

Edelmetallhandel im Wandel

Wer aufsteigt und wer absteigt

Von Walter K. Eichelburg

Datum: 2009-07-03 – [Update 2](#)

Waren vor etwa fünf Jahren die Investoren in Edelmetalle noch dünn gesät, ebenso die Händler, so hat sich das inzwischen massiv geändert. Fortlaufend entstehen neue Händler, speziell in Deutschland. Und es entwickeln sich auch neue Vertriebsformen. Dieser Artikel beschreibt, was sich da gerade ändert und wohin die Branche geht.

Der Goldautomat

In den letzten Wochen scheint sich eine neue Vertriebsform zu etablieren: Gold aus dem Automaten. Da wurde probeweise ein Verkaufsautomat für kleine Goldbarren zuerst am Frankfurter Hauptbahnhof und dann am Frankfurter Flughafen aufgestellt, und alle Wirtschaftsmedien berichteten davon.

Etwa das Handelsblatt: „[Goldautomat: Der Traum eines Gangsters](#)“:

Ein Automat voll Gold. Es klingt, als wäre es zu schön, um wahr zu sein – zumindest für die Gangster Südafrikas. Ihr größtes Problem wäre auf einen Schlag gelöst: Wenn sie Geldautomaten sprengen, geht meist das Papiergeld kaputt; Gold dagegen ist robust. Seit dieser Woche ist der Traum eines jeden Gangsters am Frankfurter Flughafen Wirklichkeit geworden.

Im Rahmen eines Pilotprojektes hat der Stuttgarter Edelmetall Online-Händler TG-Gold-Super-Markt dort eine erste Maschine installiert. 500 weitere sollen in den nächsten Monaten in Deutschland, Österreich und der Schweiz folgen, zumeist an Flughäfen, Bahnhöfen oder Einkaufszentren.

Ob das nur ein PR-Aktion für diese Firma ist, oder ob wirklich die 500 Automaten kommen sollen, ist derzeit unbekannt. Sogar Bill Buckler aus Australien hat schon zweimal mit seinem Privateer darüber berichtet. Eine entscheidende Schwelle wurde überschritten: Gold als Massenware, abgesetzt über Massen-Vertriebskanäle. Die Firma nennt sich auch „Gold-Supermarkt“.

Gold wird bald ein Massenmarkt:

Zur gleichen Zeit bringt Handelsblatt Online noch einen Gold-Artikel: „[Zum Golde drängt doch alles](#)“

Das Spargbuch auflösen, Aktien verkaufen und das ganze Vermögen in Gold anlegen. Vor allem Kleinanleger suchen in Krisenzeiten Zuflucht in Edelmetallen. Denn anders als Papiergeld ist Gold nicht beliebig vermehrbar und hat deshalb über lange Zeit seinen Wert behalten

Auf der Seite <http://www.hartgeld.com/aus-gold-und-silber-land.htm> von www.hartgeld.com gibt es jede Menge Berichte, dass das Bunkern von Gold durch Privatpersonen wesentlich stärker geworden ist. Etwa dieser Bericht aus der Presse: „[Gold-Boom in Österreich](#)“:

Im ersten Quartal 2009 kauften Privatanleger in Österreich 22,7 Tonnen Gold, zehn Mal mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Auch in Deutschland und in der Schweiz ist die Nachfrage stark angestiegen. In Deutschland wurden in den ersten drei Monaten des Jahres 59 Tonnen physisches Gold gekauft, was einem 400-prozentigen Anstieg gegenüber dem ersten Quartal 2008 (11,8 Tonnen) entspricht. In der Schweiz legte die Nachfrage um 437 Prozent auf 39,2 (7,3) Tonnen zu.

Dagegen wurden im selben Quartal etwa in Frankreich nur 1.1t Gold verkauft(FTD). Auch aus Italien wird kein besonderes Interesse an Gold gemeldet.

Es sieht also so aus, als würde sich die Goldnachfrage derzeit primär auf den deutschsprachigen Raum konzentrieren. Im kleinen Österreich wurde fast so viel Gold verkauft wie in den grossen USA.

