Drogistenunie vervangt huismerk door 'huisselectie'

07-03-2014 00:00

Groothandel Drogistenunie biedt aangesloten ondernemers een alternatief voor zijn onlangs verdwenen huismerk. De zogenoemde Huisselectie is een selectie van kwalitatieve A-merken, die sterk zijn binnen een bepaalde categorie. Dat laat formulemanager Sylvia Harremanse weten aan RetailNews.

Drogistenunie is vanwege afnemende interesse bij klanten gestopt met het huismerk Basic. “We hadden van sommige producten voor drie jaar aan voorraad”, stelt Harremanse. Door de minimale afname was het eigen huismerk niet langer rendabel.

Omdat er volgens haar onder klanten nog wel vraag is naar huismerkartikelen, is Drogistenunie op zoek gegaan naar verschillende merken die niet bij winkels van onder meer Kruidvat of Etos te koop zijn. “Uiteraard is de prijs-kwaliteitverhouding een belangrijk criterium bij selectie van de merken”, stelt assortiment- en prijsmanager Marion Poelwijk. Drogistenunie biedt aangesloten ondernemers inmiddels een assortiment van zo’n vijftig producten.

Dat aantal wil Drogistenunie graag uitbreiden aan de hand van een klantenonderzoek. “We kijken ook naar de mogelijkheden om het etiket aan te passen om de producten van het logo van de Huisselectie te voorzien”, zegt Harremanse. Vooralsnog herkennen consumenten de Huisselectie aan het POS-materiaal, dat ondernemers kunnen gebruiken bij de verkoop van de geselecteerde producten.

Drogistenunie, sinds eind 2009 onderdeel van DA Holding, beschikt over de winkelformule Uw Eigen Drogist, waar ongeveer zestig ondernemers bij zijn aangesloten. Tevens voorziet het zelfstandige ondernemers opererend onder hun eigen naam van drogisterijartikelen.