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

Günther Fielmann

Vorsitzender des Vorstands
der Fielmann AG
in der Hauptversammlung am 8. Juli 2004



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

Einmal mehr war das letzte Ge-
schäftsjahr das beste Jahr seit Grün-
dung des Unternehmens.

Im Jahr 2003 haben wir den Um-
satz um 25,2 Prozent auf 1 Milliarde
Euro gesteigert.

Der Absatz erhöhte sich um 27,8
Prozent auf 6,4 Millionen Brillen, da-
von verkauften wir in Deutschland
5,8 Millionen.

Der Gewinn vor Steuern stieg um
78,1 Prozent auf 112,2 Millionen
Euro.

Betrachtet man das Umfeld, in dem
wir diese Zahlen erwirtschaftet haben,
wird deutlich, welch großes Vertrauen
die Verbraucher der Marke Fielmann
entgegen bringen.

Dieses große Vertrauen ist uns Ver-
pflichtung, immer besser und immer
günstiger zu sein als Andere.

Die Umsatzentwicklung im Einzel-
handel ist katastrophal. Seit 1990 ver-
lor der deutsche Einzelhandel 23 Pro-

zentpunkte, liegt jetzt bei 77 Index-
punkten.

Damit verlor der Einzelhandel ins-
gesamt mehr als 50 Milliarden Euro
Umsatz.

**Fielmann allein hat in
Deutschland so viele
Brillen verkauft wie die
übrigen 9.400 Augen-
optiker zusammen.**

Handel und Handwerk verzeichne-
ten 2003 einen neuen Pleitenrekord.
Hermes meldet für das letzte Ge-
schäftsjahr 40.000 Insolvenzen im
Bereich des Gewerbes. Hinzu kom-
men noch einmal 60.000 private Kon-
kurse.

Der Verbraucher hält sein Geld zu-
sammen. Er kauft bei Firmen, die ihm
beste Qualität zum günstigsten Preis
bieten. In der Augenoptik ist das Fiel-
mann.

Im letzten Jahr wurden in Deutsch-
land 11,6 Millionen Brillen verkauft.

Von diesen 11,6 Millionen Brillen
verkaufte Fielmann 5,8 Millionen,
also die Hälfte. Die anderen 5,8 Mil-
lionen Brillen wurden von der übr-
igen Branche abgegeben.

Mit 5 Prozent aller deutschen Ge-
schäfte, das sind 456 Niederlassun-
gen, haben wir 50 Prozent aller Brill-
en geliefert.

Fielmann allein hat in Deutschland
so viele Brillen verkauft wie die übr-
igen 9.400 Augenoptiker zusammen,
so viel wie alle traditionellen Optiker
und alle Filialisten gemeinsam.

Unseren Kunden danke ich für das
Vertrauen, das sie uns geschenkt ha-
ben, unseren engagierten Mitarbeite-
rinnen und Mitarbeitern danke ich für
erfolgreiche Arbeit.

In einer Branche, die seit Jahren
mit Stückzahlrückläufen kämpft, ge-
winnen wir stetig Marktanteile.

Der Absatz:

Der Absatz der übrigen Branche
seit 1995:

1996, im Jahr vor der Strukturre-
form 1997, in dem die Krankenkassen
die Zahlungen für Brillenfassungen

komplett gestrichen haben, sank der Umsatz der übrigen Branche um 6 Prozent auf 94 Indexpunkte, brach im Jahr der Strukturreform um 22 Prozent auf 78 Indexpunkte ein und lag 2003 bei 68 Indexpunkten. Dies ist ein Rücklauf von 32 Prozent.

Wir setzen pro Geschäft das Siebenfache eines Durchschnittsoptikers um.

Obwohl die übrigen Optiker immer weniger Brillen verkauften, wuchs die Anzahl der Geschäfte in der Branche seit 1995 um 10 Prozent, von 8.800 auf 9.850 Betriebe.

Fielmann entwickelte sich stets besser als die übrige Branche. Unser Absatz lag im letzten Jahr um 43 Prozent über unserem Absatz in 1995 bei 143 Indexpunkten. Wir entwickelten uns damit um 75 Prozent besser als die übrige Branche.

Der Umsatz:

Der Umsatz der übrigen Branche seit 1995:

Obwohl die Anzahl der übrigen Geschäfte von 8.600 auf 9.400 anstieg, lag der Umsatz der übrigen Branche im letzten Jahr 3 Prozent unter dem Umsatz des Basisjahres 1995: bei 97 Indexpunkten.

Der traditionelle Optiker erwirtschaftet derzeit einen Durchschnittsumsatz von 0,3 Millionen Euro, der Durchschnittsumsatz einer Fielmann-Niederlassung liegt bei 2 Millionen Euro. Wir setzen pro Geschäft das Siebenfache eines Durchschnittsoptikers um.

Im letzten Jahr lag unser Umsatz 86 Prozent über dem Umsatz von 1995: bei 186 Indexpunkten. Damit entwickelte sich Fielmann im Vergleichszeitraum um 89 Prozent besser als die übrige Branche.

Die Absatzentwicklung der übrigen Branche seit 1999, einer Phase der Konsumflaute:

In den letzten vier Jahren verlor die übrige Branche 16 Absatz-Prozentpunkte, liegt derzeit bei 84 Indexpunkten.

Im schwierigen Umfeld steigerten wir den Absatz um 34 Prozent auf 134 Indexpunkte, liegen damit 50 Prozent besser als die übrige Branche.

Die Umsatzentwicklung der übrigen Branche seit 1999:

Bei sinkenden Stückzahlen stieg der Umsatz der übrigen Branche um 6 Prozent, sprich: Die Optiker erhöhten die Preise.

Die Umsatzentwicklung von Fielmann:

Wir steigerten den Umsatz im Vergleichszeitraum um 52 Prozent auf 152 Indexpunkte, liegen damit 46 Prozent besser als die Branche.