Daher werden die neuen Vertriebsformen vermutlich auch aus diesem Raum kommen. Dort, wo König Gold offenbar zu Hause ist.



Die Vertriebsstrukturen derzeit

In meinen früheren Artikeln: „[Die deutschsprachige Goldszene](#)“, „[Goldszene II - Langversion](#)“, „[Hinweise für neue Edelmetall-Händler](#)“ habe ich eine Bestandaufnahme über die Vertriebsstrukturen gemacht. Der letzte Artikel ist ein Jahr alt. In der Zwischenzeit sind diese Entwicklungen festzustellen:

Münzhändler:

Diese gibt es nach wie vor und sie verkaufen das eingesammelte Gebrauchtmaterial jetzt vorwiegend an Investoren. Es gibt immer noch eine Menge an alten Silbermünzen wie 10 ATS oder 5 RM draussen. Das „dumme Volk“ erkennt den Wert nicht oder braucht schlicht und einfach Papiergeld für seinen Konsum. Also trägt es die Münzen zum Händler. Diese Händler sind nach wie vor meist 1-Mann-Betriebe.

Sie bekommen aber inzwischen massive Konkurrenz am Beschaffungsmarkt durch professionelle Gold & Silberankäufer, die mit massiver Werbung durch die Lande ziehen. Diese kaufen primär alten Schmuck oder Goldzähne zum einem Niedrigpreis auf. Hier sieht man die Wirtschaftskrise, das Volk

braucht Geld. Diese Ankäufer lassen das angekaufte Material einschmelzen, es taucht also wieder als neue Gold- und Silberbarren und Münzen auf.

Vorteile des Münzhändlers:

- Man kann dort Ware gegen Cash tauschen und sich die Ware vorher ansehen
- Man bekommt dort alte Silbermünzen, die kleiner als die üblichen 1oz Münzen sind

Nachteile des Münzhändlers:

- Die Operation ist nicht skalierbar
- Macht kaum Werbung, daher meist unbekannt
- Sicherheitsrisiko - Überfälle

Online-Händler für Investoren:

Diese schiessen derzeit besonders in Deutschland reihenweise aus dem Boden. Man registriert sich eine passende Internet-Domain, kauft oder mietet eine E-Shop-Software, füllt diese an und los geht es. Leider sind diese E-Shops oft nur halb ausgefüllt, merke ich immer wieder bei meiner Due Diligence, bevor ein Werbebanner auf hartgeld.com vergeben wird.

Viele unterschätzen auch den Kapitalbedarf, denn die Ware muss vorfinanziert werden. €250'000 an Eigenkapital ist das Minimum, besser ist eine Million. Nur wenn man in grossen Mengen, direkt bei den Distributoren einkauft, bekommen diese Händler gute Einkaufspreise. Falls bei einem Sub-Distributor gekauft werden muss, muss dessen Handelsspanne von der Eigenen abgezogen werden.

Inzwischen gibt es Websites, die automatisch die publizierten Preise für Standardprodukte von den Händlern „Abgreifen“ und reihen: <http://hartgeld-preise.com>.

Diese Systeme kann man natürlich auch austricksen, indem man künstlich einen niedrigen Preis publiziert und dann die Ware nicht liefern kann. Aber diese Systeme würden sich nicht rentieren, wenn es nicht genügend Online-Händler gäbe.

Inzwischen scheint sich die Spreu vom Weizen zu scheiden. Es gibt Berichte, dass manche Online-Händler in der derzeitigen Preisdrückungsphase, wo die Käufer zurückhaltender werden (obwohl sie genau dann kaufen sollten) bis zu 90% Umsatzeinbruch haben. Manche Händler sperren über den Sommer ganz zu, oder sie reduzieren ihre Werbung massiv – was tödlich ist. Viele Händler haben auch schlichtweg zu wenig Kapital.

