



Altgoldberater
Mehr Geld fürs Gold!

Michael Deucker Altgoldberater

Kanzelstraße 65 ▪ 65191 Wiesbaden

Telefon: +49 (0) 611 5650952

info@altgoldberater.de ▪ www.altgoldberater.de

Textmodule / Presse-Service



Bild von Pexels auf Pixabay

Übersicht

Wiesbaden, im Mai 2022

1 - VERKAUFSANLÄSSE

Überblick typischer Verkaufssituationen der Kunden.

2 - BERATUNGSARTEN

Die vier Varianten der Beratung.

3 - VORTEILE DURCH BERATUNG

Was können Altgoldverkäufer Positives von der Beratung erwarten!?

4 - ETWAIGE NACHTEILE

Welche Überlegungen könnten den Vorteilen der Beratung entgegenstehen!?

5 - MARKTSITUATION

In welches Marktumfeld ist die Altgoldberatung eingebettet?

6 - HERAUSFORDERUNGEN

Ein Überblick über mitunter weniger Seriöses am Markt - aus öffentlich zugänglichen Quellen.

7 - ANKÄUFERARTEN

Alle verschiedenen Ankäufer im Überblick.

8 - KOSTENPOSITIONEN

Einige Vorgänge beim Altgoldverkauf *können* Geld kosten. Hier ein Überblick dieser Positionen.

9 - EIGENER MARKTTTEST

Basisinformationen zum umfangreichen Markttest der Michael Deucker Altgoldberatung.

10 - BLOGINHALTE

Alle wesentlichen Themen rund um den Altgoldverkauf und die Beratung.

1 - VERKAUFSANLÄSSE



© Can Stock Photo / Yuriy

Typische Verkaufssituationen sind:

- Alter oder/und defekter Schmuck (Altgold / Bruchgold);
- Zahnarztbesuch (Kronen / Brücken / Prothesen);
- Erbschaft (Schmuck / Barren / Münzen);
- Scheidung / Trennung (Ringe / sonstige Schmuckgeschenke);
- Geldknappheit (Verkaufswunsch).

2 - BERATUNGSARTEN



Bild von Gerd Altmann auf Pixabay

Die Beratung erfolgt ausschließlich beim Verkauf von Objekten und Materialien an Goldankäufer, das heißt nicht beim Kauf von Edelmetallen jeglicher Art. Dem Kunden stehen dabei grundsätzlich mehrere Beratungsarten offen. Bei allen Varianten erfolgt die Begleitung von der Vorbereitung bis zum für den Kunden erfolgreichen Verkauf. Die passende Beratungsart wird im Laufe des Erstkontakts festgelegt. Konditionen unter „Finanzielles“ auf der Website.

A - VERKAUF DER OBJEKTE DURCH DEN KUNDEN

Die „typische“ Form der Beratung (mit Preisgarantie). Der Kunde verkauft die Objekte in eigenem Namen und auf eigene Rechnung. Die Begleitung erfolgt von der Vorbereitung bis zur endgültigen Abrechnung. Preisgarantie bedeutet: Zum einen ist die Provision erst dann fällig, wenn der Verkauf für den Kunden in Bezug auf den am Ende erzielten Erlös erfolgreich abgeschlossen ist.

Zum anderen werden die Kosten des Verbringens zum und vom Ankäufer erstattet, wenn der Kunden mit dessen Preisangebot nicht zufrieden sind. Es sei denn, der Ankäufer trägt diese Kosten des Verschickens sowieso. Die Preisgarantie ist an einige Voraussetzungen geknüpft.

B - KAUF EINES PDF-E-BOOKS MIT VERKAUF DER OBJEKTE DURCH DEN KUNDEN

Falls dieser lieber alles alleine regeln will. Mit allen wichtigen Informationen, die auch ein persönlich beratener Kunde erhält.

C - VERKAUF DER OBJEKTE DURCH MICHAEL DEUCKER MIT GELDHINTERLEGUNG BEIM KUNDEN (nur vor Ort)

Sofern dieser nicht versenden und trotzdem an hohen Erlösen teilhaben will. Der erwartbare Mehrerlös beim Ankäufer wird hälftig geteilt. Zur Sicherheit wird ein Betrag beim Kunden hinterlegt, den diesem ein Test-Ankäufer vorher glaubhaft und nachvollziehbar geboten hat.