Im schwierigen Umfeld steigerten wir den Absatz um 34 Prozent auf 134 Indexpunkte, liegen damit 50 Prozent besser als die übrige Branche.

2003 übernahmen die Krankenkassen zum letzten Mal die Kosten für einfache Brillengläser. Seit 2004 zahlen sie nur noch für Kinder und Heranwachsende bis 18 Jahre.

Im letzten Halbjahr 2003 erlebte die augenoptische Branche deshalb eine erhöhte Nachfrage.

Die Stückzahlentwicklung der übrigen Branche für das letzte Jahr der Kassenleistung:

Bis April mussten die übrigen Augenoptiker erneut einen Stückzahlrücklauf hinnehmen: Er lag bei minus 15,6 Prozent.

Ende April wurde der Entwurf zum Gesundheitsreformgesetz vorgelegt: Die Gläser für Erwachsene sollten die gesetzlichen Krankenkassen ab Januar 2004 nicht mehr bezahlen.

Das führte zu einem moderaten Absatzanstieg: Bis Ende September lag der Stückzahlverlust der übrigen Branche bei minus 9,3 Prozent.

Im September passierte das Gesundheitsreformgesetz den Bundesrat. Aufgrund der Berichterstattung in den Medien reduzierte sich der Rücklauf

der übrigen Branche bis Ende November auf minus 1,3 Prozent.

In den letzten November-Wochen sickerte durch, dass Regierung und Krankenkassen sich entschlossen hatten, Brillengläser nur noch zu bezahlen, wenn die fertige Brille bis Ende des Jahres abgeholt würde, obwohl der gültige Rahmenvertrag festlegte, dass Grundlage für den Anspruch der Versicherten das Ausstellungsdatum des Rezeptes war.

Die Versicherten wurden im Übrigen von diesem Sinneswandel der Krankenkassen nicht informiert.

In den Rahmenverträgen zwischen den Spitzenverbänden der Krankenkassen und den Spitzenverbänden der Augenoptiker ist festgelegt, dass der Leistungsanspruch mit dem Datum des Rezeptes oder Berechtigungsscheines bestimmt ist.

Verschreibt der Augenarzt am 10. Dezember ein Paar neue Mehrstärkengläser und holt der Patient seine neue Brille dann im Januar beim Optiker ab, zahlte die Krankenkasse bisher den Erstattungssatz, der am 10. Dezember galt.

Wir steigerten den Umsatz in den letzten vier Jahren um 52 Prozent auf 152 Indexpunkte, liegen damit 46 Prozent besser als die Branche.

Ein jeder Brillenträger kennt diese Verfahrensweise. Generationen von Optikern haben so abgerechnet. Auch bei Gesetzesänderungen wurde so verfahren.

Diese Regelung ist vernünftig und sozial.

Vernünftig ist sie, weil die Anfertigung einer Brille bis zu drei Wochen dauern kann, ohne dass der Versicherte darauf Einfluss hat.

Sie ist sozial, weil sie diejenigen, die komplizierte Multifokalgläser benötigen und auf deren Anfertigung mehrere Wochen warten müssen, nicht gegenüber Brillenträgern be-

nachteiligt, die ihre schwachen Ein-
stärkengläser innerhalb weniger Tage
erhalten.

Wir haben Krankenkassen und Regierung aufge- fordert, nach Maßgabe des gültigen, ungekündigten Rahmenvertrages zu handeln und Gläser aller Brillen zu bezahlen, die bis Ende 2003 verordnet wurden.

Nun sollte nur noch die Kassen-
leistung erhalten, wer seine fertige
Brille bis Jahresende abholte. De
facto wurde damit die Gesundheitsre-
form um fast einen Monat vorverlegt.

Dies führte zu einer unerträglichen
Ungleichbehandlung der Versicherten.

Wer nach dem 10. Dezember 2003
eine komplizierte Mehrstärkenbrille
beim Optiker bestellte, hatte kaum
eine Chance, sie im alten Jahr abho-
len zu können, weil die Lieferzeiten
länger waren als drei Wochen. Wäh-
rend der Fehlsichtige mit schwachen
Gläserstärken auf Abwicklung inner-
halb weniger Tage hoffen konnte.

Der Augenoptiker ist Gesundheits-
handwerker. Er ist kein Händler, der
Fertigprodukte über den Tresen
reicht.

Der Augenoptiker bestimmt und
korrigiert die Sehschärfe seiner Kun-
den.

Er berät sie bei der Fassungsaus-
wahl und der Spezifikation der indivi-
duellen Gläser.

Er bestellt diese Gläser dann bei
der vorgelagerten optischen Industrie,
von der die Oberflächen angetragen
werden.

Mit einer Lieferzeit von wenigen
Tagen bis zu drei Wochen werden die
individuell gefertigten röhrenden
Korrektionsgläser dem Optiker zuge-
schickt.

In seiner Werkstatt fügt er die
randreduzierten Gläser und die Fas-
sung zur Brille zusammen.

Danach passt er dem Kunden die
Brille an.

Der Augenoptiker ist abhängig von
den Fertigungszeiten der vorgelager-
ten Industrie. Ob der großen Nach-
frage lagen die Lieferzeiten für kom-
plizierte Mehrstärkengläser Ende letz-
ten Jahres bei zwei bis drei Wochen.
Hinzu kam die Fertigungszeit in der
Augenoptikerwerkstatt.

Augenoptiker-Innungen verschick-
ten Schreiben an ihre Mitglieder, in
denen die Optiker aufgefordert wur-
den, sich alle Brillen, die man nicht
mehr bis Ende des Jahres fertigen
konnte, von ihren Kunden bezahlen
zu lassen, ihnen eine Quittung zu ge-
ben und sie aufzufordern, sich selbst
das Geld von ihrer Krankenkasse zu-
rückzuholen.