Es gibt grosse Online-Händler wie Anlagegold24, die investieren bewusst massiv in Werbung und Marketing und haben auch einen Firmenapparat zur Abwicklung der Bestellungen zur Verfügung. Der normale Online-Händler spart überall, besonders auch beim Personal und der Werbung.

Aber alle Online-Händler zusammen machen einen grossen Fehler: Sie liefern nur Münzen und kaum Information: sie sollten sich ein Beispiel an Jim Cook aus den USA machen, der auf seiner Website auch Hintergrundartikel, etc. liefert: <http://www.investmentrarities.com>.
Ins einem Buch „THE START-UP ENTREPRENEUR“ schreibt er, dass der Verkäufer den Kunden „ausbilden“ muss, d.h. er muss ihm die Hintergründe um sein Produkt erklären. Das gilt für ein neues Thema wie Gold ganz besonders. Es gibt überhaupt nur 3 Händler, die auf Gold-Websites über Artikel kommunizieren – von allen anderen: Stille.

Wer wachsen will, muss UNBEDINGT etwas ins Marketing stecken: nicht nur in Werbung, sondern in ein Gesamtkonzept: die Firma muss nach Innen und Aussen Gold ausstrahlen und atmen.

Viele kleine Onliner werden im Preiskampf zerdrückt werden, nur ganz wenige Grosse werden das Richtige machen und überleben, denn die Konkurrenz kommt jetzt von anderen Seiten.

Vorteile des Online-Händlers:

- Er kann einen ganzen Sprachraum abdecken, oder sogar mehrere mit multilingualen Plattformen
- Die Technik ist ausgereift, die Versandkosten sind gering
- Das Sicherheitsproblem ist viel leichter zu lösen als beim Ladengeschäft

Nachteile des Online-Händlers:

- Er muss auf Vorkasse bestehen, nicht alle Kunden haben das Vertrauen dabei
- Man kann sich als Kunde die Ware vorher nicht ansehen
- Der Markt geht über mit Onlinern, zu viel Konkurrenz, total transparent über das Internet
- Die meisten stecken fast nichts ins Marketing, tolerieren nur Hilfspersonal zum Verpacken und stecken die oft hohen Gewinne in die eigene Tasche, statt sie in die Firma zu investieren

Ladengeschäfte:

Es gibt neben Münzhändlern einige wenige Händler für Investoren, die auch Ladengeschäfte, meist in wichtigen Städten haben, so etwa ProAurum.

Das kennt der normale Kunde: Geld gegen Ware, er kann sich diese vor dem Bezahlen selbst ansehen – so wie er es etwa auch im Bekleidungsgeschäft macht.

Ladengeschäfte einzurichten ist aber recht teuer, auch wegen der Aufwände für die Sicherheit und wegen des Personals, das man darin braucht. Ein Horror für alle Händler mit absolutem Kontrollwahn – es könnte ja jemand Geld oder Gold abzweigen. Aber in anderen Branchen geht es auch.

Es ist anzunehmen, dass bald normale Handelsketten Ableger im Gold & Silberfachhandel errichten werden – sobald der Markt gross genug ist. Diese mögen zwar nicht viel von der Sache verstehen, aber sie verstehen es, solche Ketten zu betreiben, die richtigen Leute anzuheuern und die richtigen Marken aufzubauen. Sobald das geschieht, wird das Leben für alle anderen Händler viel schwieriger.

Es gibt bereits einzelne Versuche von Handelsketten wie Lidl auch Gold zu verkaufen, aber die Angebote sind meist komisch und total überteuert. Ebenfalls versuchen inzwischen Juweliere Goldbarren statt Schmuck zu verkaufen.

Diese Geschäftsform wird eine der Wichtigsten in Zukunft sein. Es muss nicht unbedingt eine Kette sein, man kann sich zumindest in mittleren Städten auch auf die Region konzentrieren und nebenbei etwas Online-Handel machen. Es gibt bereits Händler, die beides machen, eine gute Kombination.

