



## Schönheit aus dem Fax: Apotheker Walter Bouhon vertreibt frei-Hautpflegeprodukte

Seit über 40 Jahren entwickelt und verkauft Apotheker Walter Bouhon in Nürnberg Hautpflegeprodukte. Die *frei*<sup>®</sup>-Pflegelinie ist nur in Apotheken erhältlich. Bei Vertriebsmaßnahmen per Fax setzt das Unternehmen auf die im Münchener Rechenzentrum von Retarus betriebene Anwendung Faxolution Broadcast. Die Apotheken werden punktgenau informiert und Walter Bouhon erzielt in Form von Bestellungen eine überdurchschnittlich hohe Response auf Faxmailings.

In der Mohren-Apotheke zu St. Lorenz in der Nürnberger Königstraße hat alles angefangen, einer Institution, deren Wurzeln bis weit ins 15. Jahrhundert reichen. Dass ein Apotheker eigene, nicht verschreibungspflichtige Medikamente in kleinem Maßstab herstellt und sie an die Kunden im Umkreis verkauft ist noch nichts besonderes. Mit lokaler Kundschaft fing auch bei Walter Bouhon in der Nürnberger Mohrenapotheke alles an. Statt Medikamenten, die Krankheiten heilen und bekämpfen, bilden hier Cremes und Lotions zur Körper- und Schönheitspflege ein wichtiges Standbein der eigen produzierten Produkte. In einer Apotheke würde man so etwas nicht unbedingt erwarten.

Was in den 60er Jahren als Massageöl eingeführt wurde, hat sich in der Folgezeit zur kompletten Pflegeserie für Gesicht und Körper weiterentwickelt.

Das frei Basisortiment reicht heute von Pflegeölen, Tages- und Nachtcremes über Reinigungsmilch und Gesichtswasser bis zu Handcreme und Pflegeshampoo. Zusätzlich ergänzen die frei AntiAge-Serie, die UREA PLUS-Spezialprodukte sowie Cellulite-Produkte das Sortiment. Trotz der enormen Konkurrenz durch international tätige Konzerne haben sich die Nürnberger mit ihrer Hautpflegeserie *frei*<sup>®</sup> eine sehr beachtliche Position im Markt verschafft und ihre Stellung in den letzten Jahre durch eine Erweiterung der Produktpalette weiter ausgebaut.

Ohne gezielte Marketing- und Vertriebsmaßnahmen wäre das alles nicht möglich gewesen. "Dazu zählen nicht zuletzt regelmäßige Informations- und Vertriebskampagnen per Telefax", berichtet Michael Kleber, Vertriebsleiter Pharma bei der Apotheker Walter Bouhon GmbH in Nürnberg.

## Direkter Kundenkontakt per Fax.

Kontinuierliche Geschäftskontakte rund um die apothekenexklusive Hautpflegeserie *frei*® unterhält das Unternehmen mit mehr als 10.000 Apotheken in Deutschland. Auf diese entfällt auch der Großteil des Inlandsumsatzes, daher legt man hier besonderen Wert auf eine gute Betreuung. Daher ließ man die Apotheker entscheiden, in welcher Form über Neuerungen, Preisänderungen und besondere Aktionen informiert werden sollte: per Fax, per Infopost oder per E-Mail. "Auch für uns war es erstaunlich, dass zum überwiegenden Teil Faxmitteilungen bevorzugt werden. Von den ca. 22.000 Apotheken in Deutschland kommunizieren wir mit gut der Hälfte per Fax. Wir richten uns da ganz nach deren Informationsbedürfnissen", erläutert Kleber. Dazu gehört auch, dass sehr schnell auf ein Angebot reagiert werden kann. Ein mitgeschicktes Bestellformular wird mit dem Firmstempel versehen, unterschrieben und dann losgeschickt. Das Telefax ist dafür das ideale, weil schnelles Medium.

