

# Durchgängige Qualitätskontrolle

**FALZTECHNIK** ■ Die SAZ Services GmbH, international tätiger Entwickler und Anbieter von Branchenlösungen für Marketing und Vertrieb, Direct Marketing Services und Adressdaten, hat seinen Lettershop ausgebaut. Dabei ging es nach Angaben des Unternehmens vor allem darum, flexibler agieren zu können und eine durchgängige Qualitätskontrolle zu erhalten – das fängt an mit den Daten und hört auf mit dem Verarbeitungsprozess.

■ SAZ ist seit über 40 Jahren ein international tätiger Entwickler und Anbieter von Branchenlösungen für Marketing und Vertrieb, Direct Marketing Services und Adressdaten. Die Schwerpunkte der SAZ Branchenlösungen liegen im Bereich der Neukundengewinnung und des Customer Relationship Management.

Zu den Direkt Marketing Services der SAZ-Gruppe gehören Kundenberatung, Entwicklung und Umsetzung von Multichannel-Kampagnen, die Analyse und Prognose des Verbraucherverhaltens, Fulfillment, Telecare sowie Dienstleistungen zur Adressaktualisierung und Adressvalidierung. Das von SAZ selbst entwickelte CRM-System Smart Base beinhaltet bis zu 220 Einzelinformationen pro Adresse und kann beispielsweise für die Erstellung von Kundenprofilen oder die Selektion von Adresslisten genutzt werden. Die Kunden sind vorrangig in der DACH-Region angesiedelt und stammen aus verschiedenen Branchen.

**AUSBAU DES LETTERSHOPS.** Um weiterhin den Marktherausforderungen begegnen zu können, entschied man sich bei SAZ am Standort Garbsen dazu, die Lettershopabteilung umfassender auszustatten und durch neue Lösungen im Bereich datengesteuerter Druck/VDP zu ergänzen. „Somit können wir schneller und flexibler zu reagieren. Außerdem haben wir so die Qualität durchgehend im Blick. Ebenfalls werden Transportwege verringert, was sich positiv auf die Umweltbilanz auswirkt“, beschreibt Karsten Klemm, Manager Commercial Systems, die Ausgangslage. Deshalb kommen seit kurzem zusätzlich zwei neue Einzelblattdrucksysteme zum Einsatz. „Die Produkte und ihre Bildsprache sind wesentlich individueller geworden, dadurch verringern sich die einzelnen Auflagenhöhen deutlich, bei gleichzeitig steigender Zahl unterschiedlicher Kampagnen“, führt Klemm aus. Im Bereich der Nachverarbeitung war nun ein Falzsystem

gefordert, welches einerseits einen hohen Automatisierungsgrad bietet und andererseits die Besonderheiten der herzustellenden Produkte abdeckt. Dabei entschied sich SAZ für das vollautomatische Falzsystem Prestige Fold Net 52 von MB Bäuerle. Die Maschine verfügt über sechs Falztaschen im ersten und zweiten Falzwerk.

„Die Prestige Fold hilft uns, wenn es um den tagesgenauen Versand geht. So können wir auf den Drucksystemen parallel verschiedene Aufträge produzieren und zeitnah weiterverarbeiten. Durch den integrierten Jobspeicher und die Automatisierungslösungen ist es unproblematisch, einen größeren Auftrag zu unterbrechen und kleine Auflagen zu falzender Produkte dazwischen zu schieben“, erklärt Bernd Rump, der die Abteilung Lettershop verantwortet. Bei SAZ sind sämtliche Formate und Jobs, die immer wieder vorkommen, im internen Speicher abgelegt.

Ein weiteres Kriterium bei der Investitionsentscheidung war, spezielle Anwendungen nach entsprechenden Vorgaben herstellen zu können. Ein solcher Fall ist die Herstellung eines Anschreibens mit innenliegendem Zahlschein. Hierbei ist es erforderlich eine Fensterfalztasche an Position fünf einzusetzen. Nach entsprechender Falzung im ersten und zweiten Werk erfolgt im letzteren noch der rotative Randbeschnitt, so dass der Überweisungsträger frei innen liegt. „MB Bäuerle hat uns hierfür ein stimmiges Konzept ausgearbeitet.“ Neben der Falzmaschine investierte man außerdem noch in ein Vakuumband mit Heißleimsystem, welches im Verbund mit dem Falzsystem betrieben werden kann. „So können wir künftig noch stärker in die Selfmailerproduktion einsteigen und neue Dinge ausprobieren, um unseren Kunden zusätzliche kreative Umsetzungen anbieten zu können“, gibt Karsten Klemm einen Ausblick. (mr)



Vom vollautomatischen Maschinenkonzept überzeugt: Karsten Klemm, Jens Jacobsen (MB Bäuerle Vertriebsbeauftragter Region Nord) und Bernd Rump (v.r.).