Vorteile des Ladengeschäfts:

- Der Kunde kennt das System: Geld gegen Ware – der grösste Vorteil überhaupt
- Als Kette oder Franchise-System relativ leicht skalierbar
- Nicht so preissensitiv wie der Online-Handel

Nachteile des Ladengeschäfts:

- Wegen der Anfahrtswege meist nur regionaler Einzugsbereich
- Sicherheit problematisch und teuer
- Hohe Investitionen erforderlich

Banken: (neu 2009-06-23)

Die Banken waren bisher der wichtigste, flächendeckende Vertriebskanal, speziell für Gold. Allerdings läuft das Edelmetall-Geschäft nebenbei, man will es nicht besonders, verkauft lieber Fonds.

Manche Banken kümmern sich etwas darum, andere bauen fast unüberwindliche Hürden unter dem Vorwand der Geldwäsche auf – Ausweispflicht schon bei geringsten Beträgen.

Für potentielle Gold-Kunden:

Es ist sinnlos, einer Bank die nicht recht will, die Tür einzurennen. Besser ist es, sich eine andere Bank zu suchen, die will oder einen Händler.

So haben etwa einige grosse deutsche Bankkonzerne im Oktober und November 2008, während ein Run auf die Banken begonnen hat, den Goldverkauf überhaupt eingestellt. Hier sieht man schon, dass für Banken das Gold (für Silber kann man sie ohnehin vergessen) eigentlich eine lästige Konkurrenz

im eigenen Haus ist, die man abdreht, wenn diese Konkurrenz zum Papier zu stark wird. Daher wird aus dieser Ecke keine besondere Initiative kommen.

Vorteile von Banken als EM-Händler:

- Grosse Vertriebsnetze, überall als „Ladengeschäft“ vertreten
- Sicherheits-Infrastruktur ist bereits voll da
- Der Handel mit „Geld“ ist Kernkompetenz der Bank

Nachteile von Banken:

- Das Edelmetallgeschäft läuft nur nebenbei, viele Banken wollen gar nicht
- Nur für Gold üblich, kaum bei Silber, ausser €5/10-Silbermünzen

Kommende Vertriebsstrukturen

Inzwischen entstehen neue Strukturen, nicht nur der oben beschriebene Gold-Automat. Es muss gesagt werden, dass die Branche überhaupt etwas „inzeitiös“ ist. Jeder Händler verkauft an jeden, manche grosse Einzelhändler sind auch Grosshändler – nicht sehr gut.

Franchise & Network Marketing Systeme:

Inzwischen etablieren sich Systeme, teilweise aus Finanzvertrieben, die inzwischen Probleme haben, ihr Papier abzusetzen. Diese wenden sich dem Edelmetall zu und bringen deren „Methoden“ mit.

Viele grössere Händler verkaufen auch teilweise über Finanzberater, das ist hier aber nicht gemeint.

Es gibt in Deutschland inzwischen ein System mit einem Franchise-Ansatz, wobei dieses aber eher in Richtung Grosshandel tendiert. So soll etwa die feste Bindung der angeschlossenen Händler an das System fehlen, ebenfalls die Auswahl und Ausbildung der Händler sowie die gemeinsame Marke. Die Marke ist überaus wichtig, da sich der Kunde damit identifiziert. Da wird aber nichts getan.

Generell steht solchen Franchise-Systemen eine grosse Zukunft bevor, speziell in Verbindung mit regionalen Ladengeschäften. Man muss es aber richtig machen, wie, das kann man sich bei McDonalds & co. anschauen.

Die Finanzberaterbranche mit ihren Strukturvertrieben regt sich inzwischen auch bei Edelmetallen. Man nennt das auch vornehm „Network Marketing“. Beispiele sind AWD, Tupperware, etc. Gemeinsam ist diesen Systemen, dass man mit der Anwerbung neuer Verkäufer oft mehr verdient, als mit dem Eigenverkauf.

Hier dreht sich alles um Vertriebs- und Anwerbeprovisionen. Solche Systeme werben auch massiv, aber mit „Verdienstmöglichkeiten für neue Verkäufer“.