Wir haben alle Rezepte und Berechtigungsscheine bis zum 31.12.2003 entgegen genommen und den Versicherten die Kassenleistung garantiert.

Im Rundschreiben der Landesin-
nung Schleswig-Holstein an ihre au-
genoptischen Mitgliedsbetriebe lesen wir:

*„Nunmehr haben die gesetzlichen
Krankenkassen erklärt, dass sie die
Zuschüsse nach der heute gültigen
Regelung in 2003 nur noch bezahlen,
wenn die Sehhilfe bis zum 31. Dezem-
ber 2003 auch abgeholt und die
Übergabe vom Versicherten entspre-
chend quittiert wurde.“*

*Brillen und Contactlinsen sind
keine Handelsware. Sie werden indi-
viduell für den einzelnen Kunden an-
gefertigt. Wir weisen Sie deshalb da-
rauf hin, dass das Genehmigungsver-
fahren mit der Krankenkasse, Liefer-
fristen der Glasindustrie und die not-
wendige Fertigungszeit dazu führen
können, dass Ihre Brille nicht mehr
zum 31.12.2003 an Sie übergeben
werden kann und die Krankenkasse
die Vergütung des Kassenanteils ver-
weigert.“*

*In diesem Fall ist Ihr Augenoptiker
leider gezwungen, Ihnen diesen Be-
trag in Rechnung zu stellen und Sie zu
bitten, im direkten Kontakt mit Ihrer
Krankenkasse den Ausgleich des Be-
trages zu fordern.“*

Wie Sie wissen, haben wir alle Re-
zepte und Berechtigungsscheine bis
zum 31.12.2003 entgegen genommen
und den Versicherten die Kassenlei-
stung garantiert.

Fielmann hat nicht klein beigege-
ben. Wir haben Krankenkassen und
Regierung aufgefordert, nach Maß-
gabe des gültigen, ungekündigten
Rahmenvertrages zu handeln und
Gläser aller Brillen zu bezahlen, die
bis Ende 2003 verordnet wurden.

Wir haben alle Rezepte und
Berechtigungsscheine bis zum
31.12.2003 entgegen genommen und
den Versicherten die Kassenleistung
garantiert.

Die Berichterstattung in Funk,
Fernsehen und Printmedien zeigte
Wirkung. Alle Ersatzkrankenkassen,
viele Innungskrankenkassen und Be-
triebskrankenkassen erklärten sich be-
reit, vertragsgetreu zu handeln.

Bis Ende Juni 2004 haben Kran-
kenkassen, die mehr als 50 Prozent
der Versicherten vertreten, für Brill-
lenverordnungen aus dem letzten Jahr
bezahlt. Wir sind zuversichtlich, dass
auch die übrigen Krankenkassen nach
Rahmenvertrag zahlen werden.

Nachdem wir das Ansinnen von Regierung und Krankenkassen öffentlich gemacht hatten, stürmten die Kunden in unsere Niederlassungen.

In unseren Wirtschaftsdaten, die
ich Ihnen heute vorstelle, ist das Ri-
siko der Nichtzahlung unserer übrige
Forderungen durch die Kranken-
kassen bereits berücksichtigt. Für die
Aktionäre kann es also nur positive
Korrekturen geben.

Bis Ende Dezember erreichte die
übrige Branche ein Plus von 0,6 Pro-
zent.

Die Fielmann-Zahlen:

Bis Ende Februar 2003 erwirtschafteten wir ein Absatzplus von 7,2 Prozent, lagen damit 20 Prozentpunkte besser als die Branche.

Ab März bewarben wir unsere Nulltarif-Collection und hatten bis Ende September ein Plus von 16,5 Prozent erwirtschaftet, lagen damit 26 Prozentpunkte besser als die Branche.

Nach Verabschiedung des Gesundheitsreformgesetzes verzeichneten wir kumuliert bis Ende November einen Absatzanstieg von 25 Prozent.

Nachdem wir das Ansinnen von Regierung und Krankenkassen öffentlich gemacht hatten, stürmten die Kunden in unsere Niederlassungen.

Kumuliert bis Ende Dezember erreichten wir für das Geschäftsjahr 2003 ein Mengenwachstum von 30,8 Prozent. Die Absatzsteigerung allein im Dezember lag bei 180 Prozent.

Kumuliert bis Ende Dezember erreichten wir für das Geschäftsjahr 2003 ein Mengenwachstum von 30,8 Prozent.

Welch großartige Leistung hinter diesen Zahlen steht, können letztendlich nur die Menschen ermessen, die den Ansturm in unseren Niederlassungen und den Zentralwerkstätten bewältigt haben: mit Begeisterung und unermüdlichem Einsatz.

Unsere Niederlassungen erreichten teilweise Stückzahlsteigerungen von mehr als 300 Prozent, die Tagesstückzahlen lagen in unseren großen Einheiten bei 200 bis 250 Brillen.

Unsere Niederlassungen haben mehr als die hundertfache Stückzahl eines traditionellen Durchschnittsopikers bewältigt.

Eine großartige Leistung! Aber auch Beweis dafür, dass konsequente Kundenorientierung, gute Beratung, redliches Bemühen um beste Qualität und günstigste Preise vom Verbraucher honoriert wird.

Hinter den 5,8 Millionen Brillen, die wir allein in Deutschland abgegeben haben, steht eine professionelle logistische Leistung, die von unserem Produktionszentrum in Rathenow erbracht wurde.

Ernsthafte Lieferprobleme im Bereich der Fassungen haben wir nie gehabt, wohl aber bei der Beschaffung von Rezeptgläsern und dem Verglasen der Fassungen.

In unseren Zentralwerkstätten haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im In- und Ausland bis zur Erschöpfung gekämpft.

In unseren Zentralwerkstätten haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im In- und Ausland bis zur Erschöpfung gekämpft.

