
Fielmann ist gestärkt aus der Strukturreform hervorgegangen

Günther Fielmann

Vorsitzender des Vorstands
der Fielmann AG
in der Hauptversammlung am 7. Juli 2005



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

Über Fielmann kann ich Ihnen Er-
freuliches berichten, vom wirtschaft-
lichen Umfeld leider nicht.

2004 war für die Augenoptik ein
schlimmes Rezessionsjahr: Der Um-
satz brach um 31 Prozent ein.

In der Konsumflaute hat Fielmann
weitere Marktanteile gewonnen und
das zweitbeste Ergebnis seit Firmen-
gründung erzielt.

Unseren Kunden danke ich für das
Vertrauen, unseren Mitarbeitern für
eine respektable Leistung im depres-
siven Umfeld.

Zur Wirtschaftslage in der Bundes-
republik titelte das Handelsblatt:

*„Die rote Laterne geht an
Deutschland.*

*Trübe Aussichten für deutsche
Wirtschaft.“*

Und die FAZ:

*„Deutschland auf dem letzten
Wachstumsplatz.“*

Der Einzelhandel befindet sich
weiter auf Talfahrt. Seit 1991 hat der
deutsche Einzelhandel vom Umsatz
24 Indexpunkte verloren, lag 2004 bei
76 Indexpunkten.

In der Konsumflaute hat Fielmann weitere Markt- anteile gewonnen und das zweitbeste Ergebnis seit Firmengründung erzielt.

Eine deprimierende Entwicklung,
allerdings noch übertroffen von der
augenoptischen Branche:

Der Umsatz der Augenoptik brach
in 2004 um 31 Prozent ein.

Der Grund für die katastrophale
Entwicklung: Im Rahmen der letzten
Gesundheitsreform wurden den Mit-
gliedern der gesetzlichen Kranken-
kassen bis auf wenige Ausnahmen die
Leistungen für Brillengläser gestri-
chen.

Die Kassenbrille verdanken wir
Bismarckscher Sozialgesetzgebung:
1884, vor mehr als hundert Jahren,

trat der § 6 der Arbeiterkrankenversi-
cherung in Kraft.

Alle Fehl- und Alterssichtigen hat-
ten damit Anspruch auf eine kosten-
lose Kassenbrille.

Die Brille war vornehmlich eine
soziale Leistung, wenn auch aus me-
dizinischer Sicht. Es zählte die Funk-
tion, nicht die Schönheit.

Vor Fielmann waren Kassenbrillen
zeitlos hässlich. Wer nicht genug
Geld hatte, sich eine teure Feinbrille
zu kaufen, trug sozusagen den Nach-
weis seines niedrigen Einkommens
auf der Nase.

Fielmann hat die Diskriminierung
per Sozialprothese abgeschafft.

Aus 8 zeitlos hässlichen Kassenge-
stellen wurden 90 modische, qualita-
tiv hochwertige Metall- und Kunst-
stofffassungen auf Rezept. Das Ein-
heitsmuster der Kassenbrille hat Fiel-
mann abgelöst durch modische Viel-
falt.

Der Brillen-Chic zum Nulltarif ist
unsere historische Leistung. Mit dem
Spruch der kleinen Julia „... und mein

Papi hat keinen Pfennig dazubezahlt“ sind wir groß geworden.

Fielmann hat die Diskriminierung per Sozialprothese abgeschafft.

Obwohl die Bundesregierung mit drei Strukturreformen die Kassenleistung immer weiter reduzierte, gab es bei Fielmann bis Ende 2003 die Brillenmode auf Rezept ... und jetzt die Nulltarif-Versicherung: eine denkbar günstige Alternative zur gestrichenen Kassenleistung.

Die Entwicklung der Kassenleistung:

Die erste Strukturreform in 1989 führte zu einer Absenkung des Erstattungssatzes von 37,70 € auf 28,30 €, eine Absenkung um 25 Prozent.

1997 strich der Gesetzgeber die Leistungen für Fassungen ersatzlos, zahlte nur noch für Gläser, und zwar 14,30 € für das Einstärkenpaar. Eine Absenkung der Kassenleistung um 62 Prozent auf 1988.

Die Mehrheit der traditionellen Optiker gab daraufhin Fassungen auf Rezept nicht mehr ab, Fielmann blieb beim Brillen-Chic zum Nulltarif.

2004 griff das dritte Gesundheitsmodernisierungsgesetz. Bis auf wenige Ausnahmen wurde der Anspruch auf Korrektionsgläser gestrichen: eine Absenkung um mehr als 90 Prozent. Eine über hundertjährige Leistung der deutschen Sozialgesetzgebung ist damit für Erwachsene praktisch weggefallen.

