
Wir wollen immer besser und immer günstiger sein als andere.

Günther Fielmann

Vorsitzender des Vorstands
der Fielmann AG

in der Hauptversammlung am 10. Juli 2008



Sehr geehrte Damen und Herren,
willkommen auf unserer diesjähri-
gen Hauptversammlung.

Einmal mehr kann ich Ihnen Er-
freuliches über Fielmann berichten.

Ende letzten Jahres verfügten wir
über 599 Niederlassungen in Europa.
Wir eröffneten 31 zusätzliche Geschäfte,
erhöhten den Bestand um 4,9 Prozent.

2007 eröffneten wir 24 neue Ge-
schäfte in Deutschland, überwiegend
im Süden. Im Dezember gab es 522
Fielmann-Niederlassungen in der Bun-
desrepublik.

In der Schweiz entstanden 2 neue
Niederlassungen, und zwar in Zürich-
Oerlikon und Rapperswil. Damit ver-
fügen wir derzeit über 29 Filialen in
der Alpenrepublik.

In Österreich betreiben wir derzeit
24 Niederlassungen.

In Luxemburg eröffneten wir 2 neue
Geschäfte. Sie haben bereits den Break
Even erreicht.

Nach einer weiteren Neueröffnung
verfügen wir jetzt über 13 Betriebe in
den Niederlanden.

In Polen eröffneten wir 2 weitere
Niederlassungen, und zwar in Danzig
und Rumia. Ende letzten Jahres gab
es 9 Fielmann-Fachgeschäfte in unse-
rem östlichen Nachbarland.

In Polen leben 38 Millionen Men-
schen, die Wirtschaft boomt.

Fielmann erwirtschaftete 2007 einen
Außenumsatz von 984 Millionen €,
eine Steigerung von 7,8 Prozent.

Fielmann erwirtschaftete 2007 einen Außenumsatz von 984 Millionen €.

Der Gewinn vor Steuern wuchs um
27,5 Prozent auf 136 Millionen €.

Der Gewinn nach Steuern stieg um
14,3 Prozent auf 82 Millionen €. Die
Steuerquote lag bei 39,8 Prozent.

Ich danke unseren Kunden für das
entgegen gebrachte Vertrauen. Ich
danke unseren Mitarbeitern für ihren
Einsatz.

Das Vorsteuerergebnis berücksichtigt
unter anderem in Höhe von 10 Millio-
nen € Konsequenzen aus dem Urteil

des Bundessozialgerichtes zur Stich-
tagsproblematik des Gesundheitsmoder-
nisierungsgesetzes.

Dazu einige Informationen.

Im Herbst 2003 passierte das Ge-
sundheitsreformgesetz den Bundesrat:
die Krankenkassen sollten ab Januar
2004 für Brillen von Erwachsenen
nicht mehr zahlen.

Im November 2003 verkündeten die
Krankenkassen, Brillengläser könne
man nur noch bezahlen, wenn die fer-
tige Brille bis Ende des Jahres abge-
holt werde.

Obwohl der ungekündigte Rah-
menvertrag festlegte, dass Grundlage
für den Anspruch der Versicherten
das Ausstellungsdatum des Rezeptes
war.

Generationen von Optikern haben
auf dieser Vertragsbasis abgerechnet.

Wir forderten Regierung und Kran-
kenkassen auf, nach Maßgabe des
gültigen Rahmenvertrages zu handeln
und Gläser aller Brillen zu bezahlen,
die bis Ende 2003 verordnet wurden.

Im Vertrauen auf den Rechtsstaat
haben wir bis zum 31. Dezember

2003 Rezepte entgegengenommen. Unser Risiko lag bei 20 Millionen €.

Eine Anzeige aus dem November 2003. Sie lesen: „Die Krankenkassen müssen sich an ihre Verträge halten. Wer seine Brille in diesem Jahr bestellt, hat Anspruch auf die Kassenleistung.“

Wir haben 2003 mehr als 1 Million neue Kunden gewonnen.

Die Brillenträger stürmten unsere Niederlassungen.

