



Klick und frei

Bei der Anschaffung einer Frankiermaschine muss sich ein Unternehmen darauf einstellen, eine hohe Investitionslast zu stemmen. Doch es gibt auch Alternativen: Zum einen das klassische Mietgeschäft, zum anderen – wie bei Druckern und Kopierern auch – sogenannte Klickpreismodelle.

Hochpreisiges und langlebiges Büro-Equipment wie etwa eine Frankiermaschine zu mieten statt zu kaufen, stellt für viele Unternehmen eine interessante Option dar – gerade in wirtschaftlich angespannten Zeiten. Hintergrund: Während der Dauer des Mietgeschäfts lässt sich das Gerät jederzeit an die individuellen Bedürfnisse des Anwenders anpassen. Das kommt insbesondere Anwendern zugute, die sich schwer damit tun, die genaue Höhe ihres Postaufkommens abzuschätzen. Darüber hinaus bleibt der Kunde infolge eines Mietgeschäfts technisch jederzeit auf dem neuesten Stand der Technik, ohne seine Liquidität unnötig belasten zu müssen.

Weiterer wesentlicher Vorteil eines Mietgeschäfts: In der Regel beinhaltet der konstant hohe monatliche Mietpreis nicht nur die Gerätekosten, sondern auch verschiedene Dienstleistungen. Auf diese Weise lassen sich unvorhergesehene Kosten vermeiden, denn Wartungs- und Instandhaltungskosten infolge eines technischen Defekts werden bei entsprechendem Vertragsentwurf vom Vermieter getragen. Zudem ist die Miete als Betriebskosten steuerlich voll absetzbar.

MIETEN LIEGT IM TREND

„Der Anteil der in Deutschland gemieteten statt gekauften Frankiermaschinen steigt stetig an“, bestätigt Rainer Geiß, Geschäftsführer des Frankiermaschinenherstellers Frama, die zunehmende Beliebtheit dieser Finanzierungsform. Mittlerweile wird bereits

FRANKIER-KLICKPREIS: Die Frankiermaschine Matrix F6 von Frama lässt sich zusammen mit dem Angebot FramaClick mieten.



mehr als die Hälfte aller Geräte vermietet. Der Frankiermaschinenhersteller empfiehlt insbesondere Unternehmen mit einem täglichen Briefaufkommen von bis zu 150 Briefen für die Ausgangspost den Abschluss eines Mietvertrags. Neben der reinen Nutzung der Frankiermaschine umfasst der Mietvertrag auf Wunsch auch Verbrauchsmaterial und Serviceleistungen.

Grundsätzlich entsprechen die Mietangebote der Frama Deutschland GmbH einem typischen Herstellerleasing-Geschäft. Die Kunden können aus beiden für Leasinggeschäfte gängigsten Vertragsarten, Vollamortisation und Teilamortisation, auswählen und zahlen einen monatlichen Pauschalbetrag. „Möchte ein Kunde das Gerät nach der Miete übernehmen, empfiehlt sich die Vollamortisation. In der Regel geben die Kunden das Gerät nach Ablauf der Mietdauer aber zurück. In diesem Fall ist die Teilamortisation besser, da der monatliche Mietpreis geringer ist“, erläutert Rainer Geiß die Vorzüge der jeweiligen Vertragsart. Die Refinanzierung erfolgt allerdings über einen Leasinggeber, der sich auf Bürogeräte spezialisiert hat, wodurch die Frama-Kunden wiederum von günstigeren Mietraten profitieren.

Alle dazugehörigen Serviceleistungen werden sowohl über den Direktvertrieb von Frama als auch über die Fachhandelspartner erbracht. „Für den Kunden macht das keinen Unterschied. Die Servicetechniker der Fachhandelspartner sind immer auf dem gleichen Kenntnisstand wie der eigene Werkskundendienst von Frama“, sagt Rainer Geiß.

Für Anwender mit einem täglichen Postaufkommen von mehr als 150 Briefen pro Tag – unabhängig von der Art des Postaufkommens sowie der Unternehmensstruktur und -größe – sei anstatt eines Mietgeschäfts allerdings das Konzept FramaClick besser geeignet. Bei diesem wird auf der Grundlage eines Mindestbriefvolumens ein Festpreis pro Frankierung festgelegt und bezahlt – ähnlich wie bei den bekannten Klickpreismodellen aus der Drucker- und Kopiererbranche. Die einzelnen „Klicks“ beziehungsweise Frankierungen werden von der Frankiermaschine automatisch gezählt und mit jeder Portoladung an das Datenzentrum von Frama übertragen. Von dort aus erfolgt die Abrechnung quartalsweise.

WISSEN, WAS ES KOSTET

Die Berechnung der Höhe des Festpreises erfolgt auf Basis des frankierten Postvolumens, des Frankiergerätetyps, der benötigten Frankierfarbe und, falls gewünscht, inklusive Full-Service-Dienstleistungspaket. „Dadurch wissen unsere Kunden ganz genau, was sie das Frankieren kostet. Überraschende Zusatzkosten etwa für Farbe oder infolge von Reparaturen sind von vornherein ausgeschlossen“, erläutert Rainer Geiß die Vorzüge des Klickpreiskonzepts. Ein Beispiel: Ein Kunde mit einem täglichen Postaufkommen von über 300 Briefen zahlt für das Frankieren mit einer Frankiermaschine Frama Matrix F6 pro Klick ledig-

lich 4 Cent – und zwar bei einer Laufzeit von 60 Monaten. „Für diesen Preis erhält er das Frankiersystem F6 von Frama, die Frankierfarbe, die Frankieretiketten und verschiedene Serviceleistungen wie etwa kostenlose Störungsbeseitigung, kostenlose Ersatz- und Verschleißteile“, sagt Rainer Geiß. Überschreitet der Kunde das ursprünglich festgelegte Postvolumen mehrfach, wird er automatisch in die nächsthöhere und somit preiswertere Klick-Klasse eingeordnet.

Mehr als 30 Prozent aller Frama-Kunden mit einem Briefvolumen von über 150 Briefen pro Tag nehmen das FramaClick-Angebot in Anspruch – circa die Hälfte inklusive Full-Service-Angebot. Das Konzept FramaClick umfasst verschiedene Bausteine, die sich nach Vertragslaufzeit und Leistungsumfang unterscheiden. Das Konzept FramaClick Flex etwa hat eine Vertragslaufzeit von drei Monaten und ist innerhalb von vier Wochen jederzeit kündbar. Das Konzept FramaClick First dagegen hat eine Vertragslaufzeit von mindestens 36 Monaten und beinhaltet ein umfangreiches Servicepaket, das neben dem kostenlosen Austausch der Frankiermaschine im Störfall auch Leistungen wie einen Mietservice für Zusatzmodule sowie Umzugservice beinhaltet.

Daniel Müller ■