

Een boerendochter wordt CEO in Düsseldorf. Giny Boer staat aan het hoofd van C&A Europa. 'Winkels van vier verdiepingen willen klanten niet meer' / redactie - Leeuwarder Courant.nl 28/05/22

Ooit kocht ze haar eerste hotpants bij C&A aan de Herestraat. Sinds twee jaar zwaait Giny Boer uit Lieveren als eerste vrouwelijke CEO de scepter over het internationale modeconcern. Een gesprek met een tamelijk gênant begin, in Düsseldorf.

Dit is een verslaggeversnachtmerrie. Je krijgt één uur de tijd om de directeur van C&A te interviewen in Düsseldorf, toch niet naast de deur, en in de vierde minuut komt een verslikhoestbui onstuitbaar opzetten. Uche! Uche! Tranen over je wangen. Je make-up loopt uit. Je wilt iets vragen, je herstellen, maar je stem is te dun. Blind tast je naar een zakdoek, waar is je zakdoek, uchuchuche! „Ach”, zegt Giny Boer meelevend. „Wil je een Fisherman's Friend? Een glaasje water?” De voorlichtster springt op om thee te halen. Giny Boer klopt uw verslaggeefster nog net niet op de rug.

Gênant begin

Raar en tamelijk gênant begin van een interview misschien, maar de hoestbui doorbreekt de efficiency van het terdege voorbereide vraaggesprek met de vrouw die sinds kort aan het hoofd staat van C&A Europa, een vrouw die uit Lieveren komt en een mooie oude, gewone naam heeft: Giny Boer.

Paspoort

Naam Giny Boer Geboren 13 oktober 1962, Roden Opleiding 1987 orthopedagogiek Groningen, aansluitend bachelor economie Heao Groningen Werk 1995 Ikea, eerst als assistent-manager vestiging Delft, vervolgens als servicemanager West-Europa, landenbaas Oostenrijk en general manager Zuid-en Oost-Europa. Vanaf 2020 is ze CEO bij C&APrivé Giny Boer is getrouwd, woont in Düsseldorf en Barcelona en heeft twee dochters. Iedereen. Het zal het sleutelwoord worden van deze ontmoeting op het hoofdkantoor van C&A, gevestigd op een bedrijventerrein met olifantenpaadjes die naar de luchthaven leiden. 'Iedereen'; dat kun je een uitgekauwd begrip vinden. Maar voor Giny Boer belichaamt het de essentie van C&A, het modeconcern dat in de 19de eeuw in Sneek werd opgericht door de broers Clemens en August Brenninkmeijer. „Voor mij is C&A een Nederlands icoon”, zegt ze. „Dat moet gewoon bestaan, net als KLM, het moet er zijn. Ik hou van het langetermijndenken van familiebedrijven en ik hou ervan om te werken voor merken die van iedereen zijn. Ik vind dat iedereen een goeie broek of nieuwe jurk moet kunnen kopen, niet alleen de mensen met veel geld.”

'Ik hou van het onbekende'

Ze werkte 23 jaar lang in leidinggevende functies voor Ikea, woonde in Milaan, Wenen en Barcelona, tot ze in 2019 werd benaderd voor C&A. Ze moest daar wel even over nadenken.

Wat gaf de doorslag?

„Ik hou van het onbekende. Ik ben leergierig, ik verbaas me graag. De retail is erg aan het veranderen. We kopen online, willen niet meer naar die grote winkels, en dat proces is in Covid-tijd alleen maar versneld. Ik houd van fashion, vind het superleuk om iets nieuws te kopen waar ik me happy in voel, dat hoeft niet modieus te zijn, maar moet wel bij me passen. Maar de fashion industry is een dirty industry, wist ik, en ik dacht: je kunt wel aan de zijlijn gaan staan en commentaar hebben, maar je kunt het ook van binnenuit veranderen door deel uit te maken van het proces. Dus ik dacht: de retail moet veranderen, de fashion industry moet veranderen, het is allemaal leading into the unknown en dat, wist ik van mijn Ikea-tijd, is mijn kracht.”

Toch twijfelde ze.

„Ik wil met aardige mensen werken. Dus ik heb gesprekken gehad de 'Chair of the Board' en een heleboel Brenninkmeijers ontmoet en ik dacht: dat zijn supervriendelijke, open mensen. Ik heb het nodig dat mensen niet constant over mijn schouder meekijken, zij wilden op hun beurt niet iemand die hen ging vertellen hoe het moest, maar iemand die vragen wilde stellen.”

Het was een sprong, maar, dacht ze, als ze dan toch moest springen kon het maar beter een gróte sprong zijn. En ze zei ja.

'Oké, dan gaan we toch weer verhuizen?'

„Mijn dochters wonen in Londen en Edinburgh en mijn man zei: 'Oké, dan gaan we toch weer verhuizen?' Ik ben altijd benieuwd hoe het is om in andere landen te wonen. Toen ik naar Italië verhuisde met mijn gezin wist ik ook niet waar ik allemaal terecht zou komen, maar ik denk altijd: het

komt wel goed. Dus ik heb een appartement in Düsseldorf gezocht via een filmpje en we zijn hiernaartoe gereden met alles wat maar in de auto paste.”

