

CAREALITY

Onafhankelijk vakblad voor managers in de drogisterijbranche

Lareb over
overgevoeligheid
voor NSAID's
.....

Joop Rutte,
info2action,
over een sterker
Europees onder-
nemingsklimaat
.....

Lynne Bruning-van Gessel, CEO Etos:

"Wij bieden de expertise van een specialist, maar dan zonder drempel"



Daniëlle van der Zon,
directeur CBD:
"De drogist in
de frontlinie
van de zorg"



Careality Care
Awards 2026

pag 12

pag 14

Nature inspired, future ready

De elfde Careality Care Awards verbinden handel en industrie

De bloesem stond in volle bloei rondom De Vuursche Lodge in Baarn, de zon wierp een laatste gouden gloed door de ramen en op de tafels prijkte een curieuze verzameling objecten: een ei, een banaan en een pauwenveer. Geen decoratie zonder reden, maar de opmaat naar het thema van de avond: 'Nature inspired, future ready'. Op 14 april kwamen 115 kopstukken uit de drogisterijbranche samen voor de elfde editie van de Careality Care Awards. Een avond waar concurrentie plaatsmaakte voor gezamenlijke trots op het kanaal.

TEKST **LINDA VAN HOUT**

BEELD **JAN WILLEM HOUWELING**

Al bij binnenkomst in de sfeervolle, verbouwde boerderij in Baarn was de toon gezet. De informele borrel vooraf bood de perfecte gelegenheid voor bezoekers om bij te praten. Toen de deuren naar de zaal openingen, troffen de gasten een prachtig gedekte setting aan: sfeervol licht op de tafels en een podium waar de felbegeerde awards al glommen.

Samenwerking als fundament

Presentatrice Sabine van Diemen praatte de avond soepel aan elkaar en juryvoorzitter Niek Schipper (A.S. Watson) verwoordde bij de opening het unieke karakter van de avond. "Het is bijzonder dat we hier met leveranciers en retailers zo bij elkaar zitten. Overdag knokken we om dezelfde klant, maar hier vieren we dat we het samen hartstikke goed doen. We presteren als drogisterijkanaal vele malen beter dan andere retailkanalen, en dat is de verdienste van het werk dat we hier met z'n allen verzetten."

De vakjury, bestaande uit Anne Muyres (Etos), Anouk Planting (DA), Donja van Liere (Unipharma), Joop Rutte (Info2Action) en Wouter Bruin (De Online Drogist), had de uitdagende taak om uit de vele innovaties de absolute winnaars aan te wijzen. Hiervoor hadden ze een ludieke video gemaakt in de stijl van 'Wie is de Mol?'. De vraag die werd gesteld: hoe gaat dat dan, zo'n juryberaad? De jury keek niet alleen naar een mooi verhaal, maar ook naar bewijs: wat is zichtbaar in het schap, wat wordt meegenomen, wat lost een probleem op en doet wat het belooft. En ja, de jury testte ook echt door te ruiken, proeven en smeren.

De winnaars: innovatie in elk schap

Daarna was het tijd voor het uitreiken van de awards. In de verschillende categorieën werd duidelijk dat innovatie in de drogisterij vele gezichten heeft. Bij Lichaamsverzorging werd de winst gepakt door Vaseline Gluta-Hya, terwijl Nivea met het Cellular Epigenetics Serum de prijs voor Gezichtsverzorging mee naar huis nam.

In de categorie VMS & Gezondheidsproducten werd Vagitor Probio (A Healthy Body) bekroond door de vakjury. Op het gebied van Zelfzorg was de eer voor Bepanthen Repair. De gecombineerde categorie Beauty, cosmetica en geuren zag NYX The Face Glue Primer (L'Oréal) als winnaar uit de bus komen. Voor Mondverzorging werd Sensodyne Clinical White (Haleon) geëerd en Henkel pakte de winst bij Haarverzorging met de Got2b Glued Wax Stick. Tot slot won Koninklijke Utermöhlen de award voor het Aanvullend assortiment met de innovatieve zwarte zoogkompresen van HeltiQ.