Wir haben 2003 mehr als 1 Million neue Kunden gewonnen.

Unsere Mitarbeiter haben damals Großartiges geleistet. Dafür danke ich Allen. Das wird unvergessen bleiben.

Ab März 2004 kamen die VdAK-Kassen ihrer Verpflichtung nach und zahlten die ersten 10 Millionen € unserer Forderungen.

Die RVO-Kassen hingegen weigerten sich, unsere Rechnungen aus dem Geschäftsjahr 2004 zu begleichen, beriefen sich dabei auf eine offizielle Verlautbarung der Bundesregierung.

Wir mussten mehr als 200 RVO-Kassen auf Zahlung verklagen.

Insgesamt waren mehr als 2.600 Klagen rechtsanhängig.

Im September 2007, drei Jahre später, entschied das Bundessozialgericht, dass in 2003 verschriebene und in 2004 gelieferte Brillen von den Krankenkassen zu bezahlen seien.

Damit wurde unsere Rechtsauffassung bestätigt: die Mehrheit der RVO-Kassen hat derweil unsere Forderungen ausgeglichen.

Inklusive der Zinsen und anteiligen Verfahrenskosten haben wir in 2008 insgesamt Liquidität in einer Höhe von etwa 14 Millionen € von den Krankenkassen vereinnahmt und nach IFRS 10 Millionen € in 2007 bilanziert.

Auch ohne diesen Sondereffekt ist unser Vorsteuergewinn im letzten Jahr um 18 Prozent gestiegen.

Unser gutes Ergebnis erwirtschafteten wir in einem schwierigen Umfeld: seit 1991 verlor der deutsche Einzelhandel 25 Prozent seines Umsatzes, lag 2007 bei 75 Indexpunkten.

Im Berichtsjahr betrug der Rücklauf 2 Prozent: ein Umsatzminus von etwa 5 Milliarden €, für den Zeitraum 1990 bis 2007 dürfte der Einzelhandelsumsatz um mehr als 60 Milliarden € abgeschmolzen sein.

Der Zentralverband der Optiker meldete für 2007 ein Absatzwachstum der Branche in Höhe von 0,5 Prozent auf 10,6 Millionen Brillen.

Fielmann steigerte den Deutschland-Absatz um 3,1 Prozent auf 5 Millionen Brillen. Europaweit verkauften wir 6 Millionen Brillen: eine Steigerung von 3,8 Prozent.

Der Umsatz der Branche stieg in 2007 um 2,8 Prozent auf 3,8 Milliarden €. Unter Berücksichtigung der dreiprozentigen Mehrwertsteuererhöhung zum 1. Januar 2007 bedeutet dies Stagnation.

Fielmann erwirtschaftete eine Umsatzsteigerung von 7 Prozent.

Unser Gewinn nach Steuern stieg um 14,3 Prozent auf 82 Millionen €.

Die Steuerquote lag bei 39,8 Prozent. Ursache dafür ist die Unternehmenssteuerreform. Mehr dazu berichtet Ihnen gleich unser Finanzvorstand Herr Zeiss.

In den letzten zwei Jahren stellte Fielmann mehr als 1.300 zusätzliche Mitarbeiter ein.

Im Berichtsjahr haben wir unseren Personalbestand um 6,3 Prozent auf 11.858 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhöht. Wir haben zusätzlich 698 sichere Arbeitsplätze geschaffen.

In den letzten zwei Jahren stellte Fielmann mehr als 1.300 zusätzliche Mitarbeiter ein, mehrheitlich in Deutschland.

Seit Jahren erwirtschaften wir Steigerungen bei den wesentlichen Eckdaten. Wir haben uns bisher auch im-

mer besser entwickelt als die Branche.

Seit Jahren erwirtschaften wir Steigerungen bei den wesentlichen Eckdaten.

Die Umsatzrendite der letzten drei Jahre.

Unsere Umsatzrendite nach Steuern stieg 2005 auf 7,9 Prozent, 2006 waren es 9,1 Prozent, 2007 dann 9,8 Prozent.