In Hamburg haben wir die zentrale Lehrwerkstatt in eine Randschleiferei umgerüstet, das mit grandiosem Erfolg.

Unsere Geschäfte haben trotz des Kundenansturms ihre Schleifkapazitäten in den Werkstätten mehr als verdoppelt.

Nur so konnten wir bis zu 40.000 Brillen pro Tag verglasen.

Mit unglaublichem Einsatz: Tag und Nacht, werktags und am Wochenende. Dafür danke ich allen.

Unsere Flächenschleiferei in Rathenow arbeitete rund um die Uhr. Das reichte nicht! Auch die deutschen Flächenschleifereien der Industrie konnten die Nachfrage nicht mehr bewältigen.

Von Hamburg aus steuerten wir zusätzlich Flächenschleifereien in Norwegen, Irland, England, den Niederlanden, Belgien, Frankreich, Spanien, der Schweiz und Ungarn.

In diesen Nationen kam es wegen der riesigen Nachfrage aus Deutschland zu erheblichen Lieferverzögerungen in den regionalen Märkten.

In der Zentralwerkstatt Hamburg arbeiteten Mitarbeiterinnen und Mit-

arbeiter aus allen Vorstandsbereichen. Hauptabteilungsleiter habe ich nachts Brillen verglasen sehen, andere Führungskräfte machten sich nützlich in der Vor- und Nachkontrolle.

Wir haben unsere Marktführerposition in Deutschland gefestigt und ausgebaut.

Wir haben 1 Million neue Kunden gewonnen.

Mit 5 Prozent aller Optikgeschäfte erreichten wir in Deutschland einen Umsatzmarktanteil von 27 Prozent und einen Stückzahlmarktanteil von 50 Prozent.

Beweis unserer Preiswürdigkeit: Würden wir zu ähnlichen Preisen verkaufen wie die Branche, müssten sich Umsatz- und Stückzahlmarktanteil decken.

Der Cash-flow stieg nach 85,8 Millionen Euro in 2002 im Boom-Jahr 2003 um 33 Prozent auf 114,4 Millionen Euro.

Lag der Gewinn vor Steuern 2002 bei 63 Millionen Euro, wuchs er im Ausnahmejahr 2003 um 78 Prozent auf 112,2 Millionen Euro.

Lag der Gewinn vor Steuern 2002 bei 63 Millionen Euro, wuchs er im Ausnahmejahr 2003 um 78 Prozent auf 112,2 Millionen Euro.

Das Ergebnis pro Aktie lag 2001 bei 1,73 Euro, 2002 bei 2,22 Euro, stieg im letzten Jahr um 50 Prozent auf 3,32 Euro.

Der Erfolg des Unternehmens ist auch der Erfolg seiner Aktionäre. Aufsichtsrat und Vorstand der Fielmann AG empfehlen der Hauptversammlung die Zahlung einer Dividende in Höhe von 1,60 Euro je Aktie, nach 1,25 Euro im Geschäftsjahr 2002 und 1,07 Euro in 2001. Dies ist eine Steigerung von 28 Prozent.

Vom Nettogewinn schütten wir 48 Prozent aus, 52 Prozent stellen wir in die Gewinnrücklagen ein. Damit sichern wir eine kontinuierliche Dividendenpolitik auch in schwierigen Zeiten.

Die Eckdaten 2003:

Wir haben sechs neue Niederlassungen eröffnet, verfügten Ende des Jahres über 512 Betriebe, eine Steigerung von 1,2 Prozent.

Wir haben 6,4 Millionen Brillen verkauft, eine Steigerung von 27,8 Prozent.

Der Umsatz lag bei 1 Milliarde Euro, eine Steigerung von 25,2 Prozent.

Wir erwirtschafteten einen Gewinn vor Steuern in Höhe von 112,2 Millionen Euro, eine Steigerung von 78,1 Prozent.

Der Gewinn nach Steuern lag bei 70,1 Millionen Euro, eine Steigerung von 55,8 Prozent.

Aufsichtsrat und Vorstand empfehlen der Hauptversammlung die Zahlung einer Dividende in Höhe von 1,60 Euro je Aktie, nach 1,25 Euro im Geschäftsjahr 2002.

Diese Zahlen wurden erwirtschaftet von 10.300 engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, es waren 4,5 Prozent mehr als im Vorjahr.

Wir bildeten 1.700 junge Menschen aus.

Unsere Ausbildungsquote in den Niederlassungen liegt bei 21 Prozent, die Ausbildungsquote der übrigen Branche bei 14 Prozent. Der Handel weist 6 Prozent aus.

Jahr für Jahr investieren wir Millionen in die Ausbildung unseres Nachwuchses: Die Jugend ist unser aller Zukunft.

Pro Jahr bewerben sich bei uns mehr als 7.000 Schulabgänger um einen Lehrplatz, mehrheitlich Abiturienten.

Die uns geeignet erscheinenden Bewerber durchlaufen einen Einstellungstest. 70 Prozent fallen durch, etwa 10 Prozent werden eingestellt. Wir wollen die Besten.

Unsere Ausbildung ist gut. Seit Jahren stellen wir Kammersieger, Landessieger und Bundessieger.

Hier die Ergebnisse der letzten drei Gehilfenprüfungen in Hamburg:

Von den 10 Besten stellte Fielmann 2002: den 1. Platz, damit den Landesieger, den 2. Platz, den 4., 5., 6., 7., 8., 9. und 10. Platz.

Unsere Ausbildung ist gut. Seit Jahren stellen wir Kammersieger, Landessieger und Bundessieger.

In 2003 war wiederum Landessiegerin eine Fielmann-Mitarbeiterin, auf dem 3., 5. und 6., weiter auf dem 9. und 10. Platz lagen Fielmann-Auszubildende.

