
Einmal mehr war das letzte Geschäftsjahr das beste Geschäftsjahr seit Gründung des Unternehmens

Günther Fielmann

Vorsitzender des Vorstands
der Fielmann AG
in der Hauptversammlung am 10. Juli 2003



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 stieg um
14,8 Prozent auf 45 Millionen €, das
Ergebnis pro Aktie um 28,3 Prozent
auf 2,22 €.

Dies Ergebnis erwirtschafteten wir
in einem denkbar schwierigen Um-
feld.

Ich danke unseren Kunden für das
Vertrauen, das sie uns geschenkt ha-
ben: mehr als 14 Millionen tragen
eine Fielmann-Brille.

Und ich danke unseren engagierten
Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für
ihre erfolgreiche Arbeit.

Einige Worte zur Branche.

Der Brillenumsatz in Deutschland
seit 1983:

Bis 1988 stieg der Umsatz kontinu-
ierlich, brach dann 1989 um 31,3 Pro-
zent ein: im Rahmen einer Struktur-
reform halbierten die Krankenkassen
ihre Zahlungen für die Brillenfassung.

Die Branche hat den Umsatz des
Geschäftsjahres 1988 nicht wieder er-
reicht.

Mehr als 14 Millionen tragen eine Fielmann-Brille.

Von 1990 bis 1996 stieg der Bran-
chenumsatz kumuliert um 20 Prozent,
lag damit immer noch 10 Prozent un-
ter dem Umsatz 1988.

1997 war für die Optikerbranche
ein weiteres Rezessionsjahr: ein Bei-
tragsentlastungsgesetz strich die Zah-
lungen für die Kassenfassung. Der
Umsatz brach um 15 Prozent ein.

Von diesem Schlag hat sich die
Branche bis heute nicht erholt: im
letzten Jahr lag der Branchenumsatz
immer noch 1 Prozent unter 1996 und
21 Prozent unter dem Umsatz von
1988.

Der Brillenumsatz der Fielmann
AG: Fielmann hat sich stets weit bes-
ser entwickelt als die Branche. Das ist
der Gesamtheit aller Optiker natürlich

zugute gekommen. Unter diesem
Aspekt muss man die miserablen Da-
ten der Augenoptik betrachten: für die
übrige Branche verlief die wirtschaft-
liche Entwicklung erheblich schlech-
ter.

Von 1983 bis 1988, dem Jahr vor
der ersten Strukturreform im Gesund-
heitswesen, haben wir unseren Um-
satz um 161 Prozent verbessert.

Von 1988 bis 1996, in den Jahren
zwischen den beiden Gesundheitsre-
formen, lag die Steigerung bei 126
Prozent.

Einige Worte zu den Auswirkun-
gen der Strukturreformen und zur
Wiedervereinigung:

1989 fiel die Mauer und Fielmann
schloss einen Sondervertrag mit der
Krankenkasse der DDR. Die Bürger
aus Ostdeutschland bekamen bei uns
Brillen-Chic zum Nulltarif auf DDR-
Rezept. In unseren grenznahen Nie-
derlassungen drängten sich die Kun-
den. Augenprüfungen führten wir zu-
sätzlich in Treppenhäusern, Wohnun-
gen und Garagen durch, wir arbeite-
ten Tag und Nacht.

Mit der Folge, dass wir im Krisenjahr der deutschen Augenoptik 34,7 Prozent besser da standen als die Branche.

Für die Marke Fielmann mussten wir kaum werben. Die Bürger der DDR kannten Fielmann aus dem Fernsehen. Dafür hatte vor allen Dingen der Julia-Spot gesorgt.

Für die Marke Fielmann mussten wir 1989 kaum werben. Die Bürger der DDR kannten Fielmann aus dem Fernsehen.

Die Jahre nach der Wiedervereinigung waren für uns geprägt durch die rasche Ost-Expansion. In aller Regel lagen wir zweistellig besser als die übrige Branche.