Teilweise werden unglaubliche Dinge bei Verkaufs- und Anwerbeseminaren verzapft, wie: „unser 1g Goldbarren ist das Standardgold und er kostet €37, das ist der Gold-Weltmarktpreis“. Jeder, mit nur einer geringen Ahnung von Gold wird dabei alle Alarmglocken läuten hören. Aber vermutlich ist das am Investment-Markt für Schafe auch egal, die schlucken ja auch 5% Vertriebsprovision auf Aktienfonds oder gar 20% auf Schiffsfonds (gehen inzwischen unter).

Idioten in solchen Systemen haben auch schon versucht, mich als Sub-Verkäufer anzuwerben. Ich selbst steige niemals in den EM-Handel ein, sondern bleibe mit Hartgeld.com neutral und stelle Information und Werbeflächen für die Branche zur Verfügung.

Generell haben Finanzberater derzeit das Problem, dass sie neue Geschäftsfelder finden müssen, denn die Finanzkrise hat ihre bisherigen Provisionen bei Versicherungen oder Fonds schmelzen lassen. Viele Edelmetall-Händler verkaufen inzwischen auch über solche Finanzberater, aber richtige Systeme haben sich noch nicht etabliert – kommt noch.

Vorteile dieser Systeme:

- Enorm hohe Breitenwirkung kann erzielt werden
- Franchising kann ideal mit Ladengeschäften kombiniert werden
- Zumindest die Finanz-Strukturvertriebe wären leicht auf Gold erweiterbar
- Ideal zum Scheren der „Schafe“ (blutige Gold-Laien)

Nachteile dieser Systeme:

- Die Methoden der Strukturvertriebe bringen alles in Verruf
- Enorm hohe Aufschläge für die Provisionen erforderlich, nicht leicht versteckbar
- Signifikante Investitionen in Marke, Marketing, Ausbildung sind erforderlich

Wie wird der Edelmetall-Vertrieb in zwei Jahren aussehen?

Dieser Abschnitt ist eine Vorausschau und nimmt an, dass der Systemzusammenbruch mit Massenflucht ins Gold inzwischen eingesetzt hat.

Überlebende:

- Grosse Online-Händler mit starker Marke, günstigen Preisen, perfekter Zuverlässigkeit und Seriosität und genügend Information um ihr Produkt
- Ladenketten mit Filialen in den wichtigsten Städten. Errichtet entweder von den bisherigen Händlern, Kettensystemen oder Franchise-Systemen
- Finanzvertriebe, die auf Gold/Silber umgeschwenkt sind und die Schafe scheren
- Grössere Händler mit multiplen Vertriebskanälen (Laden, Online, Finanzberater)
- Manche Banken, die Gold verkaufen wollen

Marginale:

- Lokale Münzhändler, die weiterhin primär am Gebrauchtmärkte operieren
- Spezialisierte Online-Shops mit einem Angebot, das andere nicht so leicht nachmachen können: seltene Münzen, spezielle Dienstleistungen, etc.
- Lokale Edelmetall-Händler, dort wo nicht die Ketten sind, strikt regionaler Focus
- Firmen, die primär sichere Lagerung verkaufen, Metall nebenbei

Untergegangene:

- Die meisten Online-Händler von heute, die wenig Kapital haben, wenig in Marke, Marketing, Information investieren und mit einem Standard-Angebot konkurrieren
- Fehlgeschlagene Startups als Ladengeschäfte, die auch dabei sein wollten – mit den selben Problemen.

Für alle, die heute noch einsteigen wollen:

Es ist zu erwarten, wenn der Goldpreis massiv steigt, dass dann noch viel mehr Leute als heute einen Shop aufmachen wollen. Diese werden sich primär in der Kategorie der „Untergegangenen“ wiederfinden. Auch das „Big Money“ wird in den Vertrieb investieren wollen. Dieses wird sicher bekanntere Händler mit bekannter Marke aufkaufen und umformen – die Unbekannten nicht.