In 2004 wurde Landessiegerin die Fielmann-Mitarbeiterin Wiebke Ehrhorn, die Zweitbeste Nina Troche ebenfalls Fielmann-Lehrling, auf dem 4. Platz lag Regina Scholz von Fielmann, auf dem 5. Platz Nicole Grimm von Fielmann, auf dem 6. Platz Joachim von Wedel, ebenfalls Fielmann, auf dem 7. Platz Freya Mathiesen von Fielmann, auf dem 8. Platz Astrid Jonata von Fielmann und auf dem 10. Platz Anne Schönfeld von Fielmann.

80 Prozent der Top Ten waren Fielmann-Lehrlinge.

Dies hervorragende Ergebnis erzielten wir mit 10 Prozent der Ausbildungsbetriebe in der Hansestadt.

Dank den Ausbildern. Herzlichen Glückwunsch den Junggehilfen. Sie weilen unter uns, haben einen Beifall verdient.

Unsere nationalen Erfolge in der Nachwuchsförderung:

In den letzten vier Jahren stellten wir mit 5 Prozent aller deutschen Geschäfte

53 Prozent der Kammersieger,

77 Prozent der Landessieger,

75 Prozent der Bundessieger.

Dies sind Ergebnisse jenseits allen Mittelmaßes, Ergebnis konsequenter, zielgerichteter Ausbildung. Wir wollen die Elite. Den Siegern meine An-

erkennung, meinen Dank den Ausbildern.

Die verbleibenden Plätze belegten Junggehilfinnen und Gehilfen der übrigen 9.400 Optikergeschäfte.

Wir können unsere Marktführerposition nur ausbauen, wenn jeder Mitarbeiter in seinem Bereich der Beste ist.

Wir erheben den Anspruch, Marktführer zu sein bei der Größe unserer Niederlassungen, der Auswahl und Qualität unserer Produkte, der technologischen Ausstattung, vor allem aber bei der Fachkompetenz. Und wir bieten den günstigsten Preis.

Auf Schloss Plön entsteht die neue, gemeinnützige Fielmann Akademie. Hier bilden wir den Führungsnachwuchs für Europa aus. Die Akademie steht auch externen Augenoptikern zur Verfügung.

Kompetente und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Basis für unseren Erfolg. Kundenorientierung ist die leitende Idee.

Der Gewinn nach Steuern in der Schweiz lag bei 7,9 Millionen Euro, eine Steigerung von 61,2 Prozent.

Unsere Aktivitäten im Ausland.

Zunächst die Schweiz:

Im letzten Jahr haben wir mit 23 Niederlassungen 275.000 Brillen verkauft, ein Plus von 3,8 Prozent.

Der Umsatz lag bei 70 Millionen Euro, ein Plus von 4,6 Prozent.

Der Gewinn vor Steuern stieg auf 10,5 Millionen Euro, eine Verbesserung von 72,1 Prozent.

Der Gewinn nach Steuern lag bei 7,9 Millionen Euro, eine Steigerung von 61,2 Prozent.

Diese Zahlen erwirtschafteten wir mit 573 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, es waren 7,7 Prozent mehr als im Vorjahr.

In der Schweiz erzielen wir derzeit eine Umsatzrendite von 15 Prozent,

sind sicher, das Ergebnis verbessern zu können.

In der Schweiz planen wir, pro 200.000 Einwohner eine Niederlassung zu eröffnen, erwarten mittelfristig – also innerhalb der nächsten drei bis fünf Jahre – einen Bestand von 35 Geschäften, die einen Umsatz von 100 Millionen Euro und einen Gewinn von 15 Millionen Euro erwirtschaften sollen.

Auch Österreich entwickelte sich erfreulich.

Die Eckdaten 2003:

In Österreich betreiben wir derzeit 14 Niederlassungen, haben in 2003 ein Fachgeschäft in Seiersberg eröffnet.

Den Absatz steigerten wir auf 194.000 Brillen, ein Plus von 21,3 Prozent.

Den Absatz in Österreich steigerten wir auf 194.000 Brillen, ein Plus von 21,3 Prozent.

Der Umsatz erhöhte sich auf 34 Millionen Euro, eine Steigerung von 20,7 Prozent.

Der Gewinn vor Steuern lag bei 1,7 Millionen Euro. Da wir Anlaufverluste verrechnen können, ist dies auch der Gewinn nach Steuern.

Das Ergebnis wurde erwirtschaftet von 316 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, es waren 6,4 Prozent mehr als im Vorjahr.

Pro 250.000 Einwohner wollen wir ein Geschäft eröffnen, planen insgesamt 35 Betriebe in Österreich.

Der Umsatz soll liegen bei 85 Millionen Euro, der Gewinn bei 9 Millionen Euro.

Polen ist neues EU-Mitglied.

In unseren sechs Niederlassungen haben wir im letzten Jahr 72.000 Brillen verkauft, eine Steigerung von 26,3 Prozent.

Der Umsatz lag noch bei bescheidenen 4 Millionen Euro, die Anlaufverluste halten sich im Rahmen, liegen bei 0,8 Millionen Euro.

Wir beschäftigen 97 Mitarbeiter.

Wir werden uns in den nächsten Jahren intensiv um diesen Ostsee-Anrainerstaat mit seinen 38 Millionen Einwohnern kümmern.

Die Niederlande:

In den Niederlanden betreiben wir 13 Geschäfte, davon 10 traditionelle Optikerläden und drei Fielmann-Niederlassungen.

2003 verkauften wir 39.000 Brillen. Nach der Einführungsphase hat sich der Abverkauf normalisiert.

Der Umsatz stieg um 8,7 Prozent auf 8 Millionen Euro. Der Anlaufverlust liegt bei moderaten 1 Million Euro.

Wir beschäftigen 127 Mitarbeiter.

