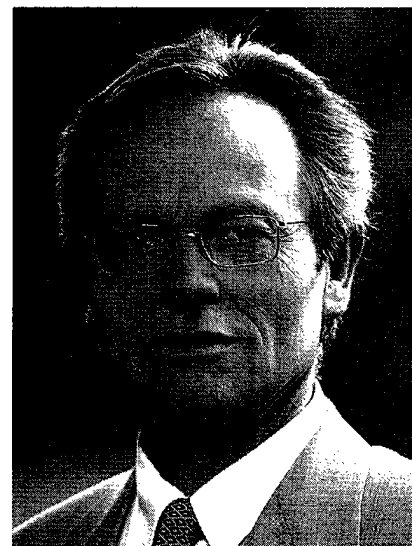


Das letzte Geschäftsjahr war einmal mehr das beste seit Gründung des Unternehmens

Günther Fielmann

Vorsitzender des Vorstands
der Fielmann AG
in der Hauptversammlung am 5. Juli 2001



Meine Damen und Herren,
ich begrüße Sie auf unserer dies-
jährigen Hauptversammlung.

Einmal mehr war das letzte Ge-
schäftsjahr das beste Geschäftsjahr
seit Gründung des Unternehmens.

Der Jahresüberschuss, also das
Nachsteuerergebnis, stieg um 17,8
Prozent auf 75,4 Millionen DM und
das Ergebnis pro Aktie auf 3,21 DM.

Ich danke den 5 Millionen Ver-
brauchern, die uns ihr Vertrauen ge-
schenkt haben.

Und ich danke unseren engagierten
Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für
das hervorragende Ergebnis.

Hier die Entwicklung der Ergeb-
nisse der letzten Jahre:

1998 erwirtschafteten wir einen
Jahresüberschuss von 59,7 Millionen
DM, damals das beste Ergebnis seit
Gründung, das Vorsteuerergebnis lag
bei 103,3 Millionen DM.

1999 betrug das Nettoergebnis 64
Millionen DM, das Vorsteuerergebnis
lag bei 122,3 Millionen DM, damals
ebenfalls bestes Ergebnis seit Grün-
dung des Unternehmens.

Im Jahr 2000 erreichten wir ein
Nettoergebnis von 75,4 Millionen
DM und ein Vorsteuerergebnis von
130,2 Millionen DM, wiederum das
beste Ergebnis seit Gründung des Un-
ternehmens.

**Der Jahresüberschuss
stieg um 17,8 Prozent
auf 75,4 Millionen DM
und das Ergebnis pro
Aktie auf 3,21 DM.**

Und wir sind sicher, dass wir auch
im laufenden Geschäftsjahr Jahres-
überschuss und Vorsteuerergebnis
zweistellig steigern werden.

Diese Gewinne erreichen wir seit
Jahren in einem schwierigen Umfeld.

Das zeigt der Einzelhandelsindex.

Seit 1990 verlor der deutsche Ein-
zelhandel preisbereinigt 17 Index-
punkte. Das ist ein Umsatzrückgang
von mehr als 100 Milliarden DM.

Im laufenden Geschäftsjahr hat der
deutsche Einzelhandel – nach leichter
Belebung 1999 und 2000 – schon

wieder 1,4 Prozent Umsatz gegenüber
dem Vorjahr eingebüßt.

Die Absatzentwicklung der opti-
schen Branche seit 1995:

In den letzten fünf Jahren hat die
übrige Branche ein Viertel ihrer
Stückzahlen verloren, liegt also bei
75 Indexpunkten.

Der Absatz der deutschen Augen-
optik sank von 12,4 Millionen in
1995 auf 10,8 Millionen Brillen im
Jahr 2000. Eine dramatische Entwick-
lung, die vor allem auf die Gesund-
heitsreform 1997 zurückzuführen ist:
Damals sank der Absatz der übrigen
Branche um 24 Indexpunkte auf 76
Punkte. Bis heute hat sich die Augen-
optik davon nicht erholt.