In den letzten drei Jahren ist unser Gewinn nach Steuern relativ um 24 Prozent gewachsen.

Die Entwicklung der Umsatzrendite vor Steuern:

2005 waren es 11,9 Prozent, 2006 dann 13,5 Prozent, 2007 wuchs die Umsatzrendite auf 16,2 Prozent.

In den letzten drei Jahren ist die Umsatzrendite vor Steuern um 36 Prozent gestiegen.

Die Entwicklung unserer Eigenkapitalrendite in den letzten drei Jahren:

2005 lag unsere Eigenkapitalrendite nach Steuern bei 18,2 Prozent, 2007 waren es 23,2 Prozent, ein Plus von 27 Prozent in drei Jahren.

Die Eigenkapitalrendite vor Steuern stieg von 27,5 Prozent auf 38,6 Prozent.

Wir weisen eine Eigenkapitalquote von 60,8 Prozent aus, liegen damit erheblich besser als der Durchschnitt aller DAX-Unternehmen: die größten deutschen Kapitalgesellschaften bilanzieren im Schnitt eine Eigenkapitalquote von 24 Prozent.

90 Prozent aller Bundesbürger kennen Fielmann. Fielmann steht für Brillenmode zum fairen Preis.

In Deutschland verkauft Fielmann jede zweite Brille.

„Der Kunde bist du“, mit diesem Leitsatz wurde Fielmann zum Marktführer.

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

Fielmann-Mitarbeiter beraten pressuresfrei, leben nicht mit dem Druck, dem Verbraucher teure Brillen verkaufen zu müssen.

Unser Erfolg gründet sich auf der Kompetenz und dem Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

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

Mit 5 Prozent der deutschen Optikfachgeschäfte stellt Fielmann 29 Prozent aller Auszubildenden im augenoptischen Handwerk.

Fielmann ist größter Arbeitgeber und größter Ausbilder der augenoptischen Branche, bildet mehr als 1.900 Lehrlinge aus.

Wir investieren Jahr für Jahr zweistellige Millionenbeträge in die Aus- und Weiterbildung.

Fielmann ist begehrter Ausbilder. Pro Jahr bewerben sich mehr als 8.000 junge Menschen um eine Lehre bei Fielmann. Nach bestandener Aufnahmeprüfung erhalten etwa 650 einen Ausbildungsplatz.

Den hohen Standard unserer Ausbildung belegen bundesweite Auszeichnungen.

Im Berichtsjahr stellten wir einmal mehr alle Bundessieger im praktischen Leistungswettbewerb.

Im Berichtsjahr stellten wir einmal mehr alle Bundessieger im praktischen Leistungswettbewerb.

Und 83 Prozent aller Landessieger bei den Gehilfenprüfungen, weiter 62 Prozent aller Kammersieger. Es gibt 35 Kammern oder Innungen in Deutschland.

Wir sind hier in Hamburg. Neben Fielmann gibt es in der Hansestadt mehr als 160 weitere Ausbildungsbetriebe.

Bei der diesjährigen Gehilfenprüfung stellte Fielmann die 10 Besten.

Die Top 10 der Hamburger Gehilfenprüfung wurden allesamt von Fielmann ausgebildet.

Acht Damen und zwei Herren. Sie sind unter uns!

Herzlichen Glückwunsch! Wir sind stolz auf Sie!

Die Top 10 der Hamburger Gehilfenprüfung wurden allesamt von Fielmann ausgebildet.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich zu mehr als 70 Prozent über Einlagen und Aktien an ihrem Unternehmen beteiligt.

Sie bekommen nicht nur gute Gehälter, auch Zinsen, Gewinnanteile und Dividenden.

Das motiviert. Den Vorteil haben unsere Kunden.

In der Gemeinnützigen Fielmann Akademie Schloss Plön bilden wir den Führungsnachwuchs für Europa aus.

Die Ausbildungsstätte steht auch externen Optikern zur Verfügung, qualifiziert jährlich mehr als 6.000 Schulungsteilnehmer.

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. Dazu gibt es eine Flasche Champagner gratis.