Derzeit setzen wir im Durchschnitt pro Fielmann-Niederlassung das Zehnfache eines traditionellen niederländischen Optikers um und das Dreifache der erfolgreichsten Filialisten.

Mittelfristig planen wir in den Niederlanden 50 Betriebe, die einen Umsatz von 100 Millionen Euro erzielen und einen Gewinn von 10 Millionen Euro ausweisen sollen.

In den Niederlanden setzen wir derzeit im Durchschnitt pro Fielmann-Niederlassung das Zehnfache eines traditionellen niederländischen Optikers um.

Im angrenzenden Ausland erwirtschaften wir überdurchschnittliche Marktanteile gleichsam aus dem Stand.

Wir sind so erfolgreich, weil wir die Grundsätze, die unsere Markt- und Preisführerschaft in Deutschland begründen, konsequent auch jenseits der Grenzen vertreten.

Wir stellen dabei fest, dass wir uns noch stärker von der Konkurrenz abheben als in der Bundesrepublik.

Dies gilt für Lage und Größe der Geschäfte, deren Ausstattung, die Technik, die kompetente Fachbera-

tung und vor allen Dingen für den Preis.

Die Fielmann-Einstiegspreislagen liegen deutlich unter den Preisen der europäischen Discounter.

Der Durchschnittsumsatz einer Fielmann-Niederlassung in Deutschland liegt bei 2 Millionen Euro, die Rendite derzeit bei 11 Prozent.

Der Durchschnittsumsatz einer österreichischen Niederlassung liegt bei 2,6 Millionen Euro, die noch durch starkes Wachstum beeinflusste Rendite liegt bei 5 Prozent, wird mittelfristig zweistellig sein.

Wir stellen fest, dass wir uns im angrenzenden Ausland noch stärker von der Konkurrenz abheben als in der Bundesrepublik.

Der Durchschnittsumsatz einer Fielmann-Niederlassung in der Schweiz liegt bei 3,3 Millionen Euro, die Umsatzrendite bei 15 Prozent.

Zum Vergleich: Der durchschnittliche Umsatz eines traditionellen Optikers liegt bei 0,3 Millionen Euro.

Fielmann ist Produzent, Agent und Augenoptiker. Wir sind auf allen Ebenen der Optik tätig.

Fassungsfertigung und Flächenschleiferei stehen in Rathenow. Dort beschäftigen wir derzeit 680 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Auch produzieren wir hochwertige Fassungen in Frankreich und Japan.

Wir liefern direkt und ohne Umwege in unsere Niederlassungen hinein. Unsere Geschäfte sind im Bereich der eigenen Collection sozusagen Factory-Outlets.

Wir beliefern andere Hersteller, Grossisten und Großvertriebsformen. Zusätzlich kaufen wir bei denselben Fabriken ein, von denen bekannte Marken und Couturelinien ihre Fassungen beziehen.

Unser Europa-Flaggschiff steht in Zürich. Dort erwirtschaften wir einen Umsatz von 15 Millionen Euro, das

ist der Umsatz von 50 traditionellen Optikgeschäften.

Auf mehreren Ebenen zeigen wir in unseren Supercentern die ganze Welt der Augenoptik: große Marken, internationale Couturiers und die Mod Brillen der Fielmann-Collection. Alles zum garantiert günstigsten Preis.

**In unserem Europa-
Flaggschiff in Zürich
erwirtschaften wir einen
Umsatz von 15 Millionen
Euro, das ist der Umsatz
von 50 traditionellen
Optikgeschäften.**

Europaweit betreiben wir 20 Supercenter. Es sind dies die größten Optikgeschäfte der Branche mit einer Auswahl von mehr als 5.000 Brillen und neuester Technologie.

Die eigene Produktion sichert uns die Warenflusskontrolle von der Prüfung der Rohmaterialien über die Herstellung der Fassungen und Gläser bis hin zum Zusammenfügen der Brille.

Die Teilnahme an der gesamten Wertschöpfungskette schafft Mehrwissen, das wir in kompetente Fachberatung umsetzen.

Unsere nicht gelabelten Fassungen können wir ob unserer Einkaufskraft und Produktionsstärke im Schnitt 70 Prozent günstiger anbieten als so genannte Markenware, also Print-veredelte Fassungen. Das gilt nicht nur für Deutschland, das gilt europaweit.

Auch gelabelte Ware – also bekannte Marken – bieten wir denkbar günstig an.

Für unsere Preiswürdigkeit bürgen wir mit unserem guten Namen und der Geld-zurück-Garantie.

Fielmann hat immer wieder kundentreue Leistungen in die Branche eingeführt, die es vordem nicht gegeben hat:

Wir haben die Kassenbrille schön gemacht, damit die Diskriminierung per Sozialprothese abgeschafft.

Der Nulltarif lebt! Bei Fielmann wird es auch in Zukunft den Brillenchic zum Nulltarif geben: dank der Brillenversicherung von Fielmann und der HanseMerkur.

Ab August erhalten unsere Kunden für einen jährlichen Versicherungsbeitrag von 10 Euro topmodische Fassungen aus Metall und Kunststoff zum Nulltarif. Die Gläser kommen aus dem Hause Zeiss: auch zum Nulltarif. Wir gewähren drei Jahre Garantie.

Bei einer Sehschärfeveränderung von 0,25 Dioptrien gibt es neue Gläser, bei Bruch gibt es ebenfalls eine neue Fassung oder neue Gläser.

Und alle zwei Jahre haben die Versicherten Anspruch auf eine neue Nulltarif-Brille.

**Der Nulltarif lebt! Bei
Fielmann wird es auch in
Zukunft den Brillenchic
zum Nulltarif geben: dank
der Brillenversicherung
von Fielmann und der
HanseMerkur.**

Die Nulltarif-Versicherung von Fielmann und der HanseMerkur ist beispiellos. Für einen Jahresbeitrag von 10 Euro erhalten die Versicherten bei Fielmann topmodische Brillen zum Nulltarif, die anderswo in ähnlicher Erscheinungsform und Qualität 60 Euro bis 120 Euro kosten. Unsere Versicherten müssen nicht einen Cent dazubezahlen.