1997 kämpfte die Augenoptik mit der zweiten Strukturreform: die Krankenkassen hatten ihre Zahlungen für die Brillenfassung gestrichen, erstatteten nur noch die Aufwendungen für einfache Brillengläser.

Die Branche verzeichnete 1997 einen Rücklauf von 15 Prozent. Auch wir mussten Umsatzeinbußen hinnehmen, lagen immerhin noch 6 Prozent besser als die Branche.

Wir lieferten auch weiterhin Brillen-Chic zum Nulltarif, konnten allerdings damit nicht werben, weil das deutsche Wettbewerbsrecht die kostenlos gelieferte Fassung als Zugabe ansah.

Wir führten die para-industriell hergestellte Komplettpreisbrille zum Nulltarif ein. Sie wurde zentral verglast.

Unsere Antwort auf diese Werbeeinschränkung war der Detektiv-Spot.

Seit 1998 stand für uns die Werbung mit der Geld-zurück-Garantie im Mittelpunkt. Bei uns kauft der Verbraucher immer günstig, das mit Garantie.

Auch nach 1997 lagen unsere Zuwachsraten immer deutlich über den Zuwachsraten der Branche, zudem erwirtschafteten wir seit 1999 regelmäßig

das beste Ergebnis seit Gründung des Unternehmens.

Derweil sind wir die bekannteste Optikmarke der Bundesrepublik: gestützt ist die Marke Fielmann 98 Prozent aller Bürger bekannt, ungestützt liegt der Bekanntheitsgrad bei 60 Prozent.

Zudem ist die Marke Fielmann mit Kriterien wie Modernität, Zukunftsorientierung, sozialem Engagement, großer Auswahl und günstigen Preisen besetzt.

In einer Wickert-Studie bescheinigen 80 Prozent der Befragten, dass ihnen Fielmann sympathisch ist.

91 Prozent unserer Kunden wollen wieder bei uns kaufen, 92 Prozent empfehlen uns weiter.

Fielmann ist die bekannteste Optikmarke.

Alles fließt. Die Harmonisierung der Rechtsprechung in der Europäischen Union erlaubt es uns seit kurzem, wieder mit einer originären Fielmann-Leistung zu werben:

Mit dem Brillen-Chic zum Nulltarif.

Bei uns bekommt der Verbraucher topmodische Brillen in hervorragender Qualität einfach auf Rezept. Mit drei Jahren Garantie. Unter anderem gibt es bei Fielmann Edelstahlmodelle, die anderswo in ähnlicher Ausführung weit über 60,00 € kosten.

Kein Wunder also, dass wir uns über zweistellige Zuwachsraten freuen, während die Branche Rückläufe im Absatz und Umsatz hinnehmen muss.

Wir haben im laufenden Geschäftsjahr bis Mai einen Umsatzzuwachs von 11 Prozent erwirtschaftet, sind sicher, die Planung zu übertreffen, wollen einmal mehr das beste Ergebnis seit Gründung des Unternehmens erwirtschaften.

Der Rücklauf der übrigen Branche lag in den ersten vier Monaten des laufenden Geschäftsjahres bei 5 Prozent.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter draußen in den Niederlassungen zeigen bewundernswerten Einsatz, bewältigen Stückzahlzuwächse teilweise von mehr als 25 Prozent.

Vor dem Hintergrund der allgemeinen Rezession eine großartige Leistung!

Im europäischen Ausland ist der Kundenandrang noch höher als in Deutschland.

Im europäischen Ausland ist der Kundenandrang noch höher als in Deutschland.

Die Menschen scheuen selbst lange Anfahrtswege nicht, werden häufig in Gruppen beraten.

Unsere Preise liegen im angrenzenden Ausland im Schnitt 30 Prozent bis 70 Prozent unter den Preisen auch aggressiver Discounter.

Hinzu kommt noch, dass unsere Geschäfte aufwendiger gestaltet sind, über neueste Technologie verfügen und die Auswahl bei Fielmann weit größer ist als bei der durchschnittlichen Konkurrenz. Wir treten als deutsches Unternehmen auf, mit deutscher Gründlichkeit, deutscher Präzision und deutscher Fachkompetenz.