Zo stapte ze into the unknown op het bedrijventerrein naast de luchthaven, waar de gebouwen vooral efficiëntie uitstralen. „Toen ik mijn kantoor binnenliep, stond er alleen een grote tafel met stoelen eromheen.” Dat was de vrouw die decennialang in de woninginrichting werkte een doorn in het oog. „Ik ben op zoek gegaan in het gebouw en trof in de kelder een paar fijne banken, een kledingrek. Dat stond daar gewoon. Dus dat heb ik naar boven gehaald en ik heb mijn kantoor opnieuw ingericht.”

Stylish meisje

Ze groeide op als als boerendochter in Lieveren, waar haar ouders nog steeds wonen. Giny en haar oudere zus Wia hoefden nooit mee te helpen op de boerderij. Ze werden heel erg gestimuleerd om te leren en door te studeren. Ze droomde als meisje niet van een bestaan op het boerenbedrijf, maar van reizen, wonen in verre steden, iets van de wereld zien. Ze was ook een meisje dat er in de jaren 60 en 70 toch een beetje stylish bij wilde lopen als ze in Roden naar school ging.

„Bij C&A in de Herestraat heb ik mijn eerste hotpants gekocht toen ik een jaar of 10 was. Oranje. Ik weet het nog.”

Enthousiast: „Met zo'n hes erbij met een rits voorin. Superhip. Naar C&A, dat was in mijn jeugd echt een familie-uitje. We gingen twee keer per jaar met mijn moeder en mijn oma die de roltrap maar een eng ding vond. Soms gingen de burens ook mee. Er waren niet zoveel andere kledingwinkels toen. Je had V&D, de Hema. C&A was in mijn beleving een enorme winkel. Daar kregen we nieuwe dingen voor de zomer en de winter, en zei mijn moeder dat ik wel hotpants mocht, maar dan moest ik ook een Palomino-spijkerbroek. Er was nog geen fast fashion, wij kregen twee keer per jaar iets nieuws en daar deden we het mee.”

Dat efficiënte inkopen van kleren, niet steeds meer-meer-meer, maar alleen goede spullen kopen waar je langer mee toekunt; daar is ze voorstander van. Fast fashion, dus om de paar maanden nieuwe, goedkope kleren in de rekken: Zolang Giny Boer aan het roer staat, zal C&A zich daar ver van houden.

Toch voordeeeeeliger

C&A is toch voordeeeeeliger, zongen Johnny Kraaykamp en Rijk de Gooijer in de vorige eeuw in hun reclamespot.

Lacht. „O ja!”

Moet C&A nog wel voordelig willen zijn? De onderkant van de kledingmarkt staat onder druk. Bedrijven als Primark, Takko en Zeeman verkopen kleren voor spotprijzen. Hoe verantwoord is 'goedkoop' nog?

„Ik vind dat er een wereld van verschil is tussen 'goedkoop' en 'betaalbaar.' Wij zijn geen fast fashion, dat worden we ook niet.”

Kitty Koelemeijer, hoogleraar marketing bij Nyenrode, stelt dat C&A 'degelijk moet blijven.' Is dat inderdaad beter voor C&A?

„Ik weet niet precies wat ze met 'degelijk' bedoelt.”

Nou, misschien de kleren die een moeder en een oma kopen.

„Met die kleren is niks mis. Mijn moeder is ook modern. Degelijk is voor mij alsof het alleen maar functioneel en saai is. Maar het moet ook modieus zijn, anders koop je het niet. Ik geloof dat iedereen zijn eigen stijl heeft en weet: hier voel ik me goed in, dit past bij mij. Wij willen moderne, alledaagse essentials verkopen. De goeie zwarte broek, de goeie witte bloes, een leuk, goed-zittend pak. De basics. Ik vind dat iedereen moet zeggen: als ik een spijkerbroek wil, ben ik gek als ik niet naar C&A ga.”

Beige, wit, fuchsiaroze

Ze is in al die jaren dat C&A bestaat de eerste vrouw die het concern leidt – dat is opmerkelijk voor een bedrijf dat voor 80 procent uit vrouwelijke werknemers bestaat. Het kledingrek in haar kantoor hangt vol met de nieuwe zomercollectie: wit, beige, fuchsia roze. Zelf draagt ze een roze-zwarte zomerjurk. „Van C&A natuurlijk. Ik word zelf heel enthousiast van onze collectie, dus ik draag onze kleren.” Het doet haar denken aan de tijd dat ze als studente werkte in de modezaken van de Herestraat, gestoken in de kleding die in de rekken hing. ‘Ik wil graag wat u aanhebt’, zeiden de klanten tegen haar.

Veel is veranderd sinds de hotpants-jaren. V&D bestaat niet meer, de Hema ging samen met supermarkt Jumbo. Ook C&A kreeg het moeilijk. Onder Giny Boer moet C&A weer een lean organisation worden; een strakkere organisatie met minder managementlagen. De e-commerce was te traag op gang gekomen, C&A haalde minder dan 10 procent van de omzet uit webshops. Sinds het aantreden van Giny Boer is die online omzet verdubbeld. Het bedrijf werkt nu samen met Zalando.

