



Van links naar rechts. Marlinda de Jong-Boom, Pauline Mijnders-Flach, Jan Mijnders

DBB Flach in Stolwijk en Krimpen aan de Lek:

“FLACH GEEFT VERTROUWEN, DBB GEEFT ZEKERHEID”

Het echtpaar Jan en Pauline Mijnders runt in Stolwijk drogisterij DBB Flach, en sinds een jaar ook nog DBB Flach in Krimpen aan de Lek samen met mede-eigenaar Marlinda de Jong. Zij kozen bewust voor de formule DBB, maar laten de naam Flach wel op de pui!

Pauline: “Ik kom uit een drogistenfamilie: in 1938 startte mijn grootvader Andries Flach zijn drogisterij, en mijn vader en meerdere broers hebben meerdere winkels gerund. Ik ben zelf met de winkel in Stolwijk opgegroeid en werk er al meer dan twintig jaar. Jan en ik hebben hem in 2020 overgenomen.”

Jan: “Pauline is drogist, ik ben ondernemer. Ik zei tegen haar: ‘Als je ‘t leuk vindt om de winkel te blijven, doen dan moeten we hem overnemen. Ik help je op de achtergrond.’”

Marlinda: “Twee jaar later werd DA De Goudsbloem van de heer Verloop in Krimpen aan de Lek te koop aangeboden. Toen zij besloten om de winkel over te nemen, was de taakverdeling ook meteen duidelijk: Pauline in de winkel in Stolwijk, ik in Krimpen aan de Lek, en Jan voor beide winkels op de achtergrond. Ze boden me toen na een jaar aan om mede-eigenaar van de winkel in Krimpen te worden.”

Jan: “Dat vind ik in dit soort winkels wel erg belangrijk: wij willen geen filiaal zijn

met personeel staat dat eigenlijk weinig gevoel heeft, maar een volwaardige winkel met een eigenaar erin.”

Stolwijk en Krimpen

“De winkel in Stolwijk is circa 120 vierkante meter vvo groot,” door ‘De winkel in Stolwijk telt circa 120 vierkante meter vvo.’

Marlinda: “Krimpen aan de Lek is een dorp, maar oogt veel stadser dan Stolwijk. Daar is het assortiment ook op afgestemd, met een uitgebreider assortiment, meer luxe producten - dat kan met de ruimte die we hebben.”

Pauline: “De winkel in Stolwijk is een dorpswinkel. Kleiner, maar we hebben er qua assortiment wel alles inzitten wat nodig is.”

Jan: “Maar de service en klantvriendelijkheid verschillen niet in beide winkels. Ook het assortiment is in grote lijnen hetzelfde, maar we proberen wel producten te zoeken waarmee we ons kunnen onderscheiden.”

Pauline: “Met de mensen in Stolwijk heb ik al meer dan twintig jaar een band, en

daarom vragen ze soms of we bepaalde producten kunnen opnemen die we missen.”

Marlinda: “Dat is in Krimpen een stuk minder. Deels omdat we een breder assortiment hebben, maar ook vanwege de band met de klanten in Stolwijk. Toen Pauline en Jan de winkel in Stolwijk overnamen, merkten de klanten daar eigenlijk maar weinig van, want Pauline stond daar altijd al.

In Krimpen verdwijnt de vorige eigenaar en komt er een nieuw gezicht binnen, met een nieuwe winkeluitstraling en een vernieuwd assortiment. Dat is toch anders. Flach is wel een bekende naam, maar we hebben toch hard moeten werken aan vertrouwen.”

Jan: “Stolwijk loopt al jaren heel goed, in Krimpen zijn we langzaam aan ‘t opbouwen. Jacco van Liere, algemeen directeur van UniPharma, gaf al aan: ‘Houd er rekening mee dat je minstens een jaar nodig hebt om weer op ‘t oude niveau te komen.’ Als ondernemer wil je dat dat sneller gebeurt, maar we zijn niet van het aansmeren: we geven eerlijk en goed advies.”

Dus training is erg belangrijk...

“We scholen niet alleen jaarlijks bij voor de certificering, maar volgen ook diverse

producttrainingen. We sturen de klant niet naar een hoek in de winkel: je loopt mee, vraagt naar de aard van het probleem - en soms is de oplossing heel anders dan de klant verwacht."

Pauline: "Overigens zegt Jan dat wel, maar hij heeft zelf geen drogistendiploma: een weloverwogen keuze, want hij moet aan de achterkant van de winkels bezig zijn. Als hij gaat inspringen als er iemand vrij heeft of ziek is, staat hij al snel de hele week in de winkel. Dat is niet de bedoeling."

DBB

Op welk moment hebben jullie de keus voor Drogist Bewust Beter gemaakt?

Pauline: "Mijn vader was al lid van DBB en dat is hem én ook ons goed bevallen. Toen we de winkel in Krimpen overnamen, was het een logische keus om die bij DBB onder te brengen."

Jan: "Als ondernemer ervaar ik bij DBB enorm veel vrijheid. De verplichtingen zijn beperkt, en zitten producten in de folder niet in ons assortiment, dan ben ik niet gedwongen ze toch op te nemen. De assortimentsindeling en de schappenplannen hebben we samen met UniPharma opgesteld, die denken heel erg mee. Maar als ik het anders wil, dan wordt daar niet moeilijk over gedaan."

formule

Wat betekent de naam op de pui voor jullie?

Marlinda: "Er zijn natuurlijk formules die bekender zijn, maar in onze omgeving is de naam Flach sterk."

Pauline: "Als je Flach zegt, moet iedereen meteen weten over wie je het hebt: dat ze door die drogisten zo goed geholpen worden. En andersom: als je een drogist zoekt die je goed helpt, dan moet je bij Flach zijn. Daarom is het belangrijk dat dat op gevel blijft staan."

Jan: "De formulenaam DBB vind ik belangrijk, omdat dat vooral nieuwe klanten zekerheid geeft. En je kunt denken: ik doe 't lekker zelf, maar je bent nooit zo sterk als met een hele groep drogisten bij elkaar! We maken ook elk jaar een rondje langs collega's om geïnspireerd te worden: hoe ziet hun winkel eruit, wat doen zij en wat kunnen wij daarvan meepikken? Dat vinden onze medewerkers ook heel leuk. Het is fijn dat je er niet alleen voorstaat."

UniPharma: een groeiende familie

"UniPharma was en is een familiebedrijf", zegt Jacco van Liere. "Bij ons staat continuïteit voorop. We focussen ons met de payoff Gezonder Ondernemen op een structurele samenwerking met zelfstandig ondernemers, die we echt onderscheidend vermogen bieden. Plus een volledige winkelondersteuning - voor drogisten in de vorm van DBB, voor gezondheidswinkels in onze samenwerking met Gezond & Wel.

UniPharma onderscheidt zich ook door innovatie op het gebied van duurzaamheid, diversiteit en inclusiviteit. We bieden daarmee extra onderscheidend vermogen voor de bij ons aangesloten winkels."

Groei onder druk

De formule DBB maakt een stevige groei door, en de formule G&W zit al op bijna honderd winkels. Maar ook daarbuiten groeit UniPharma. "Hoe ons dat lukt?" antwoord Van Liere: "Als familiebedrijf zijn we bij uitstek in staat om niet alleen te overleven, maar ook te floreren in een markt die onder druk staat door kostenstijgingen. Want die kostenstijgingen kun je alleen onder controle krijgen door efficiency en opschalen. Het mooie is dat UniPharma geen condities of prijzen hoeft aan te passen - en daar profiteren onze ondernemers van."

