

Günther Fielmann,  
Vorstandsvorsitzender  
der Fielmann AG, Hamburg

Es gilt das gesprochene Wort.

## **HAUPTVERSAMMLUNG**

**07. Juli 2011**

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich begrüße Sie auf unserer diesjährigen Hauptversammlung.

Über Fielmann gibt es Erfreuliches zu berichten.

Auch im Geschäftsjahr 2010 haben wir einmal mehr das beste Ergebnis seit Gründung des Unternehmens erwirtschaftet. Und wir haben 498 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen.

Die Absatzentwicklung der Branche im Berichtsjahr.

2010 sank der Absatz der augenoptischen Branche um 1,7 %, der Absatz der traditionellen Optiker schrumpfte um 2,9 %.

Der Fielmann Konzern steigerte den Absatz um 0,5 %, lag damit um 2,2 % besser als die Branche.

Die Umsatzentwicklung der Branche.

Die Augenoptik erzielte einen Umsatzanstieg von 2,3 % auf 4,9 Milliarden €.

Die traditionellen Optiker erreichten ein Plus von 1,2 %.

Der Fielmann Konzern erwirtschaftete ein Umsatzwachstum von 4,1 %, liegt damit 1,8 % besser als die Branche.

Die Fielmann-Eckdaten für 2010.

Ende des Berichtsjahres verfügten wir über 655 Niederlassungen in Europa. Wir eröffneten 14 neue Geschäfte.

Wir eröffneten 11 Niederlassungen in Deutschland,

2 Niederlassungen in Österreich,

1 Niederlassung in Polen.

Wir haben 29 Niederlassungen umgebaut, die Geschäfte teilweise erheblich vergrößert oder sind in bessere Lagen umgezogen.

Mit Investitionen in der Höhe von 19 Millionen € konnten wir damit den Service für unsere Kunden deutlich verbessern.

Im stagnierenden Umfeld konnten wir den Absatz um 0,5 % auf 6,5 Millionen Brillen steigern.

Im letzten Jahr waren 80 % der verkauften Brillen Metallfassungen.

Die beliebteste Herren-Variante: eine randlose Metallfassung, kombiniert mit Kunststoffbügel. Damit ist man immer gut angezogen.

Brillen werden größer, und Kunststoff liegt im Trend.

Die Pantoscheibe für Damen und Herren wurde zum gefragten Klassiker.

Modefotografen haben die Cateye-Modelle für sich entdeckt: das Thema der nächsten Jahre.

Nicht nur als Korrektionsbrille, auch als Sonnenbrille.

Sonnenbrillen bleiben groß, in Karrée, Oval und Butterfly.

Meist aus Kunststoff, aber auch aus Metall.

Pilotenscheiben sind wieder hochmodern.

Den Außenumsatz steigerten wir um 4,1 % auf 1,159 Milliarden €.

Unser Gewinn vor Steuern stieg um 3,9 % auf 170,3 Millionen €. Die Umsatzrendite liegt bei 17,1 %.

Der Gewinn nach Steuern wuchs um 4,8 % auf 120,8 Millionen €. Einmal wieder der höchste Jahresüberschuss seit Gründung des Unternehmens.

Wir sind praktisch schuldenfrei, verfügen über Liquidität in dreistelliger Millionenhöhe. Unsere Mitarbeiterzahl wuchs um 3,8 % auf 13.733 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Frauenquote in Führungspositionen liegt bei 30 %.

Seit Jahren erwirtschaftet Fielmann Steigerungen bei Absatz, Umsatz und Gewinn. Bisher haben wir uns auch immer besser entwickelt als die Branche und der Handel.

Fielmann gehört zur schmalen Gruppe der deutschen Unternehmen, die trotz Weltwirtschaftskrise gewachsen sind und deren Gewinn stabil geblieben ist.

Fielmann ist ein Familienunternehmen. Wir denken langfristig. Wir wachsen organisch. Wir haben riskante Übernahmen vermieden, sind schuldenfrei.

Die Entwicklung unseres Außenumsatzes von 2000 bis 2010.

Von 2000 bis 2010 wuchs unser Außenumsatz kontinuierlich, lediglich in den Jahren der letzten Strukturreform im Gesundheitswesen, also 2003 und 2004, gab es zwei Extremwerte.

Weil die gesetzlichen Krankenkassen die Brille per Ende 2003 als Kassenleistung strichen, verkauften wir damals 1 Million Brillen zusätzlich, erwirtschafteten ein Umsatzplus von 25 %.

2004 fehlten dann der gesamten Branche Stückzahlen.