D - ANKAUF DER OBJEKTE DURCH MICHAEL DEUCKER (nur vor Ort)

Wenn der Kunde alles sofort abwickeln will. Und trotzdem etwas mehr Geld Erlösen mag. Je nach Preisanfrage eines glaubhaft und nachvollziehbar höchst bietenden Test-Ankäufers erfolgt eine prozentuale Aufstockung (circa 10 % mehr - je nach Ankäuferangebot).

3 - VORTEILE DURCH BERATUNG



© Can Stock Photo / OleksandrKolos

Eine gute Begleitung beim Altgoldverkauf bietet erhebliche Chancen. Mit folgenden Mehrwert:

- Persönliche, unabhängige und auf die Kundensituation zugeschnittene Beratung;
- Die Chance auf durchschnittlich 40 % mehr Erlös im Vergleich zu vielen „typischen“ Ankäufern vor Ort;
- Die Chance auf durchschnittlich 20 % mehr Erlös im Vergleich zu vielen Unternehmen mit Online-Ankauf;
- Keine eigene Recherche-Arbeit mehr nötig = Zeitersparnis;
- Mit verlässlichem, echtem und tiefem Test: Die besten Ankäufer aus 100 Unternehmen;
- Zugang zu allen 100 Ankäufern - falls der Kunde lieber selbst zu den Ankäufern recherchieren will.

4 - ETWAIGE NACHTEILE



Bild von Gerd Altmann auf Pixabay

Welche Überlegungen könnten den Vorteilen einer Beratung entgegenstehen:

- Argument: Ein im Vergleich zum Direktverkauf vor Ort etwas komplizierterer Ablauf.
Antwort: Ja. Das stimmt. Aber der lohnt sich in den meisten Fällen. Und ist durchaus überschaubar.
- Argument: Provisionskosten in Höhe von zumeist 2,5 % + Mehrwertsteuer (je nach Beratungsart).
Antwort: Wenn man den besten Ankäufer selbst ermittelt, kann man sich diese Position tatsächlich sparen. Bedenkenswert: Provisionskosten beziffern sich zum Beispiel auf circa 30 Euro bei 1.000 Euro Gegenwert. Das sind 3 %. Bei einem deutlich höheren zu erwartenden Mehrerlös. Mit solch umfangreichen Informationen und 100 beurteilten Ankäufern. Das lohnt sich immer noch deutlich.
- Argument: Gegebenenfalls am Ende nicht der beste Preis, da ein anderer Anbieter etwas mehr zahlt. Und dann doch nicht der Beste empfohlen wurde.
Antwort: Das bleibt tatsächlich offen. Ein spürbar höherer Ertrag ist trotz Beratungskosten aber sehr unwahrscheinlich.
- Argument: Kein aktueller Verkauf, da Erwartung eines später steigenden Goldpreises.
Antwort: Das ist nicht einschätzbar. Und: Gibt es dann nicht auch Freude bei einem später fallendem Goldpreis!?

- Argument: Kosten des Verbringens zum präferierten Ankäufer statt kostenfreiem Verkauf vor Ort.
Antwort: Je nach Variante zwischen Euro 5,49 (klassischer Versand) und circa 30 Euro (Werttransport). Das ist angesichts des erwartbaren Mehrwertes ab einem Gegenwert von circa 100 Euro (klassischer Versand) / 500 Euro (Werttransport) absolut machbar. Vergleiche hierzu unter „Verschicken“ auf der Website - Werte Stand 07/2022.
- Argument: Etwaige Rücksendekosten bei Nichtakzeptanz des Preises bei einem vorgeschlagenen Ankäufer.
Antwort: Gleiches gilt auch hier. Ab einem Gegenwert in Höhe von 500 Euro wäre das immer noch ok. Indes - soweit dürfte es aufgrund guter gemeinsamer Vorbereitung und der Ankäuferauswahl gar nicht erst kommen.
- Argument: Aufwand bei potentiell möglichem Versand-Verlust.
Antwort: Absicherung durch wasserdichte Variante des Verschickens.

5 - MARKTSITUATION



© Can Stock Photo / Violka08

In welches Marktumfeld ist die Altgoldberatung eingebettet?

