verantwoordelijk zijn voor twee derde van de aankopen in de winkelstraat (onderzoek uit 2017). “Je zou zeggen dat de detailhandel een plek is waar vrouwen goed vertegenwoordigd zijn”, zegt Laura Hendrickx, cfo van Intergamma. “Het is mijn wens dat het niet uitmaakt of je man of vrouw bent en dat we dit artikel niet hoeven te schrijven. De beste kandidaat wint, of het nu een man of een vrouw is. Dat moet zo in balans zijn dat gender geen issue is.”

‘Het ontbreekt vrouwen weleens aan de inspanning’

“Als je vindt dat je dezelfde kansen moet krijgen als mannen in je carrière, dan moet je ook een gelijke inspanning leveren”, dat stelt Lisette Havermans, ceo bij drogisterijketen DA. “De arbeidsparticipatie van vrouwen bedraagt in Nederland gemiddeld 25 uur. Dan denk ik: ja, wat wil je nou?” Die gemiddelde arbeidsparticipatie zorgt ervoor dat vrouwen volgens Havermans niet kunnen verwachten dat je wordt meegewogen voor gelijke kansen in een topfunctie. Vrouwen die een hbo- of wo-opleiding genieten hebben doorgaans wel een hogere arbeidsparticipatie dan vrouwen met een lagere opleiding. “Dat is niet meer dan normaal”, stelt de DA-ceo. “De maatschappij investeert aardig wat in onze opleidingen. Dan is het logisch dat je dat voor een stuk moet teruggeven aan de maatschappij middels arbeid.”

‘Ieder rolmodel is anders’

Een gedifferentieerde top met een zekere balans is het belangrijkste, maar die balans is voor iedereen anders, stelt Linda Keijzer, ceo van Xenos. “Mijn ouders waren mijn rolmodellen. Ik heb gezien dat zij altijd als ondernemers aan het werk waren en elkaar opvingen. Zowel privé als zakelijk. Ze werkten altijd, mijn moeder ook. Dat is de gelijkheid die ik meegekregen heb. Dus voor mij is dat nooit een issue geweest. Maar ieder rolmodel is anders.”

‘Vrouwen hebben meer keuzes dan mannen’

Volgens Keijzer zal de vertegenwoordiging van vrouwen in de top zeker in evenwicht komen. Zo blijft de retailer in contact met de maatschappij en dus de consument. Vrouwen kiezen bovendien steeds vaker voor hun carrière. “Vrouwen hebben nu eenmaal meer keuzes dan mannen. En het lijkt alsof Nederlanders tolerant zijn en die keuzevrijheid accepteren, maar zo tolerant zijn we ook weer niet.” Keijzer stelt dat we bijvoorbeeld vaders met een papadag stoer, maar dat geldt niet voor een mamadag. Ambieer je als vrouw een topfunctie, dan is het belangrijk om alles thuis bespreekbaar te houden. “Als je het binnen je gezin bespreekt en iedereen wil er energie in stoppen, dan kun je alles organiseren.”

[Lees het volledige onderzoek van RetailTrends naar vrouwen in de top hier.](#)