Mit der Nulltarif-Versicherung bieten wir den Mitgliedern der gesetzlichen Krankenkassen eine denkbar günstige Alternative zum bisherigen Versicherungsschutz, sind davon überzeugt, dass ein hoher Prozentsatz der Brillenträger sich für dies Angebot entscheiden wird.

Fielmann hat nicht nur die Kassenbrille schön gemacht, und wir haben die Drei-Jahre-Garantie in die Branche eingeführt.

Über günstige Preise haben wir Brillenmode demokratisiert.

Die Mehrheit aller Brillen und Sonnenbrillen, die Sie in Hochglanzbroschüren abgebildet finden, stammt von Fielmann.

Denn wir bieten den Medien einen kostenlosen Verleih-Service.

Wir beobachten Strömungen und aktuelle Trends. Der Designer findet in seinem Entwurf die angemessene Formensprache, gestaltet Zukunft.

Unser Designbüro ist in München beheimatet.

Dem Designbüro ist der Musterbau zugeordnet: Dort fertigen wir die Handmuster.

Von der ersten Entwurfsskizze bis zur Auslieferung der bestellten Brillenfassung vergehen üblich fünf bis neun Monate.

Da Fielmann über eigene Produktionsbetriebe verfügt, können wir erheblich schneller Modetrends setzen.

Die Expansion:

Wir werden wachsen, einmal auf der Fläche, zum anderen über die Expansion. Auf der Fläche erreichen wir vor allem Steigerungen bei Sonnenbrillen, Contactlinsen und Mehrstärkengläsern. Das Umsatzpotenzial im Bereich der Expansion liegt in der Bundesrepublik bei 300 Millionen Euro.

**Über günstige Preise
haben wir Brillenmode
demokratisiert.**

In Deutschland planen wir ein Geschäft pro 150.000 Einwohner, werden sonderlich im Süden zusätzlich 100 Niederlassungen eröffnen, erwarten mittelfristig einen Bestand von 560 Niederlassungen in der Bundesrepublik.

Diese Geschäfte werden einen Umsatz von 1 Milliarde Euro erwirtschaften, das bei zweistelliger Rendite.

In der Schweiz wollen wir mit 35 Niederlassungen mittelfristig einen Umsatz von 100 Millionen Euro erreichen, ebenfalls mit zweistelliger Rendite.

In Österreich soll ein Umsatz von 85 Millionen Euro mit 35 Niederlas-

sungen realisiert werden, das vorerst mit einstelliger Rendite.

In den Niederlanden sollen es 50 Geschäfte werden, die einen Umsatz von 100 Millionen erreichen sollen.

In Polen planen wir 50 Niederlassungen, die einen Umsatz von 50 Millionen Euro erreichen sollen.

Mittelfristig erwarten wir in den genannten Ländern einen Umsatz von 1,3 Milliarden Euro, das bei zweistelliger Rendite.

Die langfristige Planung geht im Wesentlichen vom Wachstum aus eigener Kraft aus, wobei wir Zukäufe nicht ausschließen.

Langfristig kommen hinzu:

Dänemark mit vorerst 20 Niederlassungen und einem Umsatz von 30 Millionen Euro,

Großbritannien mit zunächst 80 Niederlassungen und einem Umsatz von 180 Millionen Euro,

Spanien mit 50 Niederlassungen und einem Umsatz von 100 Millionen Euro.

In den übrigen Mitgliedsstaaten der EU wollen wir langfristig 300 Millionen Euro umsetzen.

Dies wären knapp 2 Milliarden Euro Umsatz mit einer zweistelligen Rendite.

Die langfristige Planung geht im Wesentlichen vom Wachstum aus eigener Kraft aus, wobei wir Zukäufe nicht ausschließen.

Herr Prof. Binz hat Ihnen die neue Struktur unseres Vorstandes erläutert. Wir haben uns verjüngt und verstärkt.

Herrn Dr. Siregar verdanken wir die herausragenden Erfolge in der Personalentwicklung. Er ist ein begnadeter Diplomat. Er weiß, warum wir Erfolg haben. Und er kann das vermitteln.

Herr Zeiss verfügt über einen ähnlichen Erfahrungshintergrund wie damals der junge Herr Oltersdorf, als er 1981 zu uns kam. Herr Zeiss ist Allrounder mit dem Schwerpunkt Finan-

zen. Und noch etwas: Er hat Erfahrung mit Inhaber geführten Unternehmen. Das hilft!

Den Vorstandsvertrag für Herrn Schmid, meinen liebsten Sparringspartner, sturmerprobten Mitstreiter, unübertroffenen Einkäufer und Verhandler haben wir um weitere drei Jahre verlängert.

Ich freue mich, dass unser vormaliger Finanzvorstand Herr Oltersdorf der AG noch einige Zeit als Vorstand Immobilien erhalten bleibt, kann er doch dem Nachwuchs so manchen Ratschlag geben.

Um die Taktzahl in der Expansion zu erhöhen, sind wir nicht nur personell bestens gerüstet, wir verfügen auch über ein angemessenes finanzielles Polster.

Unser Ziel ist es, zumindest 30 neue Niederlassungen pro Jahr zu eröffnen, dies wären minimal um 60 Millionen Euro Zusatzumsatz über die Expansion.

Unser Ziel ist es, zumindest 30 neue Niederlassungen pro Jahr zu eröffnen.

Dreh- und Angelpunkt für unsere Expansion sind qualifizierte Führungskräfte in den Niederlassungen.