Die Gründe für diesen einschnei-
denden Rücklauf:

1997 wurde die Leistung für die
Kassenfassung gestrichen. Die ge-
setzlichen Versicherungen zahlen nur
noch für die Gläser.

Hinzu kam die Budgetierung der
Augenärzte, die ob dieser Reglemen-
tierung per Punktesystem in aller Re-
gel wenig Interesse haben, am Ende

der Quartale Augenprüfungen durchzuführen. Leistungen, die über das Budget hinausgehen, werden von den Krankenkassen minimal vergütet.

Kein Wunder also, dass heute etwa 40 Prozent aller Augenprüfungen von Augenoptikern durchgeführt werden, 60 Prozent von den Augenärzten.

Die Entwicklung des Fielmann-Absatzes:

Im Gegensatz zur übrigen Branche hat Fielmann seinen Brillenabsatz im Vergleichszeitraum auf 110 Indexpunkte gesteigert. Wir liegen damit 35 Punkte besser als die übrige Branche.

Die Umsatzentwicklung der übrigen Branche:

Seit 1995 verlor die Branche 6 Indexpunkte.

Im selben Zeitraum steigerte Fielmann seinen Umsatz auf 133 Indexpunkte. Wir liegen damit 39 Prozentpunkte besser als die Branche.

Seit 1995 steigerte Fielmann seinen Umsatz auf 133 Indexpunkte. Wir liegen damit 39 Prozentpunkte besser als die Branche.

Wesentliche Umsatzsprünge verzeichnete die Augenoptik nur im Umfeld der Strukturreformen 1989 und 1997. Die Umsätze brachen jeweils zweistellig ein.

Die Branche hat bis heute den Umsatz von 1996, dem Jahr vor der letzten Strukturreform, nicht wieder erreicht.

Wir haben uns in den letzten 16 Jahren immer deutlich besser entwickelt als die Branche. Seit Gründung haben wir auch in schwierigen Jahren Sonderkonjunktur, denn bei uns gibt es Brillenmode zum garantiert günstigen Preis.

Unsere Absatzentwicklung:

1998 verkauften wir 4,3 Millionen Brillen, 1999 waren es 4,7 Millionen und im Jahr 2000 dann 4,9 Millionen: im laufenden Geschäftsjahr erwarten wir mehr als 5 Millionen Brillen.

Der Umsatz:

In 1998 erwirtschafteten wir 1,1 Milliarden DM Außenumsatz, 1999 waren es 1,3 Milliarden DM, im Berichtsjahr 1,4 Milliarden DM.

Im laufenden Geschäftsjahr erwarten wir eine Umsatzsteigerung auf 1,5 Milliarden DM.

Der Cash-flow:

1998 erwirtschafteten wir 119,3 Millionen DM, 1999 waren es 124,9 Millionen DM, im Berichtsjahr 147 Millionen DM.

Für das laufende Geschäftsjahr erwarten wir mehr als 160 Millionen DM.

**Unsere Absatzentwicklung:
1998 verkauften wir
4,3 Millionen Brillen,
1999 waren es 4,7 Millionen
und im Jahr 2000
4,9 Millionen: im
laufenden Geschäftsjahr
erwarten wir mehr als
5 Millionen Brillen.**

Ein Hinweis: Unsere Eigenkapitalquote liegt derzeit bei 54,3 Prozent: Dies sind 393 Millionen DM.

Die Expansion finanzieren wir weitgehend aus eigenen Mitteln, und der Spielraum für Akquisitionen ist vorhanden.

Unsere Marktanteile in Deutschland:

Die Geschäfte:

Wir halten 5 Prozent des nationalen Geschäftsbestandes. Von insgesamt 9.600 Optikgeschäften in Deutschland betrieben wir am Ende des Berichtsjahres 440.

Wir erwirtschafteten einen Umsatzmarktanteil von 21 Prozent, das mit einem Umsatz von 1,2 Milliarden DM. Die Branche gesamt setzte 5,8 Milliarden DM um.

