

iB get together

Frank Lehmann beim Marketing-Club Ortenau/Offenburg

> 9. November 2009

3



Fotos: Stephan Hund

Blick nach vorn: Vor vollbesetzten Stuhlreihen präsentierte Frank Lehmann den Marketing-Club-Mitgliedern im Burda Medienpark Leidvolles wie Kurioses aus der Börsenwelt. Die Ortenauer rechneten es dem gebürtigen Berliner hoch an, dass er ausgerechnet am 20. Jahrestag des Mauerfalls nach Offenburg reiste und nicht am Brandenburger Tor feierte.



Alte Bekannte aus dem Marketing-Club: Robin Derdau (CI Media, li.) und Herbert Krankenberg (Können & Handeln Consulting)

Alle ganz Ohr: Auch Vertreter von Ortenauer Banken – wie Jürgen Ulmer von der Volksbank Offenburg (Mitte) – lauschten gebannt und amüsiert.



Verlags-Experten – fast – unter sich: Annelie Thress (Burda Community Network), Herbert Metzler (Burda Community Network), Manfred Niesel (Marketingforschung und Services), Mechthild Wachter (Kresse + Discher Medienverlag), v. li. n. re.



Ob da Finanztipps ausgetauscht werden? Udo Zippenfennig (Zippenfennig Unternehmensberatung, Mitte) und die Marketing-Club-Beiräte Markus Obrecht (Winzergenossenschaft Oberkirch) und Sandra Wörner (Volksbank Offenburg) lächeln vielsagend.



Nicht nur Bulle und Bär: Für Frank Lehmann gibt es an der Börse ein drittes Symboltier – das Kamel. Es steht für Privatanleger. Denn sie werden öfter in die Wüste geschickt, müssen Durststrecken überstehen und erliegen immer wieder dem Herdentrieb.

„An der Börse ist alles möglich, auch das Gegenteil“, lautete das Thema des Wirtschaftsjournalisten Frank Lehmann bei seinem Besuch beim Marketing-Club Ortenau/Offenburg in Offenburg. Der frühere ARD-Börsenmann analysierte in seinem Vortrag die aktuelle Situation der Weltwirtschaft. Mit Dutzenden von Grafiken, Karikaturen und Statistiken unterlegte er seine Behauptung, dass die aktuelle Lage an den Finanzmärkten „sehr, sehr fragil“ sei. Staatliche Konjunkturprogramme befeuerten künstlich die Konjunkturerwartungen – und die Realwirtschaft stehe nun vor dem Zwang, bald handfeste Daten für die gute Stimmung in der Krise liefern zu müssen. „Das kann genauso gut zusammenbrechen“, warnte Lehmann daher gegenüber insideB vor der Behauptung vieler Finanz-Akteure, die Krise sei bereits wieder vorbei.

Frank Lehmann machte die Zuhörer – unter denen sich nach Ansicht seines Gastgebers Marketing-Club-Präsident Lothar Nadler auch viele Ortenauer Banker befanden – darauf aufmerksam, wie Entwicklungen an Börsen oder beim Ölpreis auf die künftige Entwicklung der Wirtschaft schließen lassen. Er warnte Privatanleger vor zu starker Branchenverliebtheit – so setzen angeblich IT-Mitarbeiter typischerweise auf Hightech-Werte, Bankmitarbeiter auf Papiere anderer Finanz- und Versicherungsinstitute. Er analysierte die sprichwörtlich handfesten Vorteile von Investitionen in Rohstoffe und Gold. Allerdings: Sicherheit ist für ihn nicht alles – die Rendite müsse auch stimmen.

Der Referent, der sich selbst ironisch als „Schmalspurökonom“ bezeichnete, beließ es aber nicht bei der reinen Fakten-Vermittlung. Mit viel Humor und ohne jegliches Finanz-Kauderwelsch führte er den Gästen vor Augen, wie anstelle von Rationalität Panik und Emotionen Finanzentscheidungen von Privatanlegern bestimmen. Im Gespräch mit inside B riet Lehmann Unternehmensentscheidern, sich breit aufzustellen und Risiken zu verteilen. Der nach seiner Ansicht größte Fehler bei der Geldanlage ist: „Sich selbst überschätzen.“

Klar, dass nach solch einem informativen wie unterhaltsamen Vortrag die Gespräche in kleinen Grüppchen weitergingen. Lehmanns Wissen war gefragt – er verließ als einer der letzten Gäste den Burda-Medienpark.



Gruppenbild mit Dame: Marketing-Club-Geschäftsführer Rainer Waltersbacher (Supfina Wolfach), Jutta Willmann (Uhu), Marketing-Club-Präsident Lothar Nadler (Mediakanzlei) und Martin Ruch (Kulturagentur Am Oberrhein), v. li. n. re.