Die Liberalisierung des Brillenmarktes führte zu verschärftem Wettbewerb. Das hat Fielmann begünstigt. Von 2004 bis 2010 steigerten wir den Umsatz um 52 %.

In den letzten 10 Jahren, also von 2000 bis 2010, steigerten wir den Umsatz um 63 %.

Die Gewinnentwicklung von 2000 bis 2010.

Unser Gewinn stieg von 2000 bis 2010 um 213 %.

Auch im Jahr 2009 erzielten wir trotz der Wirtschaftskrise und der größten Rezession, die wir in der Bundesrepublik erlebten, einen Jahresüberschuss von 115,3 Millionen €, damit eine Nachsteuer-Umsatzrendite von 12,1 %.

2010 haben wir mit einem Jahresüberschuss von 120,8 Millionen € einmal mehr das beste Netto-Ergebnis seit Firmengründung erwirtschaftet.

Beweis dafür, wie robust unser kundenfreundliches Marketing ist.

Seit Börseneinführung in 1994 stieg der Gewinn des Fielmann-Konzerns um 469 %: von 21,2 Millionen € im Jahr des Börsenganges auf 120,8 Millionen € in 2010.

Die Entwicklung unseres Eigenkapitals nach Dividende:

Verfügten wir 2006 über ein Eigenkapital von 334 Millionen €, waren es 2010 426 Millionen €.

Unsere Eigenkapitalquote nach Zahlung der Dividende liegt im Berichtsjahr bei 61,8 %, die Eigenkapitalrendite bei 28,4 %.

Mit 5 % aller Optikfachgeschäfte erzielen wir in der Bundesrepublik einen Umsatzmarktanteil von 19 % und einen Stückzahlmarktanteil von 48 %.

Beweis für unsere Preiswürdigkeit: Wir verkaufen unsere Brillen im Durchschnitt 50 % günstiger als die Branche. Würde Fielmann die Brillen zum Durchschnittspreis der Branche abgeben, müssten sich Umsatzmarktanteil und Absatzmarktanteil decken.

Wir bieten kleine Preise für viele und nicht hohe Preise für wenige. Wir geben Einkaufsvorteile an unsere Kunden weiter.

Wir wollen immer besser und immer günstiger sein als andere.

Unsere Marktführerposition verdanken wir strikter Kundenorientierung. Fielmann hat immer wieder verbraucherfreundliche Leistungen in die Branche eingeführt, die es vordem nicht gegeben hat, wie

1977 die Drei-Jahres-Garantie,

1981 den Brillen-Chic zum Nulltarif und die Zufriedenheitsgarantie,

1982 die Geld-zurück-Garantie,

um einige Beispiele zu nennen.

Unsere Mitarbeiter sehen sich im Kunden. Sie bedienen ihre Kunden so, wie sie selbst bedient werden möchten: fair, freundlich und kompetent.

Fielmann-Mitarbeiter leben nicht mit dem Druck, dem Verbraucher teure Brillen aufschwätzen zu müssen. Sie finden für jeden Brillenträger die optimale Lösung, das unabhängig vom Preis.

Unsere Mitarbeiter durchlaufen kontinuierlich Schulungen, Tests und Zertifizierungen. Führungspositionen besetzen wir nach Möglichkeit aus den eigenen Reihen.

Fielmann bildet mehr als 2.670 Lehrlinge aus, ist größter Arbeitgeber und größter Ausbilder der augenoptischen Branche.

Mit 5 % der deutschen Optikfachgeschäfte stellt Fielmann 35 % aller Auszubildenden im Augenoptikerhandwerk.

Den hohen Standard unserer Ausbildung belegen bundesweite Auszeichnungen.

Bei den bundesweiten Gesellenprüfungen stellten wir im Berichtsjahr 71 % der deutschen Landessieger. Ähnliche Quoten erzielen wir seit Jahren.

Beim Leistungswettbewerb der Augenoptik stellten wir den Bundessieger.

Meine Damen und Herren, vor Ihnen stehen 71 % der deutschen Landessieger 2010. Alle sind von Fielmann! Das ist einen Beifall wert.

Wir sind stolz auf Sie!

Herzlichen Glückwunsch und Anerkennung auch den Ausbildern in unseren Niederlassungen und den Lehrwerkstätten.

80 % unserer Mitarbeiter halten Fielmann-Aktien. Wir verwalten kostenlos mehr als 12.000 Depots. Über unsere hausinterne Börse können unsere Mitarbeiter kostenfrei Fielmann-Aktien handeln.

