

# Drogisterijen: veranderen of uitsterven

07-06-2006 00:00

In de periode 2000 – 2003 steeg de omzet van de drogisterijen met maar liefst 22 procent, groei van de detailhandel in totaal. Die bedroeg namelijk zeven procent.

In de jaren daarna wisten de drogisterijen amper gelijke tred te houden met het marktgemiddelde. Vraag is hoe de drogisterijen zich de komende jaren gaan ontwikkelen.

Uit de cijfermatige analyse van Publicis Dialog blijkt dat voor drogisterijen de code geel op z'n minst van toepassing is. Code geel betekent dat de drogisterijbranche zonder veranderingen en in zijn huidige vorm geen bestaansrecht zal hebben, maar dat er nog wel mogelijkheden zijn om veranderingen door te voeren.

Reden voor de Publicis Groep om de Nederlanders te vragen van wat zij nu van de drogisterijen vinden en specifiek van zes grote winkelketens daarbinnen. De consument geeft deels hele fraaie cijfers, maar een duidelijk onderscheid op service bieden de ketens nauwelijks. Als dat wordt geïnterpreteerd als een gebrek aan toegevoegde waarde voor de branche op zich, dan is code geel wel degelijk aan de orde.

*Het gehele artikel is te lezen in het juninummer van [RetailTrends](#), dat morgen (8 juni) verschijnt*