1988 wurden in der Bundesrepublik und der DDR gesamt 15,5 Millionen Brillen abgegeben.

Im Jahr der ersten Strukturreform sank der Absatz im wiedervereinigten Deutschland um 30 Prozent auf 10,9 Millionen Brillen, lag dann in den Folgejahren bis 1996 um 12,4 Millionen Brillen.

Das zweite Gesundheitsmodernisierungsgesetz 1997 führte zu einem Absatzrückgang von 15 Prozent auf 10,5 Millionen Brillen. Den Absatz

von 1996 hat die Branche in den folgenden Jahren nie mehr erreicht, ganz zu schweigen von den Stückzahlen aus 1988.

Die letzte Strukturreform traf die Branche besonders hart: In 2003, dem Jahr vor Inkrafttreten, stieg der Absatz auf 11,5 Millionen Brillen, brach dann 2004 zusammen auf 8,4 Millionen Brillen. Ein Rücklauf von 27 Prozent.

Seit 1988 ist damit der Brillenabsatz in Gesamt-Deutschland um mehr als 40 Prozent zurückgegangen.

Die Entwicklung zeigt, wie stark der Absatz der Optikerbranche bisher abhängig war von den Leistungen der Krankenkassen.

Im Rezessionsjahr 2004 stieg der Marktanteil auf 53 Prozent.

Trotz sinkender Stückzahlen ist die Anzahl der Optikgeschäfte von 7.200 auf 9.900 Betriebe gestiegen. Der traditionelle Durchschnittsoptiker verkauft derzeit weniger als zwei Brillen am Tag. Fielmann verkauft 35 Brillen.

Lag unser Marktanteil 1988 mit 1,4 Millionen verkauften Brillen noch bei 9 Prozent, stieg er bis zur zweiten Strukturreform in 1996 auf 36 Prozent: Wir verkauften 4,5 Millionen Brillen.

Unser Marktanteil erhöhte sich in Folge stetig, stieg im Boomjahr 2003 um 7 Prozent auf 50 Prozent: Wir verkauften 5,8 Millionen Brillen. Im Rezessionsjahr 2004 stieg der Marktanteil auf 53 Prozent: Wir verkauften 4,4 Millionen Brillen.

Seit 1988 konnten wir unseren Absatz verdreifachen, von 1,4 Millionen Brillen auf 4,4 Millionen Brillen in 2004.

Im selben Zeitraum hat die übrige Branche 70 Prozent Absatz verloren. 1988 verkaufte die übrige Branche noch 14,1 Millionen Brillen.

2004 sind daraus 4 Millionen Brillen geworden, die von 9.400 Geschäften abgegeben werden.

Die Auswirkungen der letzten Strukturreform auf die Branche:

2002, im letzten unbeeinflussten Jahr vor der Strukturreform, lag der Absatz der Branche bei 10,1 Millionen Brillen,

Seit 1988 konnten wir unseren Absatz verdreifachen, von 1,4 Millionen Brillen auf 4,4 Millionen Brillen in 2004.

stieg im Jahr vor der Strukturreform aufgrund vorgezogener Brillenkäufe auf 11,5 Millionen,

sank 2004, im Jahr der Reform, auf 8,4 Millionen Brillen.

Für 2005 erwartet die Branche einen Absatz von 9,2 Millionen Stück. Damit liegt die Augenoptik gesamt immer noch 9 Prozent unter dem Absatz von 2002.

2002 verkaufte Fielmann 4,4 Millionen Brillen, die übrige Branche 5,7 Millionen. Unser Marktanteil lag damals bei 43 Prozent.

Diesen Absatzmarktanteil erwirtschafteten wir mit 5 Prozent der deutschen Geschäfte.

Im Boomjahr 2003 steigerte Fielmann den Absatz um 1,4 Millionen Brillen auf 5,8 Millionen Brillen. Die übrige Branche mit ihren 9.400 Geschäften verharrte im Absatz bei 5,7 Millionen Stück, verkaufte also soviel Brillen wie in 2002.

Wir erreichten einen Absatzmarktanteil von 50 Prozent, verkauften jede zweite deutsche Brille.

Im Rezessionsjahr 2004 lag unser Absatz bei 4,4 Millionen Stück: Wir verkauften schon wieder so viele Brillen wie in 2002. Die übrige Branche musste einen Rücklauf von 31 Prozent auf 2002 hinnehmen, verkaufte statt 5,7 Millionen Brillen noch 4 Millionen, lag im Absatz 20 Prozent unter 2002. Unser Stückzahlmarktanteil stieg auf 53 Prozent.