Dies Angebot wird vom Publikum freudig angenommen.

Zurück nach Deutschland:

Die Entwicklung des Brillenabsatzes der übrigen Branche seit 1995.

Den größten Einbruch verzeichnete die übrige Branche in 1997, dem Jahr der letzten Strukturreform.

Bezogen auf 1995 sank der Absatz bis Ende letzten Jahres um 34 Prozent auf 66 Indexpunkte.

Fielmann hat seinen Absatz im selben Zeitraum um 12 Prozent gesteigert, liegt damit 46 Indexpunkte besser als die Branche.

Die aktuellen Zahlen:

In den ersten vier Monaten des laufenden Geschäftsjahres verlor die übrige Branche nochmals 3 Indexpunkte, während Fielmann in den ers-

ten fünf Monaten 13 Indexpunkte zu- legte, jetzt also im Vergleichszeitraum 62 Indexpunkte besser da steht als die übrige Branche.

Wir sind zuversichtlich, bis Jahres- ende zweistellige Zuwachsraten zu erwirtschaften, das bei Absatz, Um- satz und Vorsteuerergebnis. Wir lie- gen damit deutlich über Plan.

Im Geschäftsjahr 2002 haben wir 10 neue Niederlassungen eröffnet:

In Deutschland waren es sechs Niederlassungen, in den Niederlanden zwei.

Hinzu kamen je eine Niederlassung in Polen und Österreich.

Mit 506 Niederlassungen in Europa und 9.900 Mitarbeitern erwirtschafteten wir einen Außenumsatz von 807 Millionen €.

Mit 506 Niederlassungen in Eu- ropa und 9.900 Mitarbeitern erwirt- schafteten wir einen Außenumsatz von 807 Millionen €.

Unsere Eigenkapitalquote stieg um 13,3 Prozent auf 61,5 Prozent, absolut auf 233,5 Millionen €.

Die Liquidität ist kurzfristig ange- legt. Wir können auch größere Über- nahmen unproblematisch schultern.

Der Jahresüberschuss stieg um 14,8 Prozent auf 45 Millionen €.

Die Dividende um 16,8 Prozent auf 1,25 €.

Das Ergebnis pro Aktie erhöhte sich um 28,3 Prozent auf 2,22 €.

Unsere Marktanteile in Deutsch- land.

Die Geschäfte.

Wir halten 5 Prozent des nationa- len Geschäftsbestandes. Von insge- samt 9.800 deutschen Optikgeschäf- ten führten wir bis Ende des Berichts- jahres 450.

Der Umsatz.

Wir erwirtschafteten einen Brillen- umsatz-Marktanteil von 22 Prozent, das waren 693 Millionen €. Die

Branche gesamt wies einen Brillen- umsatz von 3,2 Milliarden aus.

Der Jahresüberschuss stieg um 14,8 Prozent auf 45 Millionen €. Die Dividende um 16,8 Prozent auf 1,25 €.

Branchenfremde Umsätze, die aus dem Verkauf von Hörgeräten, Han- delsware, Foto, Uhren oder Schmuck resultieren, sind im Brillenumsatz nicht enthalten. Rechnet man diese Umsätze dem Brillenumsatz hinzu, steigt der Branchenumsatz auf 3,9 Milliarden €, unser Marktanteil sinkt auf 17,5 Prozent.

Die Stückzahlen.

Wir halten einen Absatzmarktanteil von 43 Prozent. Fielmann verkauft in Deutschland 4,4 Millionen Brillen, die Branche gesamt 10,1 Millionen.

Ein Beweis für unsere Preiswür- digkeit. Würden wir zu ähnlichen Preisen anbieten wie die übrige Bran- che, müssten sich Umsatzmarktanteil und Stückzahlmarktanteil decken.

Bei rückläufiger Konjunktur haben wir unsere Marktanteile ausgeweitet.

In wirtschaftlich schwierigen Zei- ten kauft der Verbraucher bei Unter- nehmen, die ihm hohe Qualität zum günstigen Preis garantieren: In der Augenoptik ist das Fielmann.

