

UniPharma viert 40-jarig jubileum

“Gezonder ondernemen door steeds in beweging te blijven”

UniPharma viert dit jaar haar 40-jarig jubileum. De oorsprong van de groothandel ligt al in 1877 en in 1980 werd UniPharma in de huidige vorm opgericht. Het familiebedrijf groeide de laatste decennia van 10 naar meer dan 200 medewerkers en blijft in ontwikkeling om steeds gezonder te ondernemen. Zo breidden ze onlangs het kantoor en distributiecentrum uit en zijn er weer diverse, nieuwe ondernemers bij de retailformule aangesloten.

TEKST **Ivonne de Thouars** BEELD **UNIPHARMA**



“**M**et ons nieuwe distributiecentrum, een gemiddelde groei van 8 procent per jaar en een gezonde aanwas van nieuwe ondernemers, hebben we alle redenen om een flink feestje te vieren”, zegt directeur Jacco van Liere. “Helaas is dat door de coronacrisis niet goed mogelijk, daarom hebben we een jubileumboek samengesteld en naar al onze klanten gestuurd met een doos bonbons.” De eerste weken van de coronacrisis bracht een enorme drukte met zich mee, vertelt Van Liere. “Bij UniPharma kennen we geen vergadercultuur, we hebben een ‘handen-uit-de-mouwen’-mentaliteit. We hebben direct onderkend dat dit geen verhaal was voor de korte termijn en dat het een grote impact zou hebben - ook op onze medewerkers en operatie.”

Drukke onder controle

UniPharma heeft volgens Van Liere eerst maatregelen genomen om de gezondheid van de medewerkers te waarborgen: “Extra hygiënemaatregelen, temperatuurcontrole bij de deur, mensen verdelen over shifts, enzovoorts. Tegelijkertijd hebben we de producten in kaart gebracht waar extra vraag naar was of waarbij we meer bestellingen verwachtten. En we hebben de afdelingen die direct met de dagelijkse operatie te maken hebben, zoals voorraadbeheer en logistiek, de ruimte gegeven om zelf te handelen. Onze HR-afdeling heeft ook direct gedoseerd mensen van buiten bijgeschakeld.” Op de Facebook-pagina van UniPharma is te zien dat de medewerkers van ondersteunende afdelingen zoals marketing of de buitendienst direct bijgesprongen in de voorraad en logistiek om het proces tijdens alle drukte beheersbaar te houden. “Voor de rest was het even vijf weken lekker doorbuffelen”, zegt Van Liere die zelf ook in het distributiecentrum zijn handen uit de mouwen stak. “Het grootste probleem ontstond bij het doorvoeren van de 1,5 meter regel en het verdelen van de uren over de shifts, maar ook dat hebben we inmiddels onder controle. Op dit moment is het nog steeds bovengemiddeld druk, maar we zijn wel weer bezig om onze eigen werkzaamheden in te halen.”

Run op artikelen

Bij de groothandel was er logischerwijze veel vraag naar voor de hand liggende producten als desinfectie, handschoenen, reinigingsmiddelen, paracetamol en weerstandsmiddelen. “Maar ook functionele voeding, zoals glutenvrij- en lactosevrij en later ook haarkleur vliegen de deur uit. Er hoeft maar een bericht in de media te verschijnen over een mogelijk tekort en er ontstaat in het hele land een run op deze artikelen, met als meest bizarre trend de run op producten als Baking soda en mondwater.” Van Liere onderkent dat een aanzienlijk percentage van deze artikelen zeer lange tijd niet leverbaar zijn. “Gelukkig hebben we tijdig geanticipeerd en zijn er van meeste producten nog ruime voorraden. Maar we hebben helaas ook langdurige out-of-stocks van bepaalde artikelen.” UniPharma heeft ook direct aan het begin van de coronacrisis geschakeld met een Chinese relatie om zelf een lijn met kwalitatief goede en betaalbare mondkapjes op te zetten. “Dat werd echt een cowboyhandel. Iedereen verkoopt ze, vaak tegen belachelijke prijzen. Wij bieden nu mondkapjes aan in drie kwaliteiten, tegen een eerlijke prijs.”

De helden van UniPharma

Op social media heeft UniPharma veel aandacht voor haar medewerkers, die ze ‘hun helden’ noemen. “Ik ben ook heel trots op onze medewerkers. We hebben een prima klus geklaard tijdens de coronacrisis: winkels hebben niet stil hoeven staan omdat er geen voorraden waren en we hebben de voorraden zo goed mogelijk op peil weten te houden. Er is hier dag en nacht, zeven dagen in de week gewerkt om onze klanten te bedienen. Dan is het niet meer dan terecht om je medewerkers de helden van UniPharma te noemen. Zij zijn de kracht van ons familiebedrijf. Onze mensen weten met wie en waarvoor ze werken en dat maakt het verschil.”

Goed in de wedstrijd

In uitgave nummer 5, 2019 berichtte Careality al over de investeringen tijdens de verbouwing in duurzaam ondernemen met onder andere nieuwe verpakkingsmachines die minder karton en opvulmateriaal gebruiken. Van Liere: “Investeren in de verbouwing betekent investeren in de toekomst. Met de duurzame verpakkingsmachines als kers op de taart. Het was een gok of het zou werken, maar we weten inmiddels dat het een prima investering is. Het inpakproces is versneld, het gebruik van karton en opvulmateriaal is aanzienlijk teruggedrongen en tegelijkertijd is het breukpercentage gedaald. Alleen al met de inpakmachines besparen we 30 ton CO₂ per jaar. Daarnaast is UniPharma inmiddels een gasloos bedrijf en zijn we volledig overgestapt op elektriciteit, zowel voor koelen als verwarmen. Ons gebouw heeft een GPR-score van meer dan 8,5 en voor 80% van alle picks hoeven onze medewerkers niet meer te bukken of te reiken. Dat is Gezonder Ondernemen en dus duurzaam ondernemen. Het betekent ook dat we voor de lange termijn ondernemen. UniPharma zit voor de komende twintig jaar goed in de wedstrijd. Met de bouw van ons nieuwe distributiecentrum en alle investeringen die we gedaan hebben in de oplossing voor verpakkingen, hebben we een goede basis voor die lange termijn gelegd.”

Zelfstandige groothandel

Het onderscheidend vermogen en de waarden van Gezonder Ondernemen komen tevens naar voren in het assortiment en het klantcontact van UniPharma. “We horen terug dat we heel benaderbaar zijn voor de ondernemers die bij onze retailformule zijn aangesloten. De ondernemers van Drogist Bewust Beter zijn de parels uit de markt die de kracht hebben om op eigen voeten te staan. Ik vind het als ondernemer persoonlijk prachtig om met deze rasondernemers te sparren. UniPharma verzorgt voor hen een totaal-ondersteuning, gelardeerd met lokale elementen. Maar het is binnen vastgestelde grenzen aan de ondernemer zelf wat ze bij ons afnemen en het is juist die vrijheid die mensen naar ons toe trekt.” Van Liere benadrukt dat UniPharma een zelfstandige groothandel is. “Wij zijn zelf ondernemer, daarmee raak je direct de kern waarvoor wij staan. Daarnaast beschikt UniPharma over een assortiment van meer dan 43.000 producten. Dat wordt ondersteund door een deskundig team op Category Management: als UniPharma een product opneemt, kan de ondernemer erop vertrouwen dat de prijs klopt, dat er markt voor is en dat er ondersteuning beschikbaar is.”

>>

Ondernemen zonder keurslijf

De laatste maanden hebben weer diverse nieuwe, en ook jonge, ondernemers voor de formule Drogist Bewust Beter van UniPharma gekozen. “Het profiel van die ondernemers heeft veel overeenkomsten. Ze willen lokaal ondernemen zonder keurslijf, maar wel met een complete winkelondersteuning. Wij bieden hen een stevige basis om Gezonder te ondernemen en daar is volop behoefte aan.”



“Perfecte basis van waaruit je zelf kunt ondernemen”

Rob Gouka is eigenaar van drogisterij De Salamander in Den Haag en sinds drie jaar aangesloten bij Drogist Bewust Beter. “Dit is de laatste Salamander drogisterij in Nederland. Deze keten werd al in 1913 opgericht en mijn klanten gaan ook altijd naar ‘De Salamander’ – het maakt daarbij niet zoveel uit welke formulenaam er op de pui staat.” Rob is vanuit een vaste baan overgestapt naar het ondernemerschap. “Ik wilde altijd al iets voor mezelf en deze drogisterij kwam toevallig op mijn pad. Het heeft een goede naam

en ligt in een mooi verzorgingsgebied met veel expats. Mijn wens was een eigen zaak en ik heb andere formules geprobeerd, maar UniPharma legt de perfecte basis van waaruit ik zelf kan ondernemen. De rest kan ik namelijk zelf wel. Ik ben weer vrij om mijn eigen inkopen te doen, haal mijn artikelen uit heel Europa en dat bevalt me prima. De afgelopen maanden heb ik dan ook nergens een tekort aan gehad. Ook nu de mondkapjes zo hard lopen, heb ik voldoende voorraad... ik haal het overal vandaan.” Voor Rob is met name de folder van Drogist Bewust Beter van belang. “Maar ik ben ook heel blij met het partnership dat zij aangaan. Ik heb geregeld overleg met mijn regiomanager die meedenkt met mijn assortiment en bedrijfsvoering. Wat mij heel goed bevalt, is het directe contact met UniPharma. Als je vragen hebt kun je chatten, appen, mailen of bellen en je krijgt vrijwel meteen antwoord.” Natuurlijk spreekt ook de vaste fee van Drogist Bewust Beter Rob aan: “Ik hoef geen percentage van mijn omzet af te staan. En dat mes snijdt aan twee kanten, als ik een goede periode heb gehad, bestel ik immers ook veel meer.”

“Geen behoefte aan een strakke formule”

“Ik kwam in de kinderwagen al in deze drogisterij. Eerst was mijn opa eigenaar, later mijn vader. Ik werkte al 22 jaar in de zaak en vanaf januari 2020 kon ik de winkel overnemen”, zegt Pauline Flach van drogisterij Flach uit Stolwijk. De opa en vader van Pauline waren altijd zelfstandig drogist en dat wilde Pauline voorzetten. “Onze winkel is echt



een begrip in het dorp en we hebben een heel sterke buurtfunctie. Er is ook geen concurrentie, dus we hebben de kracht om zelfstandig te blijven en geen behoefte aan een strakke formule.” UniPharma leverde al jaren aan de drogisterij en Pauline besloot om zich vanaf januari ook bij Drogist Bewust Beter aan te sluiten. “Ik heb goed rondgekeken en alle mogelijkheden onderzocht, maar kwam uiteindelijk toch weer bij UniPharma uit. Dat ben ik gewend, het liep altijd goed en de vrije retailformule van Drogist Bewust Beter past perfect bij het karakter van onze winkel. De folders lopen prima en ik kan nu mijn groene hoek verder uitbreiden.” Pauline vindt dat het contact met UniPharma heel prettig verloopt. “Ik heb waardevolle adviezen gekregen over de modernisering van mijn winkel en de planning van de verbouwing. Ze letten er ook op dat je niet de hoofdprijs betaalt voor de verbouwing, bijvoorbeeld door veel materiaal te hergebruiken. Bovendien kunnen ze alles leveren wat je maar kunt bedenken.” Hoewel de winkel van Pauline een heel uitgebreid assortiment heeft om het dorp zo breed mogelijk te bedienen, staat de drogister ook bekend als een echte gezondheidsadviseur. “De dokter verwijst geregeld naar ons: ‘Ga maar naar Flach’, klinkt het dan. Die specialistische functie kunnen nu prima blijven vervullen, terwijl we aan de andere kant een moderner en bewuster assortiment voeren. Zo kunnen we als Drogist Bewust Beter perfect aan de wensen van onze klanten blijven voldoen.”

“Het jasje van UniPharma past mij het beste”

Marre Bax van drogisterij De Magneet in St. Nicolaasga is druk bezig met de verbouwing als we contact met haar opnemen. De jonge ondernemer is sinds juni aangesloten bij Drogist Bewust Beter.

“Vijftien jaar geleden, op m'n 21e, kreeg ik de kans om deze goedlopende, ruime winkel in het dorpscentrum over te nemen. Ik ben aangesloten

geweest bij DA, later bij D.I.O. en heb bij het vrijkomen van het contract goed afgewogen wat de beste mogelijkheid was voor de toekomst. Het jasje van UniPharma bleek het beste bij mij en mijn winkel te passen.” Marre wil de vrijheid om zelf te blijven ondernemen, met zo min mogelijk verplichtingen naar de retailorganisatie. “Drogist Bewust Beter is wat lichter in franchise. Dat geeft mij de gelegenheid om echt goed naar de behoeften van mijn klanten te luisteren en daar zelf op in te kopen. Zo kun je ook sneller op de actualiteit inspelen. In de drukke coronatijd had ik bijvoorbeeld geen lege schappen; een kwestie van het nieuws goed volgen en zelf op zoek gaan. Dat kost tijd, maar het is met alle mogelijkheden op internet vrij eenvoudig en ik vind het leuk. Voor mijn hele assortiment geldt: als ik ergens bewust naar op zoek ga en het zelf inkoop, verkoop ik het ook beter omdat je echt achter je product staat. Dat is toch anders als je een flinke verplichte afname hebt.” Marre vertelt dat haar doelgroep het veel belangrijker vindt dat ze



goed en persoonlijk worden geholpen door haar of een van haar zeven medewerkers, dan dat er 1+1-acties te vinden zijn in de winkel. “We hebben echt de gunfactor. Er zijn in ons dorp geen andere drogisterijen, onze winkel is dan ook heel divers. We hebben een schoonheidssalon en een parfumerie, maar ook een uitgebreid assortiment zelfzorg. Daarnaast wil ik het groene en reform assortiment verder uitbreiden, want de consument wordt steeds bewuster. Het is mooi dat we sinds deze maand het woord Bewust op de gevel hebben staan, dat past echt bij deze tijd. Buiten dat, verloopt het contact met UniPharma heel erg prettig, ze zijn gemakkelijk te bereiken en denken enthousiast mee met de zaak.” Volgens Marre maakt het haar klanten niet zoveel uit welke formulenaam er op de gevel staat. “Ze gaan ‘naar De Magneet’ of ‘naar Marre’ en daar zal niet veel aan veranderen, maar ze zijn wel verrast door de nieuwe uitstraling en uitbreiding van ons assortiment!”

“Ik stem mijn assortiment op mijn klanten af”

Zes jaar geleden besloot sportlerares Stephanie Smetsers dat ze wat anders wilde en opende een drogisterij in Liempden. Met groot succes, want vier jaar na de opening verhuisde ze in het dorp naar een pand dat bijna twee keer zo groot was. “Er was in Liempden al twee jaar geen drogisterij en dat werd echt gemist. Ik heb de winkel ingericht zoals ik wens, ik wil heel graag mijn eigen weg gaan. In het

eerste jaar als ondernemer heb ik gekeken welke formule het beste bij mij zou passen. Ik vond het vooral belangrijk dat ik mijn vrijheid zou behouden en niet alle richtlijnen van een hoofdkantoor hoeft te volgen. Daarom ben ik nu zes jaar naar tevredenheid aangesloten bij Drogist Bewust Beter. Ongeveer 60% van mijn winkel is drogisterij, de rest vul ik zelf in met cadeauartikelen, speelgoed en woonaccessoires. De inkoop daarvan verzorg ik zelf, dat kost me niet al te veel tijd en ik vind het leuk om te doen.” In Liempde kent iedereen Stephanie en Stephanie kent iedereen. Ze staat al vanaf het begin in het dorp bekend als gezondheidsadviseur. “Ik werk samen met de huisarts en apotheker en mensen weten waarvoor ze bij mij terecht kunnen. Er is ook geen andere drogisterij in ons dorp, maar de supermarkt neemt wel steeds meer assortiment over. Dat vind ik het meest slechte idee ooit, zo'n supermarkt. De winkels verdwijnen uit het dorp terwijl ik merk dat er juist zo'n behoefte is aan een buurtwinkel. Je kent elkaar en maakt eens een praatje. Dat is ook de kracht van mijn winkel”, zegt de enthousiaste ondernemer. “Ik stem mijn assortiment op mijn klanten af en UniPharma legt de basis voor de drogisterij. Ik ben niet echt de standaard ondernemer, ik bepaal zelf wat er met mijn winkel gebeurt en vraag ook niet zoveel retailondersteuning. Bij UniPharma heb ik de ruimte om gewoon een eigenwijze ondernemer te zijn.” ■