In 2005 erwarten wir eine Steigerung unseres Absatzes auf 5 Millio-

nen Brillen. Die übrige Branche erwartet einen Absatz von etwa 4,2 Millionen. Unser Marktanteil soll steigen auf 54 Prozent.

Fielmann ist gestärkt aus der Rezession hervorgegangen.

In drei Strukturreformen liefen die Auswirkungen auf Absatz und Umsatz bei Fielmann jeweils nach gleichem Muster ab:

Das Jahr vor der angekündigten Reform wurde aufgrund vorgezogener Käufe zum Boomjahr, der Absatz stieg in 2003 überproportional um 31 Prozent. Auch der Gewinn: Er wuchs um 78 Prozent auf 112 Millionen €. Ein außerordentliches Ergebnis, das nur durch die Strukturreform zu erklären ist.

Fielmann ist gestärkt aus der Rezession hervorgegangen.

2004, im Jahr der Reform, kam es zur Rezession, wir verzeichneten einen Absatzrückgang von 24 Prozent, die übrige Branche verlor bei Absatz und Umsatz mehr als 30 Prozent.

Im Jahr nach der Reform stabilisierte sich der Absatz auf dem Niveau des letzten unbeeinflussten Jahres, also auf dem Niveau von 2002.

Wir erwarten für 2005 einen Absatz, der deutlich zweistellig über dem Absatz von 2002 liegen wird.

In den beiden Jahren, die durch die letzte Strukturreform beeinflusst waren, haben wir unsere Marktposition weiter ausgebaut.

Die Entwicklung unserer Absatzmarktanteile seit 2001:

Im Jahr 2001 lag unser Absatzmarktanteil bei 42 Prozent, stieg im letzten unbeeinflussten Jahr vor der Strukturreform um 1 Prozent auf 43 Prozent,

erhöhte sich im Boomjahr 2003, dem Jahr vor der Strukturreform, um 7 Prozent auf 50 Prozent Marktanteil,

im Jahr der Strukturreform stieg der Marktanteil um 3 Prozent auf 53 Prozent.

Im laufenden Geschäftsjahr erwarten wir eine Steigerung von 1 Prozent auf 54 Prozent, das ist die Rückkehr zur Normalität.

Wir erwarten für 2005 einen Absatz, der deutlich zweistellig über dem Absatz von 2002 liegen wird.

Während die übrige augenoptische Branche in den Jahren der Strukturreformen Marktanteile bei Absatz und Umsatz verlor, ging Fielmann aus jeder Strukturreform als Gewinner hervor, weitete seine Marktanteile stetig aus.

In 2002 steigerten wir den Umsatzmarktanteil um 1 Prozent auf 23 Prozent.

Im Boomjahr 2003 erhöhte sich unser Umsatzmarktanteil um 4 Prozent auf 27 Prozent.

Im Rezessionsjahr 2004 steigerten wir unseren Umsatzmarktanteil um 1 Prozent auf 28 Prozent, erwarten im laufenden Geschäftsjahr eine Steigerung des Umsatzmarktanteils in ähnlicher Größenordnung.

Unsere Durchschnittspreise liegen um mehr als 50 Prozent unter den Durchschnittspreisen der Branche, deshalb wuchsen unsere Stückzahlmarktanteile stärker als die Umsatzmarktanteile.

Die übrige Branche hat seit 1988 ihre Durchschnittspreise verdoppelt, der Fielmann-Durchschnittspreis stieg im selben Zeitraum lediglich um 10 Prozent. Einkaufsvorteile geben wir an unsere Kunden weiter.

Die Rezession liegt hinter uns. Wir haben weitere Marktanteile gewonnen. Wir werden diese Marktanteile ausbauen, denn mehr als 90 Prozent unserer Kunden bleiben Fielmann treu.

Wir sind nicht mehr abhängig von den Leistungen der gesetzlichen Krankenkassen und damit nicht mehr abhängig von dirigistischen Maßnahmen der Regierung.

Unseren Kunden bleibt der Brillen-Chic zum Nulltarif erhalten. Mit der Versicherung der HanseMercur bieten wir eine denkbar günstige Alternative zur bisherigen Kassenleistung.

Mehr dazu gleich.

Im letzten Jahr haben wir mit 5 Prozent aller deutschen Geschäfte einen Umsatzmarktanteil von 28 Prozent und einen Stückzahlmarktanteil von 53 Prozent erreicht.

Angesichts der deprimierenden Rahmenbedingungen eine hervorragende Leistung, für die ich mich bei unseren motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedanke.

Unseren Kunden bleibt der Brillen-Chic zum Nulltarif erhalten. Mit der Versicherung der HanseMercur bieten wir eine denkbar günstige Alternative zur bisherigen Kassenleistung.