Im rezessiven Umfeld verzeichnen wir Sonderkonjunktur.

Die Eckdaten für Deutschland.

Ende des letzten Jahres verfügten wir über 450 Niederlassungen.

In der Bundesrepublik haben wir 4,4 Millionen Brillen verkauft.

Der Deutschlandumsatz lag bei 693 Millionen €.

Erwirtschaftet wurde dies Ergebnis von 8.800 Mitarbeiterinnen und Mit- arbeitern.

Unsere mittelfristige Planung.

In der Bundesrepublik planen wir 470 Niederlassungen, wollen also 20 zusätzliche Geschäfte eröffnen.

Wir planen, 5 Millionen Brillen ab- zusetzen, erwarten einen Deutsch- landumsatz von 820 Millionen €.

Mittelfristig wollen wir mit 5 Pro- zent aller Geschäfte in Deutschland einen Brillenumsatz-Marktanteil von 29 Prozent erwirtschaften.

Gemessen am Gesamtumsatz der Branche inclusive der Handelsware und übriger Nebenartikel wäre dies ein Marktanteil von 22 Prozent.

Fielmann hält einen Absatzmarktanteil von 43 Prozent, verkauft in Deutschland 4,4 Millionen Brillen.

Den Absatzmarktanteil planen wir auf 49 Prozent zu steigern. Wir wol- len jede 2. Brille in Deutschland ver- kaufen.

Nun die Entwicklung im europäi- schen Ausland.

Dort setzen wir uns noch deutlicher von der Konkurrenz ab als in Deutschland.

Das gilt für die Lage unserer Ge- schäftslokale, die überzeugende Größe der Niederlassungen, die auf- wendige Ausstattung und die techno- logische Einrichtung in Refraktion und Werkstatt, dies gilt für die un- übertroffene Auswahl, konkurrenzlos günstige Preise und kompetente Fach- beratung.

Der Durchschnittsumsatz einer deutschen Fielmann-Niederlassung liegt bei 1,6 Millionen €, dem fünffa- chen Umsatz eines traditionellen Durchschnittsoptikers.

In Österreich liegt der Durch- schnittsumsatz einer Fielmann-Nie- derlassung bei 2,4 Millionen €, also dem achtfachen Umsatz eines tradi- tionellen Durchschnittsoptikers.

In der Schweiz erwirtschaften wir pro Niederlassung einen Durch- schnittsumsatz von 3,1 Millionen €, das ist der zehnfache Umsatz eines traditionellen Durchschnittsoptikers.

Fielmann in der Schweiz.

Im Alpenland wohnen 7 Millionen gut verdienende Bürger, die von knapp 1.000 Optikergeschäften versorgt werden.

Der Durchschnittspreis pro Brille liegt 50 Prozent über dem deutschen Durchschnittspreis. Der Schweizer Bürger schätzt gute Qualität und kauft preisbewusst.

2002 erwirtschafteten wir mit 25 Niederlassungen und 530 Mitarbeitern bei 265.000 verkauften Brillen einen Außenumsatz von 65 Millionen €.

In der Schweiz sind wir derweil zweitgrößter Augenoptiker der Nation.

Wir verbesserten das Ergebnis um 145 Prozent.

In der Schweiz sind wir derweil zweitgrößter Augenoptiker der Nation.

Mit 3 Prozent der Geschäfte halten wir einen Umsatzmarktanteil von 13 Prozent und einen Absatzmarktanteil von 26 Prozent.

Die mittelfristige Planung.

Wir wollen drei weitere Geschäfte eröffnen.

Mit 28 Niederlassungen planen wir einen Absatz von 300.000 Brillen und einen Umsatz von 80 Millionen €, das bei zweistelligem Gewinn.

Die geplanten Marktanteile.

Mit 3 Prozent aller Geschäfte erwarten wir einen Umsatzmarktanteil von 15 Prozent und einen Stückzahlmarktanteil von 28 Prozent.

In Zürich, Bahnhofstraße, steht unser Europa-Flaggschiff. Seine Größe, die Riesenauswahl von mehr als 10.000 Brillen, die technische Ausstattung und interaktive Lichtobjekte machen es für den Besucher zum Erlebnisraum.

Das Züricher Supercenter setzt das 45-fache eines traditionellen deutschen Durchschnittsoptikers um.

Wir planen eine Kette von Supercentern in europäischen Metropolen, schulen dafür den Führungsnachwuchs.

Österreich.

In Österreich leben 8 Millionen Menschen, die von 1.200 Optikergeschäften versorgt werden.

Die Kaufkraft in Österreich ist nicht so hoch wie in der Schweiz. Der Durchschnittspreis pro Brille liegt etwa 10 Prozent unter dem deutschen Durchschnittspreis.

In Österreich verkauften wir mit 13 Niederlassungen und 300 Mitarbeitern 160.000 Brillen.

Der Umsatz lag bei 29 Millionen €.

Das Ergebnis verbesserten wir um 60 Prozent.

Mit 1 Prozent der österreichischen Geschäfte erwirtschafteten wir einen Umsatzmarktanteil von 8 Prozent und einen Stückzahlmarktanteil von 13 Prozent.

In Österreich verkauften wir mit 13 Niederlassungen und 300 Mitarbeitern 160.000 Brillen.

Mittelfristig planen wir, 20 Niederlassungen in Österreich zu eröffnen, 320.000 Brillen zu verkaufen und damit einen Umsatz von 55 Millionen € zu erzielen.

Mit 2 Prozent aller österreichischen Geschäfte planen wir mittelfristig einen Umsatzmarktanteil von 16 Prozent und einen Stückzahlmarktanteil von 25 Prozent.

Niederlande.

In den Niederlanden leben 16 Millionen Einwohner, die von 2.000 Optikergeschäften versorgt werden.

Im Jahr 2000 haben wir 10 traditionelle Betriebe gekauft, bis heute 3 Niederlassungen unter eigenem Namen eröffnet.

Mit 12 Niederlassungen und 114 Mitarbeitern setzten wir im letzten Jahr 55.000 Brillen ab, erwirtschafteten einen Außenumsatz von 8 Millionen €.

Die Niederlande werden von Discountketten dominiert.

Trotz erheblicher Gegenwehr der etablierten Konkurrenz haben wir mit unserem Marketing innerhalb weniger

Praktisch alle Niederländer kennen Fielmann heute als den Optiker mit den günstigen Preisen.

Wochen überregionale Bekanntheit erreicht. Vor unseren Geschäften warteten die Kunden in langen Schlangen. Funk, Fernsehen und Printmedien berichteten landesweit über den sogenannten Brillenkrieg.

Praktisch alle Niederländer kennen Fielmann heute als den Optiker mit den günstigen Preisen.

Der Anlaufverlust liegt bei moderaten 0,5 Millionen €. Für uns eine denkbar geglückte nationale Markteinführung.

Mittelfristig wollen wir in den Niederlanden 50 Geschäfte eröffnen, 400.000 Brillen abgeben und damit einen Umsatz von 100 Millionen € erzielen.

Die mittelfristige Planung.

Mit 2 Prozent der Geschäfte planen wir einen Umsatzmarktanteil von 13 Prozent und einen Stückzahlmarktanteil von 25 Prozent.

Polen.

In Polen leben 38 Millionen Einwohner, die von 2.000 Optikergeschäften versorgt werden.

Polen ist noch Niedriglohnland, verzeichnet aber hohe Wachstumsraten. Polen ist EU-Beitrittsland.

Der Preis einer Durchschnittsbrille liegt derzeit noch 70 Prozent unter dem Durchschnittspreis einer deutschen Brille.

Bis heute haben wir in Polen 6 Niederlassungen eröffnet, beschäftigen 90 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, haben im letzten Jahr 57.000 Brillen abgegeben und einen Umsatz von 3 Millionen € erwirtschaftet.

Die mittelfristige Planung.

Wir werden 50 Niederlassungen eröffnen, 750.000 Brillen abgeben und einen Umsatz von 40 Millionen € erwirtschaften.

Die mittelfristig geplanten Marktanteile.

Mit 3 Prozent der polnischen Geschäfte planen wir einen Umsatzmarktanteil von 10 Prozent und einen Stückzahlmarktanteil von 20 Prozent.

Neben den sechs polnischen Geschäften gibt es in Osteuropa noch fünf Fielmann-Franchisebetriebe in Litauen, vier eigene Niederlassungen in Minsk und vier Geschäfte in der Ukraine. In Kiew steht eine Fielmann-Flächenschleiferei, in Minsk eine Randschleiferei.

Da wir in unseren Ostgeschäften auch Stocklots, also Ausverkaufsware vertreiben, sind die Betriebe für die Gruppe profitabel.

Die Europa-Daten.

Mittelfristig wollen wir in Europa einen Umsatz von 1 Milliarde € erwirtschaften, davon 270 Millionen € in den vier angrenzenden Ländern Schweiz, Österreich, Niederlande und Polen.

Mittelfristig wollen wir in Europa einen Umsatz von 1 Milliarde € erwirtschaften, davon 270 Millionen € in den vier angrenzenden Ländern Schweiz, Österreich, Niederlande und Polen.

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 bieten dem Verbraucher die Sicherheit, stets zum günstigsten Preis zu kaufen. Dafür stehen wir gerade mit unserem guten Namen und der Geld-zurück-Garantie.

Bei uns erhält der Kunde in allen Preislagen hochwertige Brillen. Wir gewähren drei Jahre Garantie.

„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.

Wir wollen immer besser und immer günstiger sein als die anderen.

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

Fielmann arbeitet auf allen Ebenen der Augenoptik. Fielmann ist Produzent, Agent und Augenoptiker.

In Rathenow haben wir ein neues Produktions- und Logistikzentrum errichtet. Rathenow ist Zeichen unserer Zuversicht. Es schafft die Strukturen, die wir für ein dynamisches Mengenwachstum und Internationalisierung benötigen.

In der erweiterungsfähigen Anlage sind unsere industrielle Produktion, die Logistik und der Service konzentriert.

Fielmann überspringt eine Handelsstufe, schaltet den Grossisten aus. Unsere Niederlassungen sind im Bereich der eigenen Collection gleichsam Factory-Outlets.

Wir produzieren selbst und kaufen bei denselben Herstellern ein, die für Publikumsmarken und Couturelinien fertigen.

Eigen-Collections 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.

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

Aus unserem Grundverständnis des Marktes heraus ist eine neue Genera-

tion des augenoptischen Fachgeschäftes gewachsen: modern, innovativ, preiswürdig.

Wie stark sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen identifizieren, belegt die Tatsache, dass sich mehr als 60 Prozent an der Fielmann AG beteiligt haben.

Die besondere Qualifikation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist entscheidender Erfolgsfaktor.

Wie stark sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen identifizieren, belegt die Tatsache, dass sich mehr als 60 Prozent an der Fielmann AG beteiligt haben.

Sie beziehen nicht nur Gehälter, auch Gewinnanteile. Das motiviert. Den Vorteil haben die Verbraucher.

Wenn man weiß, dass sich in der gesamten deutschen Wirtschaft nur 5,7 Prozent aller Arbeitnehmer an ihren Firmen beteiligt haben, kann man ermesen, wie stark sich unsere Mitarbeiter mit dem Unternehmen identifizieren.

Für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben wir eine hauseigene Börse eingerichtet. Sie können Fielmann-Aktien kostenfrei zum Xetra-Schlusskurs der Frankfurter Börse kaufen und verkaufen. Die Depotverwaltung gibt es bei Fielmann zum Nulltarif. Das hat ja Tradition bei uns.

Im Rahmen des Vermögensbildungsgesetzes geben wir zu Vorzugspreisen Fielmann-Aktien an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab.