Fielmann hat die Kassenbrille schön gemacht, ihr gesellschaftliche Akzeptanz verschafft, die Diskriminierung per Sozialprothese abgeschafft, Brillenmode demokratisiert.

Alle Brillen, die Sie jetzt sehen, sind Fielmann Nulltarif-Modelle.

Mit der Brillenversicherung der HanseMercur schreibt Fielmann die Geschichte der Kassenbrille fort.

Damit bieten wir allen Fehlsichtigen, die auch weiterhin in regelmäßigen Abständen Anrecht auf eine Nulltarifbrille haben möchten, eine denkbar günstige Alternative zu den gestrichenen Leistungen der gesetzlichen Krankenkassen.

Für nur 10 € Prämie im Jahr bekommen unsere Kunden sofort nach Vertragsabschluss eine topmodische Brille aus Metall oder Kunststoff mit Einstärkengläsern von Zeiss zum Nulltarif, dann alle zwei Jahre eine neue.

Die Versicherten können unter mehr als 70 topmodischen Nulltarifmodellen in mehr als 500 Varianten wählen. Es handelt sich um Brillen, die in ähnlicher Ausführung vom Optiker üblich für 60 € bis 120 € angeboten werden.

Wir leisten kostenlosen Ersatz bei Bruch, Beschädigung oder Sehstärkenveränderung.

Wer sich für ein Zuzahlungsmodell entscheidet, erhält 15 € Gutschrift auf den Kaufpreis.

Bei Reparatur oder Ersatz der Zuzahlungsbrille übernehmen wir 70 Prozent des Kaufpreises.

Wer Gleitsichtbrillen oder Multifokalbrillen versichern möchte, zahlt 50 € Prämie im Jahr, bekommt sofort eine Gleitsichtbrille zum Nulltarif.

Mit der Brillenversicherung der HanseMercur schreibt Fielmann die Geschichte der Kassenbrille fort.

In der Branche kostet eine Gleitsichtbrille im Schnitt mehr als 500 €, bei uns gibt es einwandfreie Gleitsichtbrillen für 50 € Prämie im Jahr. Und auch für Gleitsichtbrillen bezahlen wir im Schadensfall 70 Prozent des Kaufpreises der versicherten Brille.

Kein Wunder, dass sich schon mehr als 3 Millionen Kunden für eine Brillenversicherung von Fielmann und der HanseMercur entschieden haben.

Für die Qualität unserer Brillen bürgen wir mit der Drei-Jahres-Garantie.

Und wir bieten die Zufriedenheitsgarantie. Bei Fielmann kaufen die Kunden ohne Risiko.

Für die Qualität unserer Brillen bürgen wir mit der Drei-Jahres-Garantie.

Ist ein Kunde mit einem Produkt von Fielmann nicht zufrieden, tauschen wir die Ware um oder erstatten den Kaufpreis. Jede Reklamation wird von uns anerkannt, ohne Wenn und Aber, ganz gleich aus welchem Grund.

Wir können hervorragende Qualität zu niedrigen Preisen verkaufen, weil wir mehr Brillen abgeben als Nationen: 6 Millionen im letzten Jahr.

Wir können zu garantiert niedrigen Preisen verkaufen, weil wir selbst produzieren, und weil wir in großen Mengen direkt bei den Zulieferanten bekannter Marken kaufen.

Die Einkaufspreise des Optikers werden nicht allein von den Produktionskosten bestimmt, seine Markenlieferanten setzen vielmehr auf Angemessenheitsvorstellungen.

Der Optiker zahlt für printveredelte Fassungen ein Vielfaches des Fabrikabgabepreises. Je statuärchtiger das Label, je höher der Einkaufspreis.

Fielmann kauft von den Zulieferanten der Marken. Wir lassen dort produzieren, wo die Marken produzieren lassen.

Fassungen aus unserer eigenen topmodischen Fielmann-Collection, die wir von den Zulieferanten der Marken beziehen, erhält der Kunde praktisch zum Einkaufspreis des traditionellen Optikers. Fielmann genügt die Grossistenmarge.