Die Stückzahlen:

Wir halten einen Absatzmarktanteil von 41 Prozent. Fielmann verkaufte 4,4 Millionen Brillen in Deutschland, die Branche 10,8 Millionen Brillen.

Würden wir zu ähnlichen Preisen anbieten wie die Branche, müssten sich Umsatzmarktanteil und Stückzahlmarktanteil decken.

Tatsache: Unsere Durchschnittsbrille kostet etwa 50 Prozent weniger als die Durchschnittsbrille der Branche.

In einem von Kursverlusten geprägten Umfeld legte die Fielmann-Aktie im Berichtsjahr um mehr als 50 Prozent zu.

Nach den schmerzhaften Folgen der Internet-Euphorie besinnen sich die Anleger wieder auf solide Wachstumswerte.

In einem von Kursverlusten geprägten Umfeld legte die Fielmann-Aktie im Berichtsjahr um mehr als 50 Prozent zu.

Das Börsenumfeld:

Der Dax musste im letzten Jahr einen Kursverlust von 5 Prozent hinnehmen.

Der Kurs des Nemax 50 lag am Jahresende 70 Prozent unter dem März-Hoch, verlor von Januar bis Dezember 41 Prozent.

Der Kursverlauf der Fielmann-Aktie: Im letzten Jahr verzeichnete unsere Aktie einen Kursgewinn von 53 Prozent.

Die Marktkapitalisierung unserer 21 Millionen Stammaktien betrug zum Jahresende 1,8 Milliarden DM.

Anfang des Berichtsjahres verfügten wir über 432 Niederlassungen in Deutschland. Wir haben 10 neue Niederlassungen eröffnet, überwiegend in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Bayern.

Mit 440 Niederlassungen erwirtschafteten wir im letzten Jahr einen Deutschland-Umsatz von 1,2 Milliarden DM.

Mittelfristig wollen wir 30 weitere Niederlassungen eröffnen. Wir erwarten für 470 Niederlassungen einen Deutschland-Umsatz von 1,6 Milliarden DM.

Mit 5 Prozent der Geschäfte planen wir einen Umsatzmarktanteil von 25 Prozent und einen Absatzmarktanteil von 49 Prozent.

Die Umsatzrendite planen wir zweistellig.

Die Schweiz:

Anfang des Berichtsjahres verfügten wir in der Schweiz über 14 Niederlassungen. Wir haben fünf neue Betriebe eröffnet.

Vier Geschäfte entstanden in der deutschsprachigen Schweiz, eine Niederlassung in Lausanne, also in der Westschweiz.

Mit 19 Niederlassungen erwirtschafteten wir im Alpenland einen Umsatz von 100 Millionen DM.

Mit 19 Niederlassungen erwirtschafteten wir im Alpenland einen Umsatz von 100 Millionen DM. Derzeit sind wir zweitgrößter Augenoptiker der Schweiz.

Mittelfristig planen wir die Eröffnung von weiteren acht Niederlassungen.

Mit dann 27 Niederlassungen erwarten wir einen Schweiz-Umsatz von 125 Millionen DM.

Mittelfristig wollen wir mit 3 Prozent der Schweizer Geschäfte einen Umsatzmarktanteil von 14 Prozent erreichen und einen Absatzmarktanteil von 24 Prozent, das wären um 330.000 Brillen.

Wir erwarten eine zweistellige Umsatzrendite.

Das Europa-Flaggschiff Zürich/Bahnhofstraße erwirtschaftet derzeit einen Umsatz von mehr als 25 Millionen DM, den dreißigfachen Umsatz eines traditionellen Durchschnittsoptikers.

Österreich:

Anfang des Berichtsjahres verfügten wir in Österreich über sieben Niederlassungen, hinzu kamen drei weitere Geschäfte: das Supercenter Wien

in der Mariahilferstraße, außerdem Niederlassungen in Innsbruck und Krems.

Mit 10 Geschäften haben wir im letzten Jahr 39 Millionen DM umgesetzt.