Pro Aktion verschickt Walter Bouhon zwischen 6.000 und 12.000 Faxe. Dafür eine interne Lösung mit Faxkarten einzurichten verwarf man sehr rasch. Den Aufwand, die notwendige Anzahl an Datenleitungen bereit zu stellen und sich um den ordnungsgemäßen Versand Tausender von Faxseiten zu kümmern, erachtete man als zu hoch. Daher kooperiert die Walter Bouhon GmbH seit Ende 2006 mit den auf Services für Kommunikation und Geschäftsprozesse fokussierten Spezialisten von Retarus.

## Schneller und zuverlässiger Versand.

In einer Testaktion konnte sich die Geschäftsleitung von Walter Bouhon von der Leistungsfähigkeit der Retarus Lösung Faxolution Broadcast überzeugen. "Auch bei mehreren Tausend Seiten inklusive Bestellformular war der personalisierte Versand äußerst schnell und zuverlässig abgewickelt", berichtet Kleber. Auch die Versandqualität der zu übertragenen Dokumente wurde anhand verschiedener Faxgeräte mit Laser-, Thermotransfer und Tintenstrahlverfahren getestet, um die Wiedergabe auf den verbreiteten Faxendgeräten zu überprüfen. Die Managed-Service-Lösung bietet Walter Bouhon klare Vorteile: Ohne selbst Investitionen in Hardware, Software oder Leitungen tätigen zu müssen, kann je nach Bedarf die Retarus-Infrastruktur genutzt werden. Bezahlt werden nur die beim Versand des Faxmailings anfallenden Kosten. Das Ergebnis: schnell kalkulierbare Kosten, eine transparente Abrechnung und damit eine präzise Erfolgsrechnung. Die Rechenzentren von

Retarus sind redundant ausgelegt, verfügen über mehrere tausend ein- und ausgehende Leitungen und sind so auch für einen großvolumigen Versand gerüstet. Mit der leistungsstarken Infrastruktur können weit mehr als eine Million Faxseiten pro Tag versendet werden. Auf besonderen Wunsch einiger Apotheken wird Informationsmaterial auch als Nachtfax verschickt. Auch dies ist wieder Bestandteil einer konsequenten Kundenorientierung. Zudem lässt sich mit der Versandoption "Express" und "Send Time" festlegen, wie schnell und zu welchem Zeitpunkt Fax-Nachrichten verschickt werden.

### Technologie Box:

- **Schneller, zuverlässiger und hochauflösender Versand**
- **Leicht kalkulierbare Kosten durch transparente Abrechnung**
- **Keine Kapazitätsengpässe, mehrere Tausend In-/Out-Leitungen**
- **Vorlagenoptimierung für beste Versandqualität**
- **Detaillierte Versandreports**
- **Optionale Header-Personalisierung**
- **Nummernabgleich mit BITKOM Robinsoliste**

Kleber und sein Team haben somit die volle Kontrolle, wann die persönlich adressierten Telefaxe die Apotheken erreichen.

## Hohe Versandqualität durch Vorlagenoptimierung.

Die Vorlagen und speziell zugeschnittene Verteiler für die im Voraus zu bestimmten Zeiten geplanten Vertriebsaktionen erhält Retarus auf elektronischem Weg. Nach Eingang der Vorlagen werden Grafiken, Raster und Graustufen optimiert, damit der Wiedererkennungswert einer Fax-Nachricht möglichst hoch ist. Zum Einsatz kommen dabei auch individuelle Schriftarten und Logos des Auftraggebers, damit das Fax-Layout dem Corporate Design entspricht.

Entscheidend bei einer Fax-Aktion mit Bestellformular ist die Response-Rate, denn dann generiert ein Fax direkten Umsatz. Die Bestellungen als Folge solcher Fax-Mailings gehen bei Walter Bouhon in Nürnberg auf einem internen Faxserver ein. "Eine Responsrate im deutlich zweistelligen Bereich ist ein Beleg für die Effektivität des Versands über die Retarus Infrastruktur", resümiert Kleber.