Grundsätzlich ist eine sehr geringe Transparenz des Gesamtmarktes zu verzeichnen. Man geht von tausenden Goldankäufern im Bundesgebiet aus, das heißt es gibt sehr viele Marktteilnehmer. Teilweise sind Anbieter vom Markt verschwunden. Einige gingen insolvent - trotz (oder gerade wegen) vollmundiger Angaben. Andere firmierten um beziehungsweise wurden geschluckt. Viele haben keine Internet-Seite.

Es gibt zudem keine vorgeschriebenen Preise für Altgoldankäufer. Bestimmungen und Gesetze sind gegeben, aber recht lax ausgelegt. Es wird lediglich die Zuverlässigkeit geprüft. Einen Sachkundenachweis gibt es auch nicht. Die Situation in Punkto Instanzen und Überwachung ist also sehr ausbaufähig. Zwar reguliert der Markt auch hier das Geschehen, aber es bleibt eine erhebliche Grauzone. So gibt es sehr wenige Daten. Hier die Situation und der klägliche Rest des öffentlich Zugänglichen:

Konkret (Stand 2018)

- Das Statistische Bundesamt hat so gut wie keine öffentlich zugänglichen Daten zum Goldankauf;
- Ein Verbraucherschutz ist im Grunde nicht vorhanden beziehungsweise trotz vieler dubioser Machenschaften sehr zurückhaltend;
- Bei der Stiftung Warentest lautet das Motto: Extremst dünne Testlage;
- In jedem Jahr werden in Deutschland etwa 180 Tonnen an Material angekauft. Nach dem Einschmelzen bleiben davon circa 50 % reines Feingold (999er) übrig = 90 Tonnen;
- Größere Ankäufer haben teilweise bis zu 20.000 Einsendungen von Kunden pro Jahr;
- Internetseitenaufrufe bei werbungsintensiven Internetaufkäufern:
5.000 / 7.000 / 20.000 / 20.000 / 70.000 pro Monat.

6 - HERAUSFORDERUNGEN



© Can Stock Photo / AlexKalina

Ein Überblick über mitunter weniger Seriöses am Markt - aus öffentlich zugänglichen Quellen.

Die These: Es ist einiges nicht ganz so ideal, was sich da im Markt des Goldankaufs abspielt. Das Wissen um diese Umstände spart eine Menge Frustration beim Verkauf der Objekte. Hier ein erster Überblick dazu. Einzelheiten im großen Blog-Kapitel „Seriosität“ (ohne Frage: eine Sammlung an Fakten - angereichert mit subjektiven Bewertungen).

A - TYPISCHE TRICKSEREIEN DER ANKÄUFER

- Preistricksereien (inklusive einfach schlechter Preise). Sowohl bei stationären Ankäufern (vor Ort), als auch im Internet;
- Die Preise auf Homepages sind oft falsch und vor allem irreführend. Denn gezahlt wird oft was anderes. Die Preise bei den Goldrechnern der begutachteten Ankäufer weichen bis zu 25 % voneinander ab! Und: Dessen Ergebnisse stimmen sehr häufig nicht mit dem erzielbaren Preis überein. Selbst wenn von „Preisfixierung“ oder „Preisgarantie“ die Rede ist;

C - PORTALE UND TESTS

- Bewertungen bei Portalen oder Ausweis von Kundenmeinungen: Diese sind oft nicht auf realen Geschäftsvorfällen beruhend und dafür gibt es sogar einen Markt (man kann sich gute Bewertungen kaufen);
- Externe Tests: Einige wenige sind recht gut. Aber: Viele sind bezahlt, schlecht recherchiert oder testeten nur wenige beziehungsweise willkürlich ausgewählte Unternehmen;
- Verflechtungen: Es gibt vermutlich eine (nicht beziehungsweise schwer nachweisbar) unschöne Verbindung. Und zwar zwischen gewissen Ankaufsunternehmen und von ihnen beauftragten, offenbar abhängigen oder „verbandelten“ Instituten und Portalen, die Tests durchführen. Somit ist in diesen Fällen kein unabhängiger Status des „Instituts“ gegeben.

Vorsicht ist also geboten. Es geht letztlich darum, diese Machenschaften zu erkennen, sie zu umgehen und wirklich seriöse Ankäufer herauszufiltern.

7 - ANKÄUFERARTEN

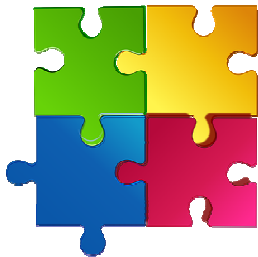


Bild von OpenClipart-Vectors auf Pixabay

A - ANKAUF AUSSCHLIESSLICH VOR ORT (CIRCA 4.000)

Als „stationäre Ankäufer“ gelten sowohl die lokalen Goldankaufsunternehmen, als auch Juweliere, die Gold vor Ort ankaufen. Also alle diejenigen, zu denen man klassischerweise hinget, wenn man sein Altgold verkaufen mag. Manche haben auch mehrere Filialen oder sind Teil einer größeren Handelskette. Sehr viele davon haben keine Internetpräsenz. Einige Ankäufer kommen auch zum Kunden nach Hause und kaufen dort direkt an. Entweder sind dies solche, die auch ein Ladengeschäft betreiben.

Oder aber reine „Außendienstler“ mit zum Beispiel einem Recyclingbetrieb im Hintergrund. Denn den benötigt man, da man im Reisegewerbe nicht ankaufen darf. Aber Vorsicht - besonders hier droht Abzocke.

B - ANKAUF NUR IM INTERNET/VERSCHICKEN (CIRCA 15)

Manche Unternehmen sind ausschließlich im Internet tätig. Typische Kennzeichen sind: Viel Werbung, hohe Preisversprechungen, vorversicherte Versandvarianten mit fast immer denselben Summen sowie meist freier Rückversand (zum Anlocken), „Sieger“ in eher dubiosen Tests, parallel dazu aber schlechte Kundenmeinungen in anderen Tests oder auf Seiten anderer Ankäufer und keine echten Kundenmeinungen, zum Beispiel via Google.

C - BEIDE ANKAUFSARTEN (CIRCA 150)

Die meisten Unternehmen haben meist mindestens ein Ladenlokal und kaufen zusätzlich im Internet an (oder umgekehrt: Primärer Internet-Ankauf plus Niederlassung.) Seien es reine Altgoldankaufs-Unternehmen, Juweliere mit integriertem Online-Goldankauf oder Scheideanstalten mit Privatankauf.

D - SCHEIDEANSTALTEN (CIRCA 20 ECHTE)

Typischerweise sind Scheideanstalten Adressaten des industriellen und gewerblichen (Edel)metallhandels. Sie sind der Endpunkt im Ankaufsprozess und kaufen allen Ankäuferarten das Altmaterial ab, um es weiter zu verarbeiten. Der Begriff ist nicht geschützt, und so tragen viele diesen Namen, obwohl sie die Kernelemente einer echten Scheideanstalt nicht abdecken.

Einige wenige kaufen auch von Privatpersonen Altgold und andere Materialien an. Primär über das Internet, aber man kann zu manchen auch direkt hingehen. Aber Vorsicht: Wenn nicht die Möglichkeit besteht, vorher abzustimmen, ob man einem Ankauf nach Preisnennung zustimmt, werden alle Stücke kurzerhand eingeschmolzen. Zudem kaufen viele erst ab einer Mindestmenge an. Und die Vergütung ist nicht zwingend höher, als bei anderen Ankäufer-Arten.

8 - KOSTENPOSITIONEN



© Can Stock Photo / sar_38

Einige Vorgänge beim Altgoldverkauf *können* Geld kosten. Hier ein Überblick dieser Positionen:

- Gegebenenfalls eine Schätzgebühr (Preisfrage) bei einem stationären Ankäufer oder Juwelier m Vorfeld. Diese beträgt circa 10 Euro, werden aber sehr selten erhoben;
- In manchen Fällen die Entfassung werthaltiger oder für den Verkäufer interessanter Steine im Vorfeld. Manche Ankäufer berechnen auch die Diamantenbegutachtung, falls es sich um gutachterähnlichen Umfang bei wirklich werthaltigen Stücken handelt;

- Eventuell die Selbstzahlung der Schmelz-/Scheide oder Analysekosten bei größeren Mengen
- Kosten des Verschickens;
- Kosten der Rücksendung. Falls man das Angebot des Ankäufers nicht annimmt beziehungsweise nicht Angekauft zurückgeschickt wird und der Ankäufer dieses nicht zahlt. Wichtig hier: Eine ausreichende Versicherung!
- Beratungskosten. Sofern eine Begleitung gewünscht wird.