Mittelfristig wollen wir 15 weitere Betriebe eröffnen, planen also 25 Niederlassungen in der Donarepublik.

Wir wollen mit 2 Prozent aller österreichischen Geschäfte einen Umsatzmarktanteil von 18 Prozent erreichen. Der Absatzmarktanteil soll bei 28 Prozent liegen, dies wären etwa 350.000 Brillen.

Wir wollen mit 2 Prozent aller österreichischen Geschäfte einen Umsatzmarktanteil von 18 Prozent erreichen.

Die Umsatzrendite soll zweistellig sein.

Das Supercenter Wien ist das zweite von 25 geplanten Europa-Flaggschiffen in den Metropolen der Gemeinschaft. Mittelfristig wollen wir mit diesen Großenheiten 140 Millionen DM umsetzen.

Die Niederlande:

Über den Erwerb der Ketten Holland Optiek mit fünf Niederlassungen im Raum Enschede und Groeneveld Optiek mit ebenfalls fünf Niederlassungen im Raum Rotterdam haben wir die Basis für eine rasche Expansion im niederländischen Markt geschaffen.

Im Berichtsjahr setzten wir mit diesen 10 Geschäften 12 Millionen DM um.

Supercenter planen wir in Amsterdam, Rotterdam und Den Haag, weitere 25 Niederlassungen in Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern.

In diesem Jahr eröffnen wir das erste Geschäft in Enschede.

Insgesamt wollen wir in den Niederlanden 50 Niederlassungen betreiben.

Mittelfristig planen wir mit 2 Prozent der Geschäfte einen Umsatz-

marktanteil von 13 Prozent, also um 200 Millionen DM Umsatz, einen Stückzahlmarktanteil von 25 Prozent, das wären um 400.000 Brillen.

Die Auslandsexpansion auf einen Blick:

Die wohlhabende Schweiz mit ihren 7 Millionen Einwohnern repräsentiert für uns etwa 10 Prozent des derzeitigen Deutschland-Umsatzes. Wir erwarten 125 Millionen DM Jahresumsatz.

Österreich mit seinen 8 Millionen Einwohnern birgt für uns etwa 9 Prozent des Deutschland-Potenzials. Wir erwarten mittelfristig 110 Millionen DM Umsatz.

Die Niederlande mit 16 Millionen Einwohnern repräsentieren für uns etwa 17 Prozent des Deutschland-Umsatzes, also 200 Millionen DM.

In den drei angrenzenden Ländern Schweiz, Österreich und Niederlande erwarten wir mittelfristig einen Umsatz von 400 Millionen DM.

Die Grundsätze, die unsere Marktführerschaft in Deutschland begründen, vertreten wir mit Konsequenz auch jenseits der Grenzen.

Gemeinsam mit den 1,6 Milliarden DM Deutschland-Umsatz wären dies mittelfristig 2 Milliarden DM Europa-Umsatz.

Das Nachsteuer-Ergebnis sehen wir deutlich über 100 Millionen DM.

Warum sind wir so sicher, diese Ziele zu erreichen?

Die Grundsätze, die unsere Marktführerschaft in Deutschland begründen, vertreten wir mit Konsequenz auch jenseits der Grenzen.

Wir stellen dabei fest, dass wir uns im angrenzenden Ausland noch stärker von der Konkurrenz abheben als in der Bundesrepublik. Dies gilt für Lage und Größe der Geschäfte, deren Ausstattung, Technik und vor allem den Preis.

Marktanalysen bestätigen, dass die Fielmann-Einstiegspreislage für Brillen gravierend unter den Einstiegspreislagen konkurrierender Discounter in Europa liegt. In Spanien um 30 Prozent, in anderen Ländern bis zu 70 Prozent.

Da wir das Filialnetz im angrenzenden Europa nicht so eng knüpfen wie in Deutschland, erreichen wir pro Geschäft auch höhere Durchschnittsumsätze:

Während der Durchschnittsumsatz einer deutschen Fielmann-Niederlassung bei 2,8 Millionen DM liegt, erreichen wir in Österreich einen Durchschnittsumsatz von 4,7 Millionen DM, also den knapp achtfachen Umsatz eines traditionellen Optikers.