Für die Eigenproduktion sind unsere Niederlassungen gleichsam Factory Outlets.

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

Auch Markenfassungen, also printveredelte Ware, kaufen wir in größeren Mengen ein als Wettbewerber.

Markenbrillen gibt es bei Fielmann 10 Prozent bis 50 Prozent günstiger als beim traditionellen Durchschnittsoptiker.

Das stellen wir durch stete Marktbeobachtung sicher. Garantiert.

Unsere hochmodernen Niederlassungen sind größer als die Durchschnittsläden der Konkurrenz, befinden sich in besten Lagen, verfügen über hochwertige Ausstattung und modernste Technologie im Verkauf, Sehprüfraum und Werkstatt.

Unsere Auswahl ist groß, die Garantien sind lang, die Beratung ist kompetent.

Fielmann-Niederlassungen in der Bundesrepublik erzielen einen Durchschnittsumsatz von 1,6 Millionen €.

Die Niederlassungen in Österreich erwirtschaften einen Durchschnittsumsatz von 2,5 Millionen €, unsere Schweizer Niederlassungen erreichen einen Durchschnittsumsatz von 4 Millionen €.

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

Die Zahlen für das deutschsprachige Ausland:

In Österreich steigerten wir den Absatz um 6,4 Prozent auf 298.000 Brillen.

Der Außenumsatz stieg um 12,5 Prozent auf 54 Millionen €, der Gewinn vor Steuern um 87,8 Prozent auf 7,7 Millionen €.

Markenbrillen gibt es bei Fielmann 10 Prozent bis 50 Prozent günstiger als beim traditionellen Durchschnittsoptiker.

Grund für den Gewinnanstieg: die in 2005 und 2006 neu gegründeten 10 Niederlassungen erreichen jetzt die Gewinnzone. Deshalb rechnen wir

auch im laufenden Jahr mit steigendem Umsatz und Gewinn.

Das Ergebnis nach Steuern stieg um 46,2 Prozent auf 5,7 Millionen €, auch deshalb, weil wir die Anlaufverluste derweil verrechnet haben.

Die Zahl unserer Mitarbeiter wuchs um 4,6 Prozent auf 512.

Nach wie vor ist Deutschland unser wichtigster Markt.

Mittelfristig wollen wir in Österreich 40 Niederlassungen betreiben, derzeit gibt es 24 Fielmann-Niederlassungen in unserem Nachbarland.

Wir planen, 450.000 Brillen abzugeben, einen Umsatz von 85 Millionen € zu erzielen und einen Gewinn von 10 Millionen € auszuweisen.

Die Eckdaten für die Schweiz:

In 2007 steigerten wir den Absatz um 4,5 Prozent auf 350.000 Brillen.

Der Außenumsatz stieg um 7,4 Prozent auf 93 Millionen €, der Gewinn vor Steuern um 11,4 Prozent auf 19,5 Millionen €.

Das Nachsteuerergebnis wuchs um 10,9 Prozent auf 15,3 Millionen €.

Wir erhöhten die Zahl unserer Mitarbeiter um 12,8 Prozent auf 856.

Die mittelfristige Planung für die Schweiz:

Derzeit betreiben wir 30 Niederlassungen, mittelfristig planen wir 40 Geschäfte.

Wir wollen 400.000 Brillen absetzen, einen Umsatz von 120 Millionen € erwirtschaften und einen Gewinn von 24 Millionen € ausweisen.

Österreich und die Schweiz entwickeln sich nachhaltig positiv.

Nach wie vor ist Deutschland unser wichtigster Markt, in dem es Ende letzten Jahres 522 Niederlassungen gab.

Unser Ziel ist es, 50 Prozent Absatzmarktanteil in den regionalen Märkten zu erreichen.

Deshalb werden wir vornehmlich im Süden der Republik und im Groß-

raum Berlin weitere 150 Niederlassungen eröffnen.

Die Bundesrepublik ist unser Heimatmarkt.

Praktisch aus dem Stand erreichen wir in Mittel-Städten mit Einzugsgebieten um 60.000 bis 120.000 Einwohnern Marktanteile von 40 bis 50 Prozent.