Sie bekommen nicht nur gute Gehälter, auch Dividenden. Das motiviert. Den Vorteil haben unsere Kunden.

Übrigens: Fielmann ist ein attraktiver Arbeitgeber. Pro Jahr bewerben sich mehr als 20.000 Menschen um eine Position beim Marktführer der Augenoptik.

Wir wollen immer besser und immer günstiger sein als andere.

Dafür stehen wir gerade mit der Geld-zurück-Garantie. Sehen unsere Kunden das gleiche Produkt innerhalb von sechs Wochen nach Kauf anderswo günstiger, nimmt Fielmann den Artikel zurück und erstattet den Kaufpreis.

Das ist die alte Kassenbrille, wie sie über Jahrzehnte auf Rezept geliefert wurde. Wer nicht das Geld hatte sich eine teure Feinbrille zu leisten, trug per Sozialprothese den Nachweis seines niedrigen Einkommens auf der Nase.

Für ein Fielmann-Nulltarif-Modell müssen unsere Kunden nicht einen Cent dazubezahlen.

Fielmann hat die Kassenbrille schön gemacht, ihr gesellschaftliche Akzeptanz verschafft, die Diskriminierung per Sozialprothese abgeschafft. Wir haben Brillenmode über günstige Preise demokratisiert.

Seit es Fielmann gibt, gibt es den Brillen-Chic zum Nulltarif.

Das ist unsere geschichtliche Leistung.

Mit der Brillenversicherung der HanseMerkur schreibt Fielmann die Geschichte der Nulltarif-Brille fort.

Für nur 10 € Prämie im Jahr bekommen die Versicherten sofort nach Vertragsabschluss eine topmodische Brille aus Metall oder Kunststoff mit Einstärkengläsern von Zeiss zum Nulltarif, dann alle zwei Jahre eine neue. Zudem kostenlosen Ersatz bei Bruch, Beschädigung oder Sehstärkenveränderung.

Die Versicherten können unter mehr als 90 Nulltarif-Modellen in mehr als 600 Varianten wählen.

Es handelt sich um Brillen, die in ähnlicher Ausführung von Optikern üblich für 60 bis 120 € angeboten werden.

Für die Qualität unserer Brillen bürgen wir mit der Drei-Jahres-Garantie. Auch diese Leistung haben wir in die Branche eingeführt.

Vor Fielmann hofften die Verbraucher auf Kulanz, Fielmann hat ihnen einen einklagbaren Rechtsanspruch verschafft.

Bei Fielmann wird jede Reklamation anerkannt, ganz gleich aus welchem Grund.

Wir geben die Zufriedenheitsgarantie.

Ist der Kunde mit einem Produkt von Fielmann nicht zufrieden, tauschen wir die Ware um oder erstatten den Kaufpreis.

Fielmann ist Hersteller, Agent und Augenoptiker. Wir sind tief in der Branche verwurzelt und auf allen Ebenen der Wertschöpfung in der Augenoptik tätig.

Wir können zu niedrigeren Preisen anbieten als die Branche, weil wir selbst produzieren, weil wir in großen Mengen von den Zulieferanten bekannter Marken kaufen.

Unsere eigene topmodische Fielmann-Collection erhält der Kunde praktisch zum Einkaufspreis des traditionellen Optikers. Fielmann genügt die Grossisten-Marge.

Die Preise bei Fielmann liegen in diesem Bereich um rund 70 % unter dem allgemeinen Preisniveau gelabelter, also mit einem Markenaufdruck veredelter Ware.

Unsere Niederlassungen in Deutschland erzielen einen Durchschnittsumsatz von 1,6 Millionen €, die Niederlassungen in Österreich erwirtschaften einen Durchschnittsumsatz von 2,4 Millionen €, unsere Schweizer Niederlassungen erreichen einen Durchschnittsumsatz von 4,6 Millionen €.

Zum Vergleich der Durchschnittsumsatz eines traditionellen Optikers: sein Jahresumsatz liegt bei 0,3 Millionen €.

Nun das deutschsprachige Ausland.

Zunächst die Eckdaten für Österreich.

2010 haben wir zwei neue Geschäfte eröffnet, verfügten Ende des Jahres über 31 Niederlassungen.

Die Stückzahlen stiegen um 8,7 % auf 375.000 Brillen.

Der Außenumsatz wuchs um 4,8 % auf 66,3 Millionen €.

Der Gewinn vor Steuern um 38,2 % auf 7,6 Millionen €.

Der Gewinn nach Steuern um 51,2 % auf 6,2 Millionen €.