Fielmann ist einziger Augenoptiker weltweit, der Supercenter mit Umsätzen jenseits von 4 Millionen Euro betreibt, bis hin zu Umsätzen von 15 Millionen Euro. In diesen Großeinheiten arbeiten um 100 Mitarbeiter.

Führungskräfte für die Supercenter finden wir nicht in der Augenoptik, wir haben sie bisher auch nicht in anderen Branchen ausgemacht. Wir müssen sie selbst heranziehen.

Auf Schloss Plön werden wir unseren Führungsnachwuchs für die Europa-Expansion ausbilden.

Gemeinsam mit der Fachhochschule Lübeck wollen wir einen Studiengang Augenoptik/Optomietrie mit dem Abschluss Diplom-Augenoptik/Optomietrist und dem europaweit

anerkannten Abschluss Bachelor of Science einrichten.

Die Fielmann Akademie wird An-Institut der Fachhochschule Lübeck.

Aufgrund der politischen Rahmenbedingungen übernehmen die Optiker mehr und mehr die Sehschärfebestimmung.

Plön wird erste Ausbildungsstätte für ein Optometristen-Diplom mit europaweiter Anerkennung.

Der Optometrist ist dafür speziell ausgebildet, übernimmt Aufgaben, die bisher von den Augenärzten wahrgenommen wurden.

In allen angelsächsischen Ländern können wir ohne Optometristen augenoptische Fachgeschäfte nicht betreiben. Und auch im übrigen Europa wird sich das Berufsbild des Augenoptikers verschieben hin zu einer zusätzlichen biomedizinischen Ausrichtung.

Plön wird erste Ausbildungsstätte für ein Optometristen-Diplom mit europaweiter Anerkennung.

Zum Wintersemester 2005/2006 sollen die ersten Studierenden aufgenommen werden.

Wir garantieren allen Absolventen eine Einstellung beim Marktführer.

Für die Absolventen unserer Augenoptiker-Meisterkurse gilt dies Versprechen ebenfalls.

Noch einige Worte zu den ersten fünf Monaten des laufenden Geschäftsjahres:

Erwartungsgemäß musste die übrige augenoptische Branche kumuliert per Mai einen Umsatzrücklauf von 30,2 Prozent hinnehmen.

Bei uns sieht es besser aus. Wir bei Fielmann erwarten im zweiten Halbjahr eine zweistellige Belebung der Nachfrage. Unsere Nulltarif-Kampagne schafft die Basis dafür.

Ab September starten wir die nationale Nulltarif-Kampagne, planen in Relation zum ersten Halbjahr einen deutlich zweistelligen Umsatzzu-

wachs. Wir sind zuversichtlich, einen Umsatz von mehr als 800 Millionen Euro zu erreichen und erwarten einen Gewinn vor Steuern von 70 Millionen Euro. Damit werden wir 11 Prozent über dem Ergebnis von 2002 liegen.

Wir bei Fielmann erwarten im zweiten Halbjahr eine zweistellige Belegung der Nachfrage.

Wie Sie wissen, betrachten wir in dem von einer Strukturreform geprägten Zeitraum das Jahr vor und das Jahr nach der Reform als Einheit.

Am letzten Donnerstag haben wir unser neues Supercenter in Berlin eröffnet.

Bis 9 Uhr hatte sich eine 300 Meter lange Warteschlange gebildet, etwa 2.000 Menschen drängten in das Supercenter.

Bis zum Abend haben wir mehr als 900 Korrektionsbrillen verkauft.

Erfreulich ist, dass der Kundenansturm anhält.

Die Menschen in unserer Hauptstadt vertrauen Fielmann. Wir bieten topmodische Brillen zum garantiert günstigsten Preis. Im Dezember letz-

ten Jahres erzielten wir in Berlin eine Absatzsteigerung von 180 Prozent.

Die am Eröffnungstag verkauften 930 Korrektionsbrillen entsprechen dem Jahresabsatz von zwei traditionellen Optikern.

Langfristig planen wir für unser Supercenter Berlin den fünfzigfachen Tagesabsatz eines normalen Augenoptikers.

Der Absatz in Berlin:

In Berlin betreiben wir derzeit 20 Niederlassungen, haben bis Juli in Relation zum Januar eine Stückzahlsteigerung von 23 Prozent erwirtschaftet, rechnen ab August mit einer Absatzsteigerung von mehr als 40 Prozent, im November soll die Stei-

Langfristig planen wir für unser Supercenter Berlin den fünfzigfachen Tagesabsatz eines normalen Augenoptikers.

gerung liegen bei mehr als 60 Prozent, im Dezember dann bei 70 Prozent. In der Hauptstadt wollen wir einen Absatzmarktanteil von 50 Prozent erreichen.

Gestern haben wir nach Umbau unsere Niederlassung Regensburg wieder eröffnet. An einem Tag haben wir 464 Korrektionsbrillen verkauft. Das ist der Jahresabsatz eines traditionellen Optikers. Hinzu kamen 2.000 Sonnenbrillen. Regensburg hat 140.000 Einwohner.

Mit unseren Wirtschaftsdaten liegen wir erheblich besser als die Branche, sind zuversichtlich, einmal mehr gestärkt aus einer Strukturreform hervorzugehen.

Uns gehört die Zukunft.

Wir werden unsere Vorrangstellung weiter ausbauen.

Analysten und Anleger teilen unsere Einschätzung.

Gestern Abend verzeichnete unsere Aktie einen Kurs von 50,50 Euro. Während der Dax seit Jahresbeginn um 2 Prozent wuchs, der M-Dax immerhin um 14 Prozent anstieg und der Tec-Dax um 7 Prozent, steigerte die Fielmann-Aktie ihren Wert im selben Zeitraum um 34 Prozent.

Die Fielmann-Aktie ist eine wertstabile Anlage: Das haben wir in den letzten Jahren bewiesen.

Uns gehört die Zukunft.