Es wird vermutlich nur 2 Wege geben, zu wachsen und zu überleben:

- a) Bei den „Überlebenden“:
Einsteigen kann man dort dann nur mit viel Kapital und dem richtigen Personal. Bestehende Händler können dort hineinwachsen, wenn sie heute richtig investieren. Aufkaufen lassen?
- b) Bei den „Marginalen“:
Diese müssen sich auf eine Region oder ein bestimmtes Angebot spezialisieren und können dort komfortabel leben. Nur wachsen können sie kaum.

Wenn der Goldpreis auf \$/€10000/oz ist:

Dann werden zwar hunderte Meter lange Schlangen vor den Geschäften anstehen, aber der Händler da drinnen braucht mindestens 10 mal mehr Umlauf-Kapital als heute. Weil der Preis der Ware 10 mal so hoch ist.

Edelmetall-Versandhandel – Information ist Trumpf (neu 2009-07-03)

Dieses neue Kapitel bietet eine Hilfestellung für jede Art von Versandhändler (egal ob die Bestellung Online, über E-Mail oder Telefon erfolgt). Es baut auf eigenen Erfahrungen und Leserzuschriften, die sich über Versandhändler bei hartgeld.com beschwerten, auf. Die Welt von eBay mit falschen Münzen, Barren und unterschlagenden Verkäufern soll hier nicht betrachtet werden.

Generell ist bei allen diesen Geschäften Vorkasse üblich. Daher muss der Kunde darauf vertrauen, dass er für sein überwiesenes Geld auch Ware bekommt. Fast alle Beschwerden haben als Grund mangelnde Information von Seiten des Händlers.

Ich musste einmal eine solche Beschwerde (Nichtantwort auf E-mails) auf die Website stellen, da mir der Händler nicht bekannt war (nicht alle Händler halten Kontakte zu den Fachmedien). Wenige Stunden später rief mich der Händler an, die ganze Nacht hätte sein Telefon geklingelt, weil so viele Kunden wissen wollten, was mit ihrer Bestellung los ist. Und ob es den Händler noch gibt.

Die Ursache für die Beschwerde war Überarbeitung des Händlers, die Kommunikation rückte in den Hintergrund. Das schürt aber die Panik der Kunden und ist sicher sehr schlecht für Folgeaufträge. Warum nicht Personal für die Abwicklung einstellen?

Wichtig: es geht hier oft um zehntausende oder gar hundertausende Euros, die oft einen beträchtlichen Teil des Kunden-Vermögens darstellen. Solange die Bestellung in Arbeit ist, hat der Kunde nur über die Kommunikation des Händlers einen Hinweis darauf, was mit seinem Vermögen geschieht. Dieser psychologische Aspekt sollte unbedingt beachtet werden.

Analyse der Websites von Händlern:

Der vielen auf hartgeld.com inserierenden Händler auf deren Abwicklungsprozeduren:

- Fast jeder gibt die Versandkosten an
- Nur sehr wenige spezifizieren, auf welche Art und mit wem versendet wird
- Recht viele, aber nicht alle spezifizieren den Bestellablauf
- Ganz wenige spezifizieren die Kommunikation, die der Bestellung erfolgt – sehr gut
- Nur manche spezifizieren, was mit den Daten der Kunden geschieht (wg. Goldverbot, etc)

Wann sollte der Händler zum Kunden kommunizieren:

Grob gesagt, immer wenn eine entscheidende Phase abgeschlossen wird:

- Beim Eingang der Bestellung mit Angabe der Lieferfähigkeit und Lieferzeit und Übersendung der Überweisungsdaten
- Beim Eintreffen der Überweisung mit Angabe der voraussichtlichen Lieferung
- Beim Absenden einer Lieferung mit Angabe des Logistikers und der Tracking-Nummer
- Beim Auftreten von Schwierigkeiten, Lieferverzögerungen, etc. - SOFORT
- IMMER, wenn der Kunde eine Anfrage stellt – und zwar möglichst schnell

Wer die Kommunikation vernachlässigt, vernachlässigt die Kunden und schürt deren Ängste. Vielfach machen Kunden zuerst kleinere Testkäufe, bevor sie gross zuschlagen. Durch Schlamperien gehen daher viele grössere Aufträge verloren. Die „Untergegangenen“ grüssen.