Der Gewinn des Vorjahres war noch beeinflusst durch die Anlaufverluste von vier Neueröffnungen, deshalb der Gewinnsprung im Berichtsjahr.

Mittelfristig erwarten wir in Österreich eine weitere deutliche Gewinnsteigerung.

Die Mitarbeiterzahl sank um 5,4 % auf 617. Der Grund: Im Vorfeld der Neueröffnungen haben wir Mitarbeiter mit befristeten Arbeitsverträgen eingestellt, die sich nicht alle optimal bewährt haben. Deshalb suchen wir auch in Österreich weiterhin qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

In Österreich sind wir die Nummer Zwei der Augenoptik. Vor uns liegt der Wettbewerber Hartlauer, hinter uns die HAL-Tochter Pearle.

Die mittelfristige Planung für Österreich.

Mittelfristig wollen wir in Österreich 40 Niederlassungen betreiben,

450.000 Brillen abgeben,

85 Millionen € Umsatz erwirtschaften und 10 Millionen € Gewinn ausweisen.

Die Eckdaten für die Schweiz.

Mit 31 Niederlassungen erwirtschafteten wir ein Stückzahlplus von 3,2 % auf 392.000 Brillen.

Der Außenumsatz wuchs um 16,2 % auf 126,4 Millionen €,

der Gewinn vor Steuern um 19,3 % auf 24,7 Millionen €,

der Gewinn nach Steuern um 19,9 % auf 19,3 Millionen €.

Die Umsatzrendite liegt bei 21 %, sie wurde durch den Wechselkurs positiv beeinflusst.

Die Mitarbeiterzahl stieg um 1,5 % auf 990 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Mittelfristig wollen wir in der Schweiz 40 Niederlassungen betreiben,

450.000 Brillen abgeben,

einen Umsatz von 150 Millionen € erwirtschaften

und einen Gewinn von 30 Millionen € ausweisen.

Ende dieses Jahres werden wir in Lugano das erste Geschäft in der italienischen Schweiz eröffnen.

Wir sind zweitgrößter Augenoptiker des Landes. Vor uns liegt Visilab, hinter uns Mac Optik. Das muss nicht so bleiben.

Nach wie vor ist Deutschland unser wichtigster Markt, in dem wir bis Ende des letzten Jahres 559 Niederlassungen betrieben haben.

Unsere Deutschlandkarte in Marktanteilen.

Sonderlich im Süden müssen wir expandieren, um die Nachfrage befriedigen zu können.

Unser mittelfristiges Ziel ist es, 50 % Absatzmarktanteil in den regionalen Märkten zu erreichen. Deshalb werden wir etwa 140 weitere Niederlassungen eröffnen.

Vornehmlich expandieren wir in Baden-Württemberg, Bayern und im Großraum Berlin.

Wir wollen in Deutschland um 700 Niederlassungen betreiben.

Der Deutschland-Umsatz soll 1,1 Milliarden € erreichen.

Anmerkungen zu unseren wichtigsten Märkten.

Derzeit erwirtschaften wir 81 % unserer Umsätze in Deutschland.

Die Schweiz erzielt 11 % der Umsätze.

Österreich trägt mit 6 % zum Umsatz bei.

Im deutschsprachigen Raum erwirtschaften wir 98 % unserer Umsätze.

Die übrigen Länder, also Polen, Niederlande, Luxemburg, Lettland und Litauen, Weißrussland und die Ukraine erwirtschaften derzeit lediglich 2 % Umsatzanteil, ähnlich sieht es beim Ergebnis aus.

Langfristig wollen wir in Europa 2 Milliarden € umsetzen, das bei organischem Wachstum. Jede ernst zu nehmende Kaufoption wird von uns analysiert.

Neben der Expansion bieten Potenziale vor allen Dingen Gleitsichtbrillen. Fehlsichtige, die schon in jungen Jahren eine Brille tragen, benötigen im Alter eine Brille für die Ferne und die Nähe. Komfortabel sind Gleitsichtbrillen.

Die komplizierte Oberflächengeometrie der Gleitsichtgläser und ihre aufwändige Anpassung machen sie im Durchschnitt viermal teurer als Einstärkengläser.

Fielmann wächst mit Gleitsichtbrillen stärker als die Branche. Dies erklärt sich aus der Kundenstruktur. Fielmann-Kunden sind im Schnitt jünger als die Durchschnittskunden unserer traditionellen Wettbewerber.

Da sie uns über die Jahre treu bleiben, wird auch ohne Neukunden der Gleitsichtbrillenanteil bei Fielmann in den nächsten Jahren um mehr als 50 % steigen.