In der Schweiz sind es 6 Millionen DM, der zehnfache Umsatz eines traditionellen Optikers.

„Der Kunde bist Du“, das ist unser Leitsatz. Nicht schneller Gewinn, sondern Kundenzufriedenheit ist unser oberstes Ziel.

Zugunsten langfristigen Geschäftserfolges verzichtet Fielmann auf kurzfristige Gewinnmaximierung.

Zugunsten langfristigen Geschäftserfolges verzichtet Fielmann auf kurzfristige Gewinnmaximierung.

Fielmann arbeitet auf allen Ebenen der Augenoptik. Fielmann ist Produzent, Agent und Augenoptiker. Wir sind tief in der Branche verwurzelt.

Wir produzieren hochwertige Fassungen in Rathenow und Frankreich, mit Partnern in Italien und im Joint-Venture in Fernost, Fielmann betreibt eine der großen Flächenschleifereien in Deutschland.

Fielmann liefert direkt und ohne Umwege aus seiner Produktion in die eigenen Niederlassungen hinein. Fielmann überspringt eine Handelsstufe, schaltet den Grossisten aus.

Unsere Niederlassungen sind im Bereich der eigenen Collection gleichsam Factory-Outlets.

Eigenproduktionen von Fielmann kauft der Kunde praktisch zum Einkaufspreis des Augenoptikers. Unsere Preise liegen in diesem Bereich etwa 70 Prozent unter dem Niveau gelabelter Ware, Markenfassungen bieten wir bis zu 50 Prozent günstiger an als der Wettbewerb.

Unsere Produktion beliefert bekannte Namen, und wir kaufen bei denselben Herstellern ein, die für Publikumsmarken und Couturelinien fertigen.

Unsere Niederlassungen sind im Bereich der eigenen Collection gleichsam Factory-Outlets.

Fielmann ist so etwas wie die Quadratur des Kreises gelungen. Unsere modernen und großzügigen Niederlassungen liegen in besten Citylagen neben den Geschäften der Marktführer anderer Branchen.

Wir offerieren unseren Kunden eine Riesenauswahl hochmodischer Fassungen in geprüfter Qualität, wie bieten lange Garantien und einen garantiert niedrigen Preis.

Aus unserem Grundverständnis des Marktes heraus ist eine neue Generation des augenoptischen Fachgeschäftes gewachsen: modern, innovativ, preiswürdig.

Eine Basis, die uns auf vielen Feldern Wachstumschancen eröffnet.

Die besondere Qualifikation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist entscheidender Erfolgsfaktor.

Fielmann ist größter Arbeitgeber der Branche. Im Berichtsjahr beschäftigten wir 9150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon allein 1.480 Auszubildende.

Pro Jahr haben wir tausend neue Arbeitsplätze geschaffen.

Mit 5 Prozent aller augenoptischen Betriebe bilden wir 23 Prozent aller Lehrlinge in Deutschland aus.

Fielmann ist ein Ausbilder, der seine Lehrlinge nicht nur in das Augenoptikerhandwerk einführt, sondern auch eigene Fassungsproduktionen,

eigene Galvanik, Farbbeschichtung und die eigene Oberflächenschleiferei in den firmeninternen Lehrplan einbeziehen kann.

Wer bei Fielmann lernt, ist auf allen Ebenen der Augenoptik zu Hause: im Handwerk und in der Industrie.

Unsere Ausbildung ist gut. Das beweisen bundesweite Auszeichnungen.

Mit 5 Prozent aller Optikgeschäfte stellte Fielmann im Jahr 2000 alle Bundessieger im praktischen Leistungswettbewerb der deutschen Handwerksjugend.

Wer bei Fielmann lernt, ist auf allen Ebenen der Augenoptik zu Hause: im Handwerk und in der Industrie.

Wir stellten 86 Prozent aller Landessieger und 53 Prozent aller Kammer Sieger.

Insgesamt 41 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ganz hervorragendem Abschluss. Ihnen allen herzlichen Glückwunsch.

Ausbildung, Weiterbildung und fachliche Qualifikation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind für uns Quelle zukünftigen Erfolges.

Auf Schloss Plön in Schleswig-Holstein entsteht ein neues Schulungszentrum für die deutsche Augenoptik: die gemeinnützige Fielmann-Akademie.

Schloss Plön ist der bedeutendste Residenzneubau während des Dreißigjährigen Krieges, ein herausragendes Beispiel der Architektur zwischen Renaissance und Barock.

Nach sorgfältiger Rekonstruktion des Schlosses werden ab 2003 jährlich mehr als 6.000 Augenoptikerinnen und Augenoptiker geschult.

Zur Fielmann Akademie gehören Lehrwerkstätten für Auszubildende, Seminarräume für die persönliche und fachliche Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Auch externe Augenoptiker nehmen an Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen teil.

Die Fielmann Akademie wird augenoptische Meisterkurse anbieten.

Das Schloss bietet zudem einen idealen Rahmen für Innungsver-sammlungen, Freisprechungen und andere gesellschaftliche Veranstaltungen.

Wir investieren in dieses Kulturdenkmal 40 Millionen DM. Die Landesregierung Schleswig-Holstein unterstützt die Maßnahme mit 20 Millionen DM.

Im weißen Schloss hoch über dem Plöner See bilden wir den Nachwuchs für Europa aus.

Auch in Rathenow investieren wir in unsere Zukunft: mehr als 60 Millionen DM in den Neubau eines Produktions- und Logistikzentrums.

Im weißen Schloss hoch über dem Plöner See bilden wir den Nachwuchs für Europa aus.

Hier konzentrieren wir Fassungs-fertigung, Flächenschleiferei, zentrale Einschleifwerkstatt und Lager.

Unsere Niederlassungen werden mit dem Logistikzentrum online verbunden. So können wir die Lieferzeiten weiter verkürzen, das zum Vorteil unserer Kunden.

Mit der eigenen Produktion sichern wir die Warenflusskontrolle von der Prüfung des Rohmaterials, über die Herstellung der Fassungen und Gläser, die Eingangskontrolle im zentralen Lager bis zum Zusammenfügen der Brillen aus Fassung und zwei Gläsern in der zentralen Einschleifwerkstatt.

Neben den qualitativen Vorteilen gibt es rechenbare Synergieeffekte: das neue Produktions- und Logistikzentrum wird jährlich siebenstellige Summen zum Betriebsergebnis beisteuern.

Bevor ich abschließend auf unsere Expansionspotenziale eingehe, einige Hinweise zu Umsatz- und Gewinnpotenzial im Bestand.

Contactlinsen haben in der Bundesrepublik noch erhebliches Poten-

zial. Nicht mehr als 3,5 Prozent der deutschen Bevölkerung tragen Contactlinsen, in der Schweiz sind es 6 Prozent, in den USA 10 Prozent.

Der Contactlinsen-Markt ist ein Wachstumsmarkt.

Seit Jahren legen wir im Contactlinsen-Bereich zweistellig zu. Von 1995 bis heute waren dies 184 Indexpunkte.

Mittelfristig erwarten wir in dieser Sparte einen Zusatzgewinn von 10 Millionen DM.

Erhebliches Wachstum erwarten wir im Multifokal-Bereich.

Der Gleitsichtbrillen-Anteil steigt für uns kontinuierlich, weil die Kunden uns auch im Alter treu bleiben.

Fehlsichtige, die schon in jungen Jahren eine Brille tragen müssen, sind im reiferen Alter auf Fern- und Nahbrillen angewiesen. Sie benötigen Mehrstärkengläser, die das lästige Auf- und Absetzen ersparen.

Heute bietet die Augenoptik Gleitsichtgläser, deren stufenlose Progression nicht zu erkennen ist. Gleitsichtgläser sind aufgrund ihrer komplizierten Oberflächengeometrie im Durchschnitt viermal teurer als Einstärkengläser.