9 - EIGENER MARKTTTEST



© Can Stock Photo / zsirosistvan

Es gibt einige wesentliche Unterschiede zu klassischen Tests („Externe Tests“). Neben der Anzahl der getesteten Ankäufer betrifft dies vor allem die Summe der Testkriterien - hier immerhin 140. Diese sind einzeln beschrieben, in Leitthemen eingeordnet und letztlich soweit möglich beurteilt und getestet. Die Konsequenz: Eine umfangreiche Begutachtung der Ankaufs-Unternehmen.

Denn die Frage ist immer, ob man nicht Wesentliches vergisst, falsch gewichtet oder bestimmte Vorlieben einfach außen vor lässt. Und damit zu am Ende oder im Einzelfall unbefriedigenden Ergebnissen kommt. Es gibt zum Beispiel rund 20 erlöswirksame Komponenten. Es ist offensichtlich, dass die ledigliche Nennung eines Ankaufskurses hier zwar eine deutliche Richtung vorgibt, dass aber sehr viele Einflüsse das letztendliche Resultat beeinflussen.

A - VORGEHEN BEI DER RECHERCHE

Zunächst wurde das Internet nach allen erdenklichen Informationen durchforstet, die über Ankaufsunternehmen aufzufinden waren. Es ergaben sich 100 relevante Unternehmen, die aus rund 150 Ankäufern vorselektiert wurden. Es war schnell klar, dass diese Anzahl zu groß sein würde, um jedes Unternehmen einem intensiven Test zu unterziehen. Ziel: Extraktion von 30 Unternehmen durch intensive Beurteilung der 100.

B - TEST DER 30 ANKÄUFER

Hypothese: Die Preise auf den Internetseiten der meisten Anbieter geben nicht genau wieder, was letztendlich bezahlt wird. Daher ist die Einsendung realer Materialien notwendig um herauszufinden, was wirklich wie abgerechnet wird.

Vorgehen: Hierzu wurden den Ankäufern im Laufe des Jahres 2020 ein immer wieder gleichen Testsatz von fünf Objekten aus wesentlichen Materialbereichen vorgelegt. Teilweise vor Ort, aber auch via Verschicken. Nach der Begutachtung wurden die Objekte wieder mitgenommen oder wieder zurückgesendet, um sie dann zum nächsten Ankäufer zu verbringen. Damit war eine Vergleichbarkeit gegeben.

Herausforderung: Es galt, die Vergleichbarkeit von Preisen unterschiedlicher Ankäufer zu unterschiedlichen Zeitpunkten zu bewerkstelligen. Denn zum einen gab es ja verschiedene Tage der Bewertung. Zum anderen aktualisieren die Ankäufer ihre Preise sehr verschieden: Einige alle fünf Minuten, andere nur einmal täglich. Durch umfangreiche rechnerische Preisbereinigungen konnte aber eine Vergleichbarkeit hergestellt werden.

Auswertung / Kriterien: Beurteilt wurden vor allem der Preis und die Versandmodalitäten, das heißt der Sicherheitsaspekt. Ergänzt durch alle testbaren Kriterien aus dem Fundus der 140. Insbesondere die Kostenfaktoren, sodass sich ein Nettoerlös unter Berücksichtigung der 20 Erlöskomponenten errechnen ließ. Die Unterschiede bei den Unternehmen waren mehr als deutlich. Und so ergaben sich ganz klare Favoriten.

C - TESTERGEBNIS

Aus allen 100 beurteilten und 30 getesteten Unternehmen wurden letztlich drei Ankäufer extrahiert. Diese liefern wirklich gute Ergebnisse. Da es gewisse Spezifitäten gibt, welche die drei Unternehmen nicht erfüllen (zum Beispiel besondere Materialien, wie Bernstein oder Perlen), wurden weitere Unternehmen ergänzt, die hier gute Expertise aufweisen. Eine konkrete Auswahl des oder der letztendlichen Ankäufer erfolgt dann abhängig zum Beispiel von der Material- oder Legierungsart, der Menge sowie persönlicher Präferenzen.