Endurance en Oeuvre: de kroon op het werk

De spanning in de zaal steeg bij het naderen van de twee 'grote' prijzen. De Endurance Award, voor een product dat jarenlang relevant blijft en een vaste plek in de retail heeft veroverd, ging naar de A.Vogel Oogdruppels (voor ontstoken ogen). De reactie van de winnaar: dit voelde als een bekroning op jarenlang hard werken en het bouwen aan vertrouwen bij de consument.

Als slotstuk van de avond werd de Oeuvre Award uitgereikt. Juryvoorzitter Niek Schipper benadrukte dat deze prijs gaat over lange termijn performance en de moed om onvoorwaar-



delijk te kiezen voor het drogisterijkanaal. De winnaar, Procter & Gamble (P&G), werd geprezen als een van de meest klantgerichte bedrijven in de industrie. "Ze vertalen klantonderzoek feilloos naar relevante producten en investeren stevig in de executie op de winkelvloer," aldus juryvoorzitter Niek Schipper. Michel van P&G nam de award met trots in ontvangst: "Dit is een grote eer. We werken hard om het telkens beter te doen voor de consument in Nederland. Fantastisch dat dit wordt vertaald naar waardering vanuit de branche. Want we love winning."

Keynote Saskia van den Muijsenberg: de natuur als R&D

Het thema 'Nature inspired, future ready' kreeg diepgang door twee gastsprekers. Saskia van den Muijsenberg (oprichter BiomimicryNL) nam de zaal mee in de wereld van innovatie afgekeken van de natuur. Waarom zou je het wiel opnieuw uitvinden als de natuur al aan productontwikkeling heeft gedaan? De kern van haar verhaal: de natuur is al 3,8 miljard jaar aan het experimenteren, aanpassen en innoveren. Wie goed kijkt, vindt oplossingen voor uitdagingen waar bedrijven óók mee worstelen: lichtgewicht maar sterk verpakken, kleur maken zonder chemie, houdbaarheid verbeteren.

Ze maakte het tastbaar. Het ei dat op tafel lag, bleek een masterclass verpakking: sterk door vorm en structuur, zonder extra materiaal. Ze liet zien hoe bedrijven zich laten inspireren door microstructuren in de natuur, bijvoorbeeld om plastic te besparen in flessen of om restjes uit verpakkingen te krijgen via het lotuseffect. Ook het pauwenveer werd een les: kleur door structuur, niet door pigment. Dat opent deuren naar nieuwe soorten glans en glitter zonder microplastics. Haar conclusie was helder: de natuur wint altijd, de vraag is vooral wanneer je die inspiratie gaat gebruiken.

Keynote Deborah Nas: AI gaat hard, mensen gaan anders

Professor Deborah Nas, AI-expert en trendwatcher, sloeg de brug naar de toekomst met een vlijmscherp betoog over AI. Haar boodschap was helder: AI is geen verre toekomstmuziek meer, maar een assistent die nu al de kennisbron van de consument en de professional aan het veranderen is. Ze maakte een belangrijk onderscheid: generatieve AI is fundamenteel anders dan de tech-

nologie waar we de afgelopen decennia aan gewend raakten, omdat het niet alleen herkent en voorspelt, maar ook genereert. Maar haar echte punt ging niet over techniek. Het ging over gedrag. Het tempo van verandering wordt volgens haar vooral bepaald door de mens. We overwaarden wat we kennen en onderschatten wat we nog niet begrijpen. Verliesaversie speelt mee. En dat zie je telkens terug bij nieuwe technologie, van schrift tot internet, van Google tot nu. Haar oproep was praktisch: ga ermee spelen, leer de mechanismen begrijpen en bouw waar nodig eigen toepassingen die bronnen en betrouwbaarheid borgen. Vooral in domeinen waar de consument het al gebruikt, zoals gezondheid.

Een spiegel voor de branche

Toen de laatste awards waren uitgereikt, iedereen had genoten van een heerlijk buffetdiner en het netwerken werd voortgezet, bleef één conclusie hangen: de Careality Care Awards zijn meer dan een prijsuitreiking. Het is een jaarlijkse spiegel die de branche laat zien waar de groei zit. De winnaars van 2026 lieten zien dat de drogisterijsector klaar is voor de toekomst. Nature inspired, future ready. ■

De winnaars op een rij:

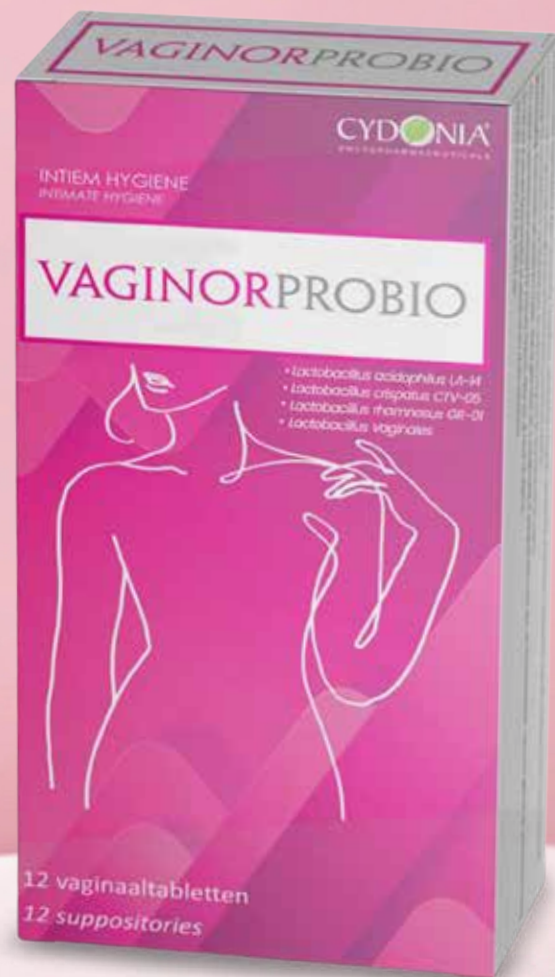
- **Lichaamsverzorging:** Vaseline Gluta-Hya
- **Gezichtsverzorging:** Nivea Cellular Epigenetics Serum
- **VMS & Gezondheidsproducten:** Vagitor Probio – A Healthy Body
- **Zelfzorg:** Bepanthen Repair
- **Beauty, cosmetica en geuren:** NYX The Face Glue Primer – L'Oréal/NYX Professional Makeup
- **Mondverzorging:** Sensodyne Clinical White Tandpasta – Haleon
- **Haarverzorging:** Got2b Glued Wax Stick – Henkel
- **Aanvullend assortiment:** HeltiQ Zoogkompressen Zwart – Koninklijke Utermöhlen
- **Endurance Award:** A.Vogel Oogdruppels ontstoken ogen
- **Oeuvre Award:** Procter & Gamble



Dank aan de jury van Careality

Vaginor Probio is bekroond met de Care Award in de categorie VMS & Gezondheidsproducten. Deze erkenning benadrukt Cydonia's toewijding aan hoogwaardige, innovatieve en natuurlijke verzorging voor vrouwen.

Wij danken de jury hartelijk voor deze bijzondere waardering.



Vaginor Probio maakt vrouwen-gezondheid bespreekbaar

Intieme gezondheid krijgt steeds meer aandacht binnen het drogisterijkanaal. Waar het onderwerp jarenlang vooral achter gesloten deuren bleef, zoeken vrouwen vandaag de dag actiever naar informatie, advies en passende producten. Met Vaginor Probio speelt het merk in op die ontwikkeling. Het product werd bekroond met een Careality Care Award 2026 in de categorie VMS & Gezondheidsproducten.

Voor Lejla Barakovic kwam die erkenning op een bijzonder moment. "Dit jaar bestaan we vijftien jaar op de Nederlandse markt, dus deze award voelt echt als een cadeautje." Tijdens de uitreiking waren ook haar kinderen aanwezig, omdat het bedrijf steeds meer uitgroeit tot een familiebedrijf. "Dat maakte het extra persoonlijk." Volgens Barakovic is de afgelopen jaren duidelijk zichtbaar geworden dat vrouwen makkelijker praten over intieme gezondheid en actiever op zoek gaan naar informatie en passende producten. Tegelijkertijd groeit de behoefte aan toegankelijke oplossingen die eenvoudig passen binnen de dagelijkse verzorgingsroutine.

Vaginor Probio sluit daarop aan met een combinatie van vier lactobacillen en een gebruiksvriendelijke toepassing. Daarmee positioneert het product zich nadrukkelijk anders dan traditionele oplossingen zoals crèmes of medicatie: niet het probleem staat centraal, maar dagelijkse ondersteuning en verzorging. Juist die laagdrempelige benadering maakt de categorie toegankelijker en makkelijker bespreekbaar.

Binnen vrouwegezondheid ziet Barakovic bovendien een duidelijke verschuiving richting natuurlijke en onderbouwde producten. Consumenten kijken bewuster naar ingrediënten en kiezen vaker voor producten die aansluiten bij een natuurlijke benadering van verzorging. Lactobacillen passen goed binnen die ontwikkeling. Door de groeiende aandacht voor probiotica en het toenemende onderzoek naar deze bacteriestammen groeit ook de interesse in producten die daarop inspelen. Die ontwikkeling is inmiddels ook zichtbaar op de winkelvloer. Binnen drogisterijen ontstaan steeds vaker aparte schappen voor vrouwegezondheid en thema's zoals Dag van de Vrouwegezondheid en Wereld Menopauzedag krijgen meer



Jurylid Donja van Liere (l) en Lejla Barakovic

aandacht. Volgens Barakovic draagt dat bij aan meer bewustwording én aan het normaliseren van onderwerpen die voor veel vrouwen onderdeel zijn van het dagelijks leven. De rol van de drogist groeit daarbij mee als vertrouwd adviespunt binnen vrouwegezondheid. Een open presentatie in het schap en goed geïnformeerde medewerkers helpen om drempels te verlagen en gesprekken makkelijker te maken. Om retailers daarbij te ondersteunen, zet het merk in op trainingen, productinformatie en begeleiding op de winkelvloer. Kortom: deze innovatie speelt in op een ontwikkeling die binnen het drogisterijkanaal steeds zichtbaarder wordt: vrouwegezondheid groeit uit tot een volwaardige categorie, waarin behoefte is aan toegankelijke producten, duidelijke informatie en een open gesprek op de winkelvloer. ■

Juryrapport

Binnen een categorie waar openheid niet altijd vanzelfsprekend is, weet deze introductie een relevant en vrouwgericht onderwerp toegankelijk te maken. Het product speelt in op de groeiende behoefte aan balans en verzorging van binnenuit en vertaalt dit naar een duidelijke en praktische oplossing. Opvallend is de rol van deze relatief kleine speler, die zich vanaf dag één met zichtbaar enthousiasme inzet om het taboe rondom dit thema te doorbreken. Door wetenschap en gebruiksgemak te combineren, wordt een gevoelig onderwerp laagdrempelig en bespreekbaar gemaakt. De jury waardeert deze missie en de overtuiging waarmee deze wordt uitgedragen. Daarmee doorbreekt deze introductie niet alleen grenzen, maar verdient zij ook erkenning. Een terechte winnaar.

De winnaar is... Vaginor Probio!