

55%: Dat zeg ik!

26-11-2015 08:55



De Consumentenbond concludeerde eerder dit jaar al dat supermarkten meer met private labels stunten dan met A-merken. Volgens Intergamma's ceo Harm-Jan Stoter is dat in bouwmarkten precies andersom. "Echte A-merken hebben we in dhz-retail maar weinig. De latex van Histor en Flexa zijn gekende producten met een hoge prijsperceptie. Die gebruiken we dus graag als traffic-generator." Daarom stunt Gamma deze week (foto) met 55% korting op Histor Monodek en Karwei met Flexa's Powerdek.

In het [uitgebreide interview met Stoter](#) ging het ook over de [potentie van e-commerce in dhz](#), de [positie van speciaalzaken](#) en [selectieve distributie van A-merken](#).

Marc Nelissen