Innerhalb der Bindungsfrist erzielte diese Kapitalanlage bisher Renditen von mehr als 460 Prozent.

Das ist Fielmann! Das motiviert.

Fielmann ist größter Arbeitgeber der Branche. Im Berichtsjahr beschäftigten wir 9.900 Mitarbeiterinnen und

Mitarbeiter, davon allein 1.820 Auszubildende.

Mit 5 Prozent aller augenoptischen Betriebe bilden wir 21 Prozent aller Lehrlinge aus.

Im praktischen Leistungswettbewerb des deutschen augenoptischen Handwerks stellen wir regelmäßig die Bundessieger.

Unsere Ausbildung setzt Maßstäbe.

Im praktischen Leistungswettbewerb des deutschen augenoptischen Handwerks stellen wir regelmäßig die Bundessieger.

Das war im Jahr 2000 so, 2001 und auch 2002.

Unter uns sind die 1. Bundessiegerin 2002, Frau Sina Deus und die 3. Bundessiegerin 2002, Frau Melanie Klose.

Anwesend ist auch die Bundessiegerin „Gute Form“, Frau Marina Reinholz.

Ihnen allen herzlichen Glückwunsch.

Im Jahr 2000 stellten wir 86 Prozent aller Landessieger, 2001 waren es 90 Prozent, im letzten Jahr 83 Prozent.

Und von den 55 Kammersiegern sind es jedes Jahr um 50 Prozent.

Die hohe Qualifikation und Motivation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist Basis für eine erfolgreiche Europa-Expansion.

Wir sind der Marktführer. Wir wollen die Besten.

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

Mit dem Erwerb von Schloss Plön kommen wir als größter Arbeitgeber und größter Ausbilder der Branche unserer Verantwortung für die fachliche Qualifikation in der deutschen Augenoptik nach.

Die gemeinnützige Fielmann Akademie wird der gesamten augenoptischen Branche europaweit Schulungen anbieten.

Die gemeinnützige Fielmann Akademie wird der gesamten augenoptischen Branche europaweit Schulungen anbieten.

Das Programm konzentriert sich für die jährlich mehr als 6.000 Teilnehmer auf die Bereiche

- ▷ überbetriebliche Ausbildung
- ▷ Weiterbildung
- ▷ Vorbereitung auf die Meisterprüfung
- ▷ Ausbildung zum Optometristen

Plön wird zugleich Ort für die Ausbildung unseres europäischen Führungsnachwuchses sein.

In Zusammenarbeit mit der Denkmalpflege werden wir das Schloss Plön in alter Pracht wiedererstehen lassen.

Unsere Projekte in Rathenow und Plön sind Investitionen in die Zukunft, die unser Wachstum langfristig absichern.

Bevor ich abschließend auf unsere langfristigen Expansionsziele eingehe, einige Informationen zu Umsatz- und Gewinnpotenzial im Bestand.

In Deutschland haben wir noch erhebliches Potenzial: einmal über die Eröffnung weiterer Niederlassungen, dann über Standortoptimierung, das heißt den Umzug in attraktivere Lagen und die Vergrößerung der Verkaufsflächen.

Zudem bieten die komplizierten Gleitsichtgläser, die man in der zweiten Lebenshälfte benötigt, erhebliches Potenzial. Hier verzeichnen wir von Jahr zu Jahr zweistellige Steigerungsraten, weil unsere Kunden jünger sind als die Kunden der Durchschnittsoptiker.

Die Kunden bleiben uns auch im reifen Alter treu. 91 Prozent werden

Stammkunden. Die wählen in der Regel komfortable Gleitsichtgläser, also das junge Glas, dem man seine Wirkung nicht ansieht. Das „Rentnerfenster“ der alten Bifokalgläser hat ausgedient.

Die Umsatzentwicklung im Gleiter-Segment seit 1998.

Seit 1998 steigerten wir bis Ende letzten Jahres den Umsatz um 168 Prozent auf 268 Indexpunkte.

Mittelfristig sollen es 416 Indexpunkte werden.