Ze is ambitieus. Over vijf jaar moet de helft van C&A's omzet uit digitale verkoop komen, zo stelde ze eerder in Het Financieel Dagblad.

‘Winkels van vier verdiepingen willen de klanten niet meer’

Ze houdt van winkels. Van echte winkels met etalages en paskamers en verkoopsters. Maar de nieuwe winkels zullen niet meer zo groot zijn als in haar jeugd. Onder haar leiding worden de C&A-filialen kleiner en overzichtelijker, met minder, maar modernere kleding. Er komt één zwart-wit logo in plaats van de nu bestaande twaalf beeldmerken. Een derde van het kledingaanbod verdwijnt.

„Alles moet tegenwoordig snel-snel-snel. Winkels van vier verdiepingen, dat willen consumenten niet meer. Daarom hebben we in Groningen ook een verdieping gesloten. Al onze 1300 winkels worden overzichtelijker en ingericht en sommige, de vestiging in Groningen bijvoorbeeld, worden verbouwd zodra de vergunning rond is. Want we hadden wel heel véél in de rekken hangen. En we verkochten bijvoorbeeld bruidsjurken bij C&A. Ik denk niet dat we dat nog langer moeten doen.”

De tekst gaat verder onder de fotoLink naar afbeelding

Want, zoals ze zeggen in haar nieuwe woonplaats, in der Beschränkung zeigt sich der Meister ofwel: soms moet je je ontdoen van ballast om te weten wie je bent.

„Je moet kiezen. Soms moet je dingen wegdoen en weer terug naar de basis. C&A heeft een periode van enorme groei doorgemaakt waarin de focus lag op meer-meer-meer aanbod, maar is daardoor van zichzelf verwijderd geraakt.”

Focus is belangrijk, zegt ze, ook binnen de bedrijfscultuur van C&A. Zo worden vergaderingen aan het begin van de week ingeleid door een paar minuten mindfulness, zodat dat alle druk-druk-drukke aanwezigen zich kunnen concentreren op wat er aan de orde is.

Ze buigt voorover naar uw verslaggeefster. „Die thee helpt hè?”

Focus op wie je wilt zijn

Focus, en word wie je wilt zijn. Dat klinkt als de reclameslogan voor antroposofisch onderwijs, maar het is ook van toepassing op Giny Boer, die zichzelf als afgestudeerd orthopedagoge te Groningen in de jaren 80 geconfronteerd zag met een krimpende arbeidsmarkt.

„Er was geen werk in de pedagogiek en de psychologie toen ik klaar was. Dus ik keek om me heen. Wie hadden er wel een baan? Dat waren al mijn vrienden die een economische opleiding deden. Dus ben ik de avond-heao gaan doen, terwijl ik overdag kleding verkocht in de Herestraat in Groningen.” Lacht: „Dat was een mooie tijd.”

Na een stageperiode op de marketing- en researchafdeling van Philips in Groningen kon ze aan de slag bij Geertjes en daarna begon ze bij Ikea in Delft. „Ikea was mijn droomwinkel toen. Ik hou van producten die voor iedereen zijn.”

Bikini's en minirokken

Wie is de nieuwe klant van C&A?

Resoluut: „Iedereen.”

Daarmee treedt ze in de voetsporen van de oude meneer Clemens en meneer August, die zich in de 19de eeuw al toelegden op het vervaardigen van een ‘jas voor de man op de tram.’ Die jas kostte dan een maandinkomen, wat best veel was, maar in ieder geval minder dan een jaarinkomen, zoals tot dan toe gebruikelijk. Een mooie jas voor iedereen; dat was het grote succes van het C&A dat onder leiding van de Brenninkmeijers uitgroeide tot een bedrijf van wereldformaat: al in de jaren 20 van de vorige eeuw werd het eerste filiaal in Amerika geopend. Je kon er tijdens de swinging sixties niet alleen hotpants kopen, maar ook de eerste minirok en de eerste bikini. C&A was hip en happening.

En wat Giny Boer betreft, gaat dat weer gebeuren. „We zullen er niet zijn voor het high-end van de mode, voor de echte fashionista’s dus. Maar wel voor de gewone mensen, mannen, vrouwen en kinderen. C&A heeft zo’n sterk verleden, het is een fantastisch bedrijf en dat moet blijven bestaan. Ik wil weer dat gevoel terug dat iedereen in Europa zegt: ‘Er gebeurt wat bij C&A’.”

De voorlichtster kijkt op de klok. Het is twee uur, de volgende bijeenkomst wacht. Giny Boer stapt in de lift, die vanuit de glazen wand uitzicht biedt op de stad en de oevers van de Rijn. „Fijne stad”, zegt ze. „Met die Rijn. Bijna net zo mooi als Groningen.” Tegen de voorlichtster: „Daar hebben we geen rivier, maar een kanaal. Dat is óók fijn.”

Of ze nog wel eens in Roden komt?

„Natuurlijk. Vorig weekend nog.”

Een ferme handdruk, en weg is ze.