Dass unser Umsatzmarktanteil annähernd um die Hälfte unter dem Stückzahlmarktanteil liegt, dokumentiert die Preiswürdigkeit von Fielmann. Würden sich Umsatz- und Absatzmarktanteil decken, hätte Fielmann die Brille zum Durchschnittspreis der Branche verkauft.

Die Entwicklung der Durchschnittspreise der traditionellen Augentiker seit 1996, wie sie vom Zentralverband bekannt gegeben wurden:

Der Durchschnittspreis der traditionellen Optiker lag 1996 bei 237 €, stieg bis 2003 auf 355 €. Sinkende Stückzahlen hat die übrige Branche mit höheren Preisen aufgefangen, damit allerdings auch die Wiederbeschaffungsintervalle verlängert. Im Durchschnitt kauft der Kunde des traditionellen Optikers etwa alle vier Jahre eine neue Brille.

In 2004 sank der Durchschnittspreis der traditionellen Optiker erstmals auf 345 €.

Die Fielmann-Durchschnittspreise:

1996 waren wir mit 101 € Durchschnittspreis 57 Prozent günstiger als der traditionelle Optiker,

2004 lagen wir mit 137 € Durchschnittspreis 60 Prozent unter dem Durchschnittspreis der traditionellen Optiker.

Wir demokratisieren Brillenmode. Wir machen kleine Preise für viele und nicht hohe Preise für wenige.

Wir können zu diesen günstigen Preisen verkaufen, weil wir mehr Brillen einkaufen als Nationen: pro Jahr mehr als 5 Millionen, mehr Brillen als alle Optiker in Dänemark, der Schweiz, Österreich und den Niederlanden zusammen.

Wer in großen Mengen einkauft, kann mit knappen Preisen rechnen. Einkaufsvorteile geben wir an unsere Kunden weiter.

Wer in großen Mengen einkauft, kann mit knappen Preisen rechnen.

Einkaufsvorteile geben wir an unsere Kunden weiter.

Fielmann bezieht von Produzenten, bei denen auch die großen Marken kaufen. Häufig fertigen Marken nicht mehr selbst, kaufen zu, versehen ihre Fassungen mit wohlklingenden Namen und geben sie mit kräftigem Aufschlag weiter an den Optiker. Der zahlt ein Vielfaches des Fabrikabgabepreises für printveredelte Ware.

Die eigene, topmodische Fielmann-Collection erhalten unsere Kunden praktisch zum Einkaufspreis des traditionellen Optikers. Uns reicht die Grossisten-Marge. Der nachgeordnete Optiker-Aufschlag der Kollegen entfällt. Die Preise bei Fielmann liegen in diesem Bereich um 70 Prozent unter dem allgemeinen Preisniveau gelabelter, also mit einem Markenaufdruck printveredelter Ware.

Aber auch Markenware, also printveredelte Fassungen, gibt es bei Fielmann wegen der großen Abnahmemengen garantiert günstig. Unsere Preise liegen in diesem Segment bis zu 50 Prozent unter dem allgemeinen

Niveau. Dafür bürgen wir mit der Geld-zurück-Garantie.

Fielmann ist Produzent, Agent und Augenoptiker. Wir beherrschen alle Prozesse entlang der Wertschöpfungskette.

Fassungen produzieren wir in Deutschland und im französischen Jura, betreiben Joint-ventures in Japan und China.

Fassungen produzieren wir in Deutschland und im französischen Jura, betreiben Joint-ventures in Japan und China.

Unsere Niederlassungen sind für die Eigencollection sozusagen Factory-Outlets, bieten praktisch zum Einkaufspreis der traditionellen Kollegen an.

Im brandenburgischen Rathenow, der Wiege der deutschen Brillenproduktion, fertigen wir in unserer Flächenschleiferei auftragsbezogen Mineral- und Kunststoffgläser, fügen sie in der Randschleiferei mit der bestellten Fassung zur Brille zusammen.

Rathenow mit seinen 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der Industrie ist Ausdruck unserer Zuversicht.

Die Konzeption der hochmodernen Anlage bietet alle Voraussetzungen für eine Kapazitätsausweitung im Rahmen der fortschreitenden Internationalisierung.

Fielmann hat immer wieder kundenfreundliche Leistungen in der Branche eingeführt, die es vordem nicht gegeben hat.

Für unsere Preiswürdigkeit stehen wir gerade mit der Geld-zurück-Garantie. Sie ist Eckpfeiler unseres Marketings.

Sehen unsere Kunden ein bei Fielmann gekauftes Produkt noch sechs Wochen nach Kauf anderswo günstