

# Edelmetallhandel - die USP

Von Walter K. Eichelburg

Datum: 2009-12-10

*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. Inzwischen zeigt sich, dass man ein eine Unique Selling Proposition haben muss, um in diesem Markt bestehen zu können.*

## Ladengeschäft statt Goldautomat

Im meinem letzten Artikel über die Branche, „[Edelmetallhandel im Wandel](#)“ schrieb ich auch über den Goldautomaten, der aus dem Nichts auftauchte und in allen Medien stand. Inzwischen verschwand er wieder im Nichts. War wohl nur ein PR-Gag.

In den letzten Tagen führte ich viele Telefongespräche mit Händlern wegen der Verlängerung ihrer Werbebanner auf hartgeld.com. Ein Essenz dieser Gespräche und auch sonst aus der Branche möchte ich hier bringen.

### Für reine Internet-Händler kommen harte Zeiten:

Wie im letzten Artikel vorausgesagt, hat die Strukturbereinigung schon eingesetzt. Solche Händler kommen und gehen laufend. Nachdem Edelmetall-Käufe für die meisten Kunden ein sensibles Geschäft sind, sind sie berechtigterweise sehr vorsichtig. In der Regel muss man vorher das Geld auf das Konto des Händlers überweisen und dann „hoffen“, dass Ware kommt.

Die in „Edelmetallhandel im Wandel“ kritisierte Informationspolitik der Händler scheint besser geworden zu sein, denn die Zahl der Beschwerden an hartgeld.com (ist eigentlich nur eine Anlaufstelle letzter Instanz vor dem Gericht) hat massiv nachgelassen-

Jedoch höre ich, dass bei neuen Händlern die wenig werben und wenig bekannt sind, Abschwungphasen viel massiver ausfallen als sonstwo. Leider agieren die meisten Kunden immer noch prozyklisch, bei steigenden Goldpreisen werben sie, wenn der Preis fällt, halten sie sich zurück – genau falsch. Gerade beim Internet-Handel ist viel Werbung erforderlich.

### Der anonyme Kauf floriert:

Speziell in Deutschland scheinen die Eskapaden des Peer-Wolfs Steinbrück (Ausräucherung der Steuerparadiese) Wirkung gezeigt zu haben. Die Leute sind vorsichtig bezüglich einer Gold-Beschlagnahme und fürchten, dass die Kundenlisten an den Staat ausgehändigt werden.

Manche Händler mit hohen Hypothekenschulden sind oberpäpstlicher als der BaFin-Papst und liegen vor diesem flach. Auf der Seite „[Über den Edelmetall-Handel](#)“ gibt es köstliche Leserberichte dazu.

Andere Händler werben sogar auf hartgeld.com dediziert mit „Anonymer Kauf möglich“ und fahren sehr gut damit. In der Tat sind anonyme Käufe bis €15000 pro Kauf möglich. Wie diese Regeln bei

Wiederholungskäufen ausgelegt werden müssen, ist unklar. Aber im Notfall kann man ja die gesamte Familie und Bekannte zum Einkauf mitnehmen.

Allerdings braucht der Händler dazu ein Ladengeschäft. Das ist einer der Vorteile des Ladengeschäfts gegenüber dem Internet-Versandhandel. Ein weiterer Vorteil ist: Ware gegen Geld – wie bekannt.

Der Nachteil des Ladengeschäftes ist allerdings, dass der Einzugsbereich nur regional ist.

### **Die Keiler-Strukturvertriebe kommen:**

Verschiedene Finanz-Strukturvertriebe (vornehm „Network Marketing“ genannt) die früher Schiffsfonds verkauft haben, sind auf Gold umgestiegen, denn die Schiffsfonds und ähnliche Anlagen sind total abgesehen.

Das Ziel dieser Strukturvertriebe ist es nach wie vor, möglichst viele Keiler anzuwerben. Wie damals üblich, wirbt man auch heute ganz direkt mit dem grossen Leasing-Auto, das man sich leisten kann, wenn man genügend verkauft und neue Verkäufer anwirbt. Sogar mich wollten die schon anwerben, hahaha.

Das Target-Publikum dieser Vertriebe sind wie bei den Schiffsfonds oder Lehmann-Zertifikaten natürlich die „Leos“, in Finanzdingen völlig unbedarfte Menschen. Sicher nicht der Edelmetall-Investor, der sich zumindest etwas auskennt. Aber man sollte diese Vertriebe nicht unterschätzen, deren Macht ist ein breiter Vertrieb.

## **Eine Unique Selling Proposition (USP) muss her**

In der Tat gibt es Händler, denen es auch gut geht, wenn die Kaufzurückhaltung zunimmt, und anderen bei denen dann der Umsatz gegen Null sinkt. Man muss den Kunden einfach etwas besonders bieten, damit sie kaufen – die aus dem Marketing bekannte USP. Diese kann sein:

a) **Ein besonders Produkt:**

Das ist in dieser Branche schwierig, da fast alle Händler die selben Standardmünzen verkaufen, was die Kunden ja auch wollen. Aber es gibt Spezialprodukte, wie etwa die Cook Islands Silber-Münzbarren (Lizenzinhaber Hr. Göbel), die von mehreren Händlern vertrieben werden. Diese profitieren von der niedrigen 7% Mehrwertsteuer in Deutschland.

b) **Eine gute, saubere Marke:**

Wer länger im Markt ist, eine genügende Grösse erreicht hat und „sauber“ im Umgang mit den Kunden ist, sowie genügend Werbung macht, kann diese aufbauen. Diese Marke ist unschätzbar beim Verdrängungswettbewerb und sollte geschützt werden.

c) **Information:**

Fast alle Händler beschränken sich nur auf Produkt- und Preisinformationen. Sie publizieren nichts. Aber gerade bei einem für die Masse erklärungsbedürftigen Produkt sollte mehr aus der Firma dringen, als Münzen. Ein gutes Beispiel sind die Goldberichte von Hrn. Ziemann, die auf der Bullioner.de Website von Dr. Neugebauer erscheinen. Das zahlt sich auf jeden Fall aus. Dazu gehört natürlich auch, dass man mit den Fachmedien Beziehungen aufrecht erhält und diese nicht aus Snobismus schneidet.

d) **Der richtige Vertriebsweg:**

Es gibt viele Vertriebswege, aber die meisten Händler gehen den einfachsten Weg: sie bauen einen Webshop auf und versenden die Ware mit einem Paketdienst. Daher ist diese Form auch überlaufen. Interessanter ist ein Ladengeschäft, in dem man garantiert anonym kaufen kann, noch besser eine Ladenkette – aber dorthin kommen wir erst. Manche Händler arbeiten auch mit Vertriebspartnern und Auslieferungsstellen.

- e) **Ein besonderes Service:**  
Manche Händler stellen die Ware auch ab einer gewissen Kaufsumme persönlich zu. Dort wechselt dann Geld gegen Ware. Andere bieten Lagerung im „sicheren“ Ausland an. Auch einfacher, anonym Kauf gehört dazu.
- f) **Ein guter Preis:**  
Besonders bei Standardprodukten wie Münzen ist der Preis sehr oft kaufentscheidend, aber nicht komplett. Viele Kunden akzeptieren einen Aufschlag für „Sicherheit“.  
Einen guten Verkaufspreis kann man nur machen, wenn man günstige Einkaufsquellen hat. Diese gibt es meist direkt beim Distributor bei grösseren Mengen. Dazu braucht man genügend Kapital – und gute Beziehungen zu den Quellen.
- g) **Zuverlässige Lieferfähigkeit:**  
Diese wird in der sich anbahnenden Gold/Silber-Knappheit immer wichtiger und ist durch gute Bezugsquellen zu erhalten. Ein Haupthindernis vieler Händler ist die geringe Kapitalausstattung, da der Händler seine Käufe meist vorfinanzieren muss. Eine Million Euro Eigenkapital sollten es schon sein, €250'000 ist das Minimum.
- h) **Genügend Werbung:**  
Besonders in der Startphase eines Händlers ist diese absolut essentiell. Da sollte nicht gespart werden, denn damit wird man bekannt und etabliert sich als Marke. Leider wird meist bei nachlassenden Umsätzen zuerst bei der Werbung gespart (nicht nur im Münzhandel). Damit verringert man seine Umsätze und Gewinne noch mehr. Bei der Werbung sollte unbedingt auf die Zielgruppe und die Medien, die die Zielgruppe liest, fokussiert werden.

Was hier beschrieben wurde, ist nichts Neues, das steht in jedem Marketing-Lehrbuch. Aber es wird sehr oft sträflich vernachlässigt.

## Die kommende, magere Zeit

Die Gewinne, die man in guten Zeiten wie jetzt im Edelmetall-Handel machen kann sind ordentlich. Wenn man es gut macht, hat man in wenigen Jahren eine Million. Aber für den grössten Teil sind solche Summen kaum erreichbar – siehe USP. Dabei ist die Edelmetall-Anlage immer noch ein absolutes Minderheitenprogramm. Wenn die Masse auf Gold und Silber losstürmt, wird es nicht unbedingt besser werden, denn dann gibt es kaum mehr Edelmetall.

Im Herbst 2008 gab es grossflächige Lieferschwierigkeiten, jetzt kommen diese wieder:

- Wie bekannt, liefert die US Mint keine Goldmünzen mehr aus, da sie angeblich kein Gold mehr zum Prägen bekommt. Auch die Lieferfähigkeit bei Silver Eagles ist beschränkt
- Auch bei der Canadian Mint (Maple Leaf) gibt es Lieferbeschränkungen
- Die Münze Österreich teilt ihre Silber-Philharmoniker-Kontingente teilweise per Los zu. Deren „Premium-Kunden“ sind wahrscheinlich nicht davon betroffen.

### Zuerst betrifft es die Händler am Ende der „Nahrungskette“:

Sobald der Goldpreis weiter steigt oder gar richtige Panik auf den Finanzmärkten ausbricht, werden die vielen Vermögenden, bei denen Gold und Silber noch gar nicht am Radar ist, Geschmack auf diese Anlageform bekommen. Dann wird die Nachfrage gewaltig ansteigen und die Verfügbarkeit von Neuware drastisch abnehmen.

Nicht vergessen: wenn Gier und Angst zusammenkommen – es gibt keinen besseren Bull-Market. Und diese Kombination gibt es nur bei Gold und Silber. Sonst ist nur die Gier am Werk.

Allein in Deutschland gibt es 55 Dollar-Milliardäre und ca. 800'000 Dollar-Millionäre. In Österreich etwa 1/10 davon. Die haben noch fast gar nichts in Gold und Silber – ein unglaubliches Meisterwerk der System-Propagandisten, das aber nicht ewig halten wird.

„Leider“ haben diese Leute auch Beziehungen verschiedenster Art. Damit sind sie in der Lage, in einer Panik-Situation an Stellen zuzugreifen, wo kein Normalbürger drankommt. Dann kaufen sie ihr Metall damit eben bei Minen, Prägeanstalten, Distributoren, etc. Wenn es sein muss, mit einem ordentlichen Aufschlag oder mit Bestechung.

Die Folge ist, dass immer weniger die „Nahrungskette“ runterkommt. Wer ein Sub-Sub-Händler irgendwo mit wenig „Track-Record“ oder gar schlechter Zahlungsmoral ist, bekommt dann überhaupt nichts mehr und kann zusperrern.

Daher sollten sich alle Händler überlegen, wie sie dann noch zu Ware kommen. Für viele wird der Gebrauchtmrkt die einzige Chance sein.

### **In eigener Sache:**

Ich selbst stelle mit hartgeld.com Informationen und Werbeflächen für die ganze Branche zur Verfügung. Daher ist Neutralität oberstes Gebot. Ich kann Händler und potentielle neue Händler in verschiedenen Belangen beraten, werde aber selbst nicht in den Edelmetall-Handel einsteigen.



#### 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](http://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](http://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](mailto:walter.eichelburg@hartgeld.com) erreicht werden.*