Fielmann-Kunden sind deutlich jünger als die Durchschnittskunden der Branche. Der Gleitsichtbrillen-Anteil steigt für uns kontinuierlich, weil die Kunden uns auch im Alter treu bleiben.

Deshalb wird der Gleitsichtbrillen-Anteil bei Fielmann in den nächsten fünf Jahren selbst ohne einen Neukunden um mehr als 50 Prozent steigen.

Seit 1995 wuchs unser Gleitsichtgläser-Anteil um 104 Punkte.

Das Gewinnpotenzial liegt in dieser Sparte bei zusätzlichen 30 Millionen DM.

Der Sonnenbrillen-Markt bietet noch Potenzial.

Die Diskussion über das Ozonloch und die schädlichen UV-Strahlen verstärkt die Nachfrage nach hochwertigen Sonnenbrillen. Diese Qualität sucht der Verbraucher in erster Linie beim Augenoptiker.

Zudem besitzen nur 45 Prozent aller Brillenträger Sonnenbrillen in ihrer Korrektivstärke.

Aus dem Trend zu hochwertigen Sonnenbrillen leitet Fielmann für das eigene Unternehmen erhebliche Marktchancen ab.

Seit 1995 stieg unser Sonnenbrillen-Umsatz um mehr als 60 Indexpunkte.

Das Gewinnpotenzial für diese Sparte liegt bei zusätzlichen 10 Millionen DM.

Unser mittelfristiges Expansionspotenzial Europa:

In Deutschland werden wir 1,6 Milliarden DM umsetzen, in der Schweiz sollen es 125 Millionen DM werden, in Österreich 110 Millionen DM, in den Niederlanden 200 Millionen DM.

In der Summe sind dies langfristig 3 Milliarden DM Europa-Umsatz für die Fielmann-Gruppe.

Mittelfristig ergibt dies einen Umsatz von 2 Milliarden DM.

Langfristig kommen hinzu 350 Millionen DM in Frankreich, 200 Millionen DM in Spanien, 350 Millionen DM in Großbritannien.

Für die übrigen Expansionsländer planen wir zunächst 100 Millionen DM.

In der Summe sind dies langfristig 3 Milliarden DM Europa-Umsatz für die Fielmann-Gruppe.

Auch in diesem Jahr werden wir wachsen.

120 Millionen DM investieren wir in die Eröffnung von 15 Niederlassungen, das Logistikzentrum und die Fielmann Akademie.

Bei einem Eigenkapital von 393 Millionen DM ist der nötige Spiel-

raum für strategische Akquisitionen vorhanden.

Wir akquirieren umsichtig. Die Hoffnung auf Aktienoptionen oder Zusatzantiemen ist nicht Triebfeder unseres Handelns, denn der Vorstandsvorsitzende ist Mehrheitsaktionär und Gründer des Unternehmens. Zudem sind mehr als 70 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Fielmann AG beteiligt.

Akquisitionen müssen sich rechnen.

Das uns anvertraute Kapital betreiben wir genauso sorgsam wie unser

eigenes. Darauf können sich unsere Aktionäre verlassen.

**Einmal mehr
erwarten wir die größten
Stückzahlen, den höchsten
Umsatz und den besten
Jahresüberschuss seit
Gründung des
Unternehmens.**

Im laufenden Geschäftsjahr wollen wir mehr als 5 Millionen Brillen ver-

kaufen, einen Umsatz von 1,5 Milliarden DM erzielen und ein zweistelliges Ergebniswachstum ausweisen.

Nach Abschluss der ersten fünf Monate dieses Jahres gehen wir von einer anhaltend positiven Unternehmensentwicklung aus.

Auch im Jahr 2001 werden wir unsere Vorrangstellung weiter festigen und ausbauen.

Einmal mehr erwarten wir die größten Stückzahlen, den höchsten Umsatz und den besten Jahresüberschuss seit Gründung des Unternehmens.

Ich danke Ihnen.