Schon 17 Millionen tragen eine Fielmann-Brille.

Unsere Kunden sind keine Einmal-käufer: mehr als 90 Prozent bleiben uns treu. Menschen spüren, wer es ehrlich mit ihnen meint.

Mittelfristig wollen wir in Deutschland 700 Niederlassungen betreiben, 6,5 Millionen Brillen abgeben, einen Umsatz von 1,1 Milliarden € ausweisen und einen Vorsteuergewinn von 120 Millionen € erwirtschaften.

Die mittelfristige Planung im deutschsprachigen Raum:

In Deutschland, der Schweiz und Österreich wollen wir 7,4 Millionen Brillen abgeben, 1,3 Milliarden € Umsatz erwirtschaften und einen Vorsteuergewinn von 170 Millionen € erzielen.

Langfristig wollen wir in Europa 2 Milliarden € umsetzen, das bei organischem Wachstum. Jede ernst zu nehmende Kaufoption wird von uns analysiert. Die liquiden Mittel sind vorhanden. Das Unternehmen ist praktisch schuldenfrei.

Mittelfristig wollen wir in Deutschland 700 Niederlassungen betreiben, 6,5 Millionen Brillen abgeben.

Neben der Expansion bieten Potenzial vor allen Dingen Gleitsichtgläser. Fehlsichtige, die schon in jungen Jahren eine Brille tragen, benötigen im Alter eine Brille für die Ferne und die Nähe. Komfortabler sind Gleitsichtgläser. Die stufenlose Progression der Gleitsichtbrille ist für Außenstehende nicht zu erkennen. Sie unterscheidet sich für den Betrachter nicht von Ein-

stärkengläsern, die man in der Jugend trägt.

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

Ohne auch nur einen Neukunden zu werben, wird sich der Gleitsichtanteil bei Fielmann in den nächsten Jahren um mehr als 50 Prozent erhöhen.

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

Sie bleiben uns treu.

Ohne auch nur einen Neukunden zu werben, wird sich der Gleitsichtanteil bei Fielmann in den nächsten Jahren um mehr als 50 Prozent erhöhen.

Contactlinsen gewinnen in Deutschland an Bedeutung. Während in der Bundesrepublik bisher nur 5 Prozent der Bevölkerung Contactlinsen verwenden, sind es in den USA 12 Prozent, in der Schweiz 13 Prozent.

Neuentwicklungen bei weichen Contactlinsen, wie die problemlos und komfortabel zu tragenden Linsen für einen Tag sowie neue Mehrbereichslinsen versprechen zusätzliche Impulse für den deutschen Markt.

Fielmann erartet mittelfristig eine Umsatzsteigerung von 60 Prozent im Bereich Contactlinsen und Zubehör.

Sonnenbrillen bieten uns weiteres Potenzial.

Jährlich werden in Deutschland um 20 Millionen Sonnenbrillen verkauft: etwa 4 Millionen geben die Optiker ab.

Der Trend geht zu hochwertigen Brillen mit Modelabel und garantier-tem Schutz vor ultravioletten Strahlen.

Im Trend liegen große XXL-Sonnenbrillen wie mit schwarzem oder

mit weißem Rahmen, auch havanna-farben.

Häufig mit auffälligem Logo auf dem Bügel.

Dann Shades, also durchgehende Scheiben.

Im Trend liegt auch wieder die Pilotenform.

Da weniger als 45 Prozent aller Brillenträger Sonnenbrillen in ihrer Stärke besitzen, erwarten wir in diesem Bereich weiteres Wachstum. Mittelfristig rechnen wir mit mehr als 30 Prozent Umsatzsteigerung.

Von der Brillenmode hin zu den Hörgeräten. Sie werden von uns strikt von der Brillenmode getrennt.

Der Markt der Hörgeräte ist ein Wachstumsmarkt im Bereich der „Bestagers“. Pro Jahr werden in Deutschland von HNO-Ärzten und 3.900 Geschäften etwa 800.000 Geräte angepasst. Der Umsatz der Branche liegt bei 1,3 Milliarden €.