„Logistiker“:

Vielfach wird einfach der billigste Logistiker für die Zustellung genommen. Dieser beschäftigt das billigste Personal, das eine Münzensendung schon mal beim Nachbarn abgeliefert – noch nie von Vertraulichkeit gehört? Es kommt auch vor, dass sich dieses Personal am Inhalt einer Sendung bedient, daher versichern. Oder dass die Sendung mit €15000 Inhalt als normales Paket ins Postnetz eingeschleust wird. Bei grösseren Beträgen sollte schon ein Werttransport drinnen sein.

Den Kunden sei angeraten, nicht unbedingt auf die niedrigsten Versandkosten zu achten. Den Händlern wird geraten, mehr Information über die verwendeten Logistiker, sowie deren Zuverlässigkeit und Zustellmethoden zu liefern. Information ist eben in diesem Geschäft Trumpf.

Umgang mit Information:

Ein ständiges Thema bei Leserzuschriften an Hartgeld.com ist immer wieder: was geschieht mit meinen Informationen, die ich bei der Bestellung beim Händler hinterlassen habe: kann man mich daraus bei einem Goldverbot ausforschen?

Manche Händler mit Laden bieten anonyme „Tafelgeschäfte“ an und bewerben das auch. Beim Versandhandel ist das nicht so einfach. Aber kein Händler gibt ausser allgemeinen Datensicherheits-erklärungen an, was mit den Kundendaten genau geschieht, etwa im Fall eines Goldverbotes. Damit wären viele Kunden zu holen.

In eigener Sache

Hartgeld.com wird weiterhin der primäre und unabhängige Informationsanbieter rund um Gold, Silber, Krise im deutschsprachigen Raum bleiben und Inseratenplätze für den Handel zur Verfügung stellen.

Ich bin in der Lage, bestehende und zukünftige Edelmetallhändler zu beraten:

- Go/Nogo-Beratung – ob man überhaupt einsteigen soll
- Marketing-Beratung: Produktmix, Werbe-/Informationsstrategie, etc.
- Strategieberatung: Marktentwicklung, generelle Positionierung



Disclaimer:

Wir möchten feststellen, dass wir keine Finanzberater sind. Dieser Artikel ist daher als völlig unverbindliche Information anzusehen und keinerlei Anlage- oder sonstige Finanzierungsempfehlung – wie ein Zeitungsartikel. Wir verkaufen auch keine Finanzanlagen oder Kredite. Jegliche Haftung irgendwelcher Art für den Inhalt oder daraus abgeleiteter Aktionen der Leser wird ausdrücklich und vollständig ausgeschlossen. Das gilt auch für alle Links in diesem Artikel, für deren Inhalt ebenfalls jegliche Haftung ausgeschlossen wird. Bitte wenden Sie sich für rechtlich verbindliche Empfehlungen an einen lizenzierten Finanzberater oder eine Bank.

© 2009 by Walter K. Eichelburg, Reproduktion/Publikation nur mit Zustimmung des Autors.

Zitate aus diesem Artikel nur mit Angabe des Autors und der Quelle: www.hartgeld.com

HTML-Links auf diesen Artikel benötigen keine Zustimmung.

Zum Autor:

Dipl. Ing. Walter K. Eichelburg ist über seine Hartgeld GmbH Betreiber der Finanz- und Goldwebsite www.hartgeld.com in Wien. Er beschäftigt sich seit mehreren Jahren intensiv mit Investment- und Geldfragen. Er ist Autor zahlreicher Artikel auf dem Finanz- und IT-Sektor. Er kann unter walter.eichelburg@hartgeld.com erreicht werden.