D - VERÖFFENTLICHUNG DER ERGEBNISSE

Übliche Tests nennen die Resultate, das heißt die Sieger. Die Besten der hier vorliegenden Testungen werden nicht vorab öffentlich benannt. Denn dann wäre die Beratung überflüssig.

Es wird jedoch klar beschreiben, welchen großen Nutzen Interessierte aus der Beratung ziehen können. Nenne werden alle 140 Kriterien sowie die 100 relevanten Ankäufer genannt - so könn(t)e man alles selbst recherchieren. Und das zu diesen Konditionen. Ein durchaus angemessenes Vorgehen!

10 - BLOGINHALTE



Bild von Gerd Altmann auf Pixabay

Alle wesentlichen Themen rund um den Altgoldverkauf und die Beratung:

- Ankaufsobjekte - alle Objekte und Materialien, die angekauft werden;
- Altgoldmarkt - die Teilnehmer des Altgoldmarktes und wie dieser Markt funktioniert;
- Vorbereitung - sinnvolle Empfehlungen vor dem Verkauf der Objekte;
- Verschicken - alle Optionen im Detail plus Tipps zum wirklich sicheren Verschicken;
- Beim Ankäufer - Informationen im Detail zu den Abläufen bei den Ankäufern;
- Seriosität - alle Hintergründe zum Geschäftsgebaren der Marktteilnehmer;
- Der Test - Testaufbau und Erkenntnisse aus eigenen Testungen.

© Michael Deucker Altgoldberater | 2022

Über Michael Deucker Altgoldberater

Mit seinem bundesweit neuartigen Konzept der persönlichen Altgoldberatung schließt das Unternehmen eine Lücke im Markt des Goldankaufs. Michael Deucker ist spezialisiert auf die Beratung privater Kunden und bringt an hohen Erlösen interessierte Verkäufer sowie umfangreich getestete, ausgesuchte Ankäufer zu fairen Konditionen zusammen. Mit guter Chance auf einen deutlichen Mehrerlös gegenüber durchschnittlichem Verkauf. Ein Angebot, das es in dieser von Goldankäufern, Portalen oder Testberichten unabhängigen Form vorher so noch nicht gab.

Die Geschäftsidee des Gründers - Bankkaufmann und Diplom-Betriebswirt (FH) - entstand durch eigene Verkaufserfahrungen, bei denen - im Vergleich zu vor Ort angefragten Juwelieren oder üblichen Goldankäufern - bei den ermittelten, meistzahlenden Ankäufern *jeweils fast das Doppelte an Erlös* erzielt werden konnte. Die Beratung fußt auf tief recherchierten Informationen, die Orientierung im Dickicht des unübersichtlichen Marktes des Goldankaufs bieten. Und den bestmöglichen Ankäufer ermitteln helfen. Denn hier gilt es angesichts vieler Herausforderungen genau aufzupassen. Diese wurden vollumfänglich ausgearbeitet.

Das Beratungsspektrum umfasst vier unterschiedliche Varianten, die vor allem *via Mail, Telefon oder Videokonferenz-System* und damit überregional, aber auch direkt vor Ort beim Kunden oder in Wiesbaden stattfinden können. Letztere abhängig von Art des Verkaufs, Entfernung und Volumen. Bei der Beratung setzt Michael Deucker auf offene, authentische Kommunikation. Denn nur eine wirklich gute Beratungssituation bringt gute Ergebnisse und hinterlässt bestenfalls ein angenehmes Gefühl - bei allen Beteiligten.

Durch ein spezielles Spendenkonzept bietet das Unternehmen zudem Vereinen, Hilfsorganisationen und Stiftungen eine elegante und für alle Beteiligten angemessene und sinnvolle Möglichkeit, finanzielle Mittel durch Spendenaktionen zu generieren.

Bildmaterial und weiterführende Informationen

Weitere Fakten und Fotos gibt es hier: www.altgoldberater.de/infos/presse-service/ .
Bei Bildwünschen, Interview-Anfragen oder Kooperationsideen freue ich mich über Ihre Kontaktaufnahme!



Michael Deucker
Inhaber

info@altgoldberater.de
Tel.: +49 (0) 611 56 50 952
(Mo. - Fr. 10-19 Uhr)