Der Hörgerätemarkt hat ähnliche Strukturen wie die augenoptische Branche vor 30 Jahren. Die Branche ist fragmentiert, die Preise sind hoch.

Allein unsere Stammkunden in den Kerneinzugsgebieten benötigen mehr als 60.000 Geräte pro Jahr.

Derzeit betreiben wir 33 Hörgerä-teabteilungen. Wir werden den Bestand zügig erweitern.

Nun die vorläufigen Konzerndaten für das erste Halbjahr 2008.

Im ersten Halbjahr haben wir 11 zusätzliche Niederlassungen eröffnet, davon 7 in Deutschland, verfügen derzeit über 607 Niederlassungen.

Der Außenumsatz stieg um etwa 7 Prozent auf 526 Millionen €.

Im ersten Halbjahr haben wir 11 zusätzliche Niederlassungen eröffnet, davon 7 in Deutschland, verfügen derzeit über 607 Niederlassungen.

Der Gewinn vor Steuern wuchs um etwa 40 Prozent auf mehr als 80 Millionen €.

Der Gewinn nach Steuern stieg um etwa 60 Prozent auf 56 Millionen €, auch dank Steuerreform, denn die Steuerbelastung sank um etwa 10 Prozent von 39,8 Prozent in 2006 auf etwa 29,8 Prozent in diesem Jahr.

Den erfreulichen Gewinnzuwachs verdanken wir zudem niedrigeren Werbekosten als im Vorjahr und dem Anstieg des hochwertigen Gleitsichtgläseranteils.

Da wir in einem höheren Prozentsatz unserer Niederlassungen mit Wartezeiten kämpfen, haben wir in den betroffenen Regionen nur verhalten geworben. Oberste Priorität für uns hat der Abbau der Wartezeiten über bessere Organisation, Umzug in größere Geschäfte und Neueröffnungen.

Im zweiten Halbjahr erwarten wir eine weiterhin positive Entwicklung. Wir werden 400 zusätzliche Arbeitsplätze schaffen.

Quartalszahlen sind Momentaufnahmen.

Wir bei Fielmann denken nicht in Quartalen, wir denken in Jahren.

Dazu die Langzeitentwicklung von Gewinn und Dividende.

Seit Börseneinführung 1994 steigerten wir den Gewinn vor Steuern um 231 Prozent, den Gewinn nach Steuern um 286 Prozent.

Und die Dividende wuchs um 289 Prozent: von 36 Cent in 1994 auf 1,40 € für 2007. Auch in schwierigen Zeiten entwickelte sich der Kurs der Fielmann-Aktie stets besser als die Aktienindizes.

Von 2000 bis heute – also in acht Jahren – stieg der Wert der Fielmann-Aktie um 238 Prozent.

Von 2000 bis heute – also in acht Jahren – stieg der Wert der Fielmann-Aktie um 238 Prozent.

In den Jahren 2001 und 2002 erlebten wir den Zusammenbruch des Neuen Marktes: der Nemax, jetzt Tecdex, verlor bis 2008 86 Prozent seines Wertes.

Der Dax liegt nach den herben Verlusten in 2001 und 2002 derzeit bei –

7 Prozent. Anleger, die 2000 investierten, haben acht Jahre lang nichts verdient.

Der SDax erwirtschaftete 41 Prozent Wertsteigerung, der MDax 104 Prozent.

Die Fielmann-Aktie steigerte ihren Wert im selben Zeitraum um 238 Prozent.

Wir haben uns immer besser entwickelt als die wichtigsten Indices, das gilt im Übrigen auch für das laufende Geschäftsjahr.

Der Wertzuwachs der Fielmann-Aktie seit Börsengang in 1994 liegt bei 415 Prozent.

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

Die Fielmann AG ist ein Familienunternehmen. Das uns anvertraute Kapital betreuen wir genau so sorgsam wie unser eigenes. Darauf können sich unsere Aktionäre verlassen. Die Fielmann-Aktie steht für solides Wachstum.

Vielen Dank.