Contactlinsen gewinnen in Deutschland an Bedeutung. Während in der Bundesrepublik bisher nur 4 % der Bevölkerung Contactlinsen verwenden, sind es in den USA 15 %, in Schweden 17 %.

Fielmann erwartet in den nächsten Jahren eine Umsatzverdopplung im Bereich Contactlinsen und Zubehör.

Sonnenbrillen bieten uns weiteres Potenzial. Denn nur 45 % der Brillenträger besitzen eine Sonnenbrille in ihrer Korrektionsstärke.

Der Trend geht zu hochwertigen Brillen mit Modelabel und garantiertem Schutz vor ultravioletten Strahlen.

Von der Brillenmode hin zum Hörgerät.

Hörgeräteabteilungen sind bei uns strikt von der Brillenmode getrennt. Derzeit betreiben wir mehr als 50 Hörgeräteabteilungen. Allein unsere Stammkunden in den Kerneinzugsgebieten benötigen mehr als 60.000 Geräte pro Jahr.

Der Markt der Hörgeräte ist ein Wachstumsmarkt im Bereich der Bestagers.

Nach Angabe der Bundesinnung der Hörgeräteakustiker haben in Deutschland 8,9 Millionen Personen einen versorgungsnotwendigen Hörbedarf, aber nur 2,5 Millionen benutzen ein Hörgerätesystem.

Über immer kleinere, praktisch unsichtbare Systeme wird sich die Anzahl der Hörgerätenutzer in den nächsten Jahren deutlich erhöhen.

Pro Jahr werden derzeit in Deutschland von HNO-Ärzten und 4.400 Geschäften etwa 890.000 Geräte angepasst.

Der Umsatz der Branche liegt derzeit bei 1,3 Milliarden €.

Im Geschäftsjahr 2010 haben wir einen Außenumsatz von 1,159 Milliarden € erzielt.

Das Nachsteuer-Ergebnis liegt bei 120,8 Millionen €,

die Eigenkapitalverzinsung bei 28,4 %,

das Ergebnis pro Aktie bei 2,80 €.

Das Unternehmen ist praktisch schuldenfrei, verfügt über Liquidität in dreistelliger Millionenhöhe.

Angesichts der positiven Unternehmensentwicklung und vorhandener Liquidität empfehlen Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 2,40 € je Aktie, eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 20 %.

Beim derzeitigen Kurs für den Aktionär eine Kapitalverzinsung von 3,3 %.

Die Kursentwicklung der Fielmann-Aktie ist Spiegelbild des Vertrauens, das uns die Anleger entgegenbringen.

Der Kurs der Fielmann-Aktie stieg vom 1. Januar 2000 bis zum 5. Juli 2011 um 435 %.

Im selben Zeitraum verlor der TecDax 82 %, der Dax verharrte bei plus 11 %, der SDax erzielte ein Wachstum von 89 %, der MDax 169 %.

Auch in schwierigen Zeiten bewährte sich die Fielmann-Aktie als wertstabile Anlage.

Die vorläufigen Zahlen des ersten Halbjahres.

Erfreulich haben sich Absatz, Umsatz und Gewinn in den ersten Monaten des laufenden Geschäftsjahres entwickelt.

Zunächst die Daten der Branche.

Für den Absatz meldet der Zentralverband der Augenoptiker einen Rücklauf von 1 %, Euronet meldet minus 1 %.

Fielmann erwirtschaftete eine Stückzahlsteigerung von 4,8 %.

Für den Umsatz meldet der Zentralverband 2,8 % Branchenplus, Euronet ein Wachstum von 1,3 %.

Fielmann erzielte ein Plus von 7 %.

Die vorläufigen Zahlen für das erste Halbjahr im Überblick.

Der Absatz stieg um 5 % auf 3,3 Millionen Brillen.

Der Außenumsatz wuchs um 7 % auf 614 Millionen €,

der Gewinn vor Steuern um 9 % auf 86 Millionen €,

der Gewinn nach Steuern um 9 % auf 61 Millionen €.

Wir erwarten weiteres Wachstum von Absatz, Umsatz und Gewinn.

Die Dividendenentwicklung von 2000 bis 2010.

Im Geschäftsjahr 2000 zahlten wir eine Dividende von 54 Cent, 2010 wurden daraus 2,40 €: eine Steigerung von 344 %.

Bei Fielmann sitzen Vorstandsvorsitzender und Aktionäre in einem Boot. Wir betreuen ihre Investitionen genauso sorgsam wie unsere eigenen.

Vielen Dank.