Die jährliche Steigerung liegt bei 15 Prozent bis 20 Prozent, das Gewinnpotenzial bei 15 Millionen €.

Bei Gleitsichtgläsern verzeichnen wir von Jahr zu Jahr zweistellige Steigerungsraten, weil unsere Kunden jünger sind als die Kunden der Durchschnittsoptiker.

Auch der Contactlinsenbereich entwickelt sich erfreulich.

Seit 1998 haben wir um 180 Prozent zugelegt, erwarten mittelfristig eine Steigerung auf 525 Indexpunkte. Das Gewinnpotenzial liegt bei 5 Millionen €.

Gleitsichtgläser, Contactlinsen und Sonnenbrillen bieten ein mittelfristiges Potenzial in Höhe von 25 Millionen €.

Die Europa-Expansion.

Mittelfristig planen wir für die Länder Deutschland, Schweiz und Österreich einen Umsatz von 955 Millionen €, langfristig kommen hinzu:

- ▷ Niederlande mit 100 Millionen €
- ▷ Frankreich mit 175 Millionen €
- ▷ Spanien mit 100 Millionen €
- ▷ Großbritannien mit 175 Millionen €
- ▷ Polen mit 80 Millionen €
- ▷ übrige Beitrittsländer der EU mit 40 Millionen €
- ▷ übrige Expansionsländer mit 60 Millionen €.

Langfristig planen wir einen Europa-Umsatz von 1,7 Milliarden €.

**Fielmann
ist der Marktführer,
der Preisführer und
der Kostenführer.**

Fielmann ist der Marktführer, der Preisführer und der Kostenführer.

Wir sind Produzent, Agent und Augentoptiker, beherrschen alle Prozesse entlang der Wertschöpfungskette.

Das Wachstum wollen wir in den nächsten Jahren vor allem aus eigener Kraft vorantreiben. Der Cash-Flow schafft den Spielraum.

Beim Erwerb bestehender Ketten gehen wir behutsam vor. Akquisitionen müssen sich rechnen, und die Geschäfte müssen zu uns passen.

Abschließend einige Worte zur Aktie.

Der Nemax verlor seit März 2000 bis zum 31.12.2002 unglaubliche 93 Prozent seines Wertes: 100 Milliarden € wurden verbrannt.

Der Dax verlor 64 Prozent seines Wertes, mehr als 600 Milliarden € gingen den Anlegern verloren.

Der M-Dax büßte 29 Prozent seines Wertes ein: das entspricht einem Verlust von 40 Milliarden €.

Die im Dax, M-Dax und Nemax gelisteten Werte haben seit März 2000 bis zum Ende letzten Jahres mehr als 740 Milliarden € verbrannt.

**Seit Börseneinführung
im September 1994
liegt die Wertsteigerung
der Fielmann-Aktie
bei 74 Prozent.**

Millionen Anleger sind frustriert. Wir alle haben Geld verloren.

Wer allerdings in Fielmann-Aktien investierte, hat gewonnen. Die Fielmann-Aktie hat in derselben Zeit um 15 Prozent zugelegt.

Seit Börseneinführung im September 1994 liegt die Wertsteigerung bei 74 Prozent.

Im schwierigen Umfeld erweist sich die Fielmann-Aktie als wertstabiles Investment.

**Wir wollen auch in
diesem Jahr einmal mehr
das beste Ergebnis seit
Gründung des Unter-
nehmens erwirtschaften.**

Fielmann ist eine Aktie mit Potenzial und Substanz.

Das zeigen auch die Wirtschaftsdaten der ersten fünf Monate dieses Jahres. Sie liegen deutlich über unserer Planung.

Der Absatz stieg um 12 Prozent, der Außenumsatz um 11 Prozent, das Ergebnis vor Steuern um 18 Prozent.

Trotz allgemeiner Kaufzurückhaltung und erhöhter Steuerlast sind wir sicher, die Planung zu übertreffen. Wir wollen auch in diesem Jahr einmal mehr das beste Ergebnis seit Gründung des Unternehmens erwirtschaften.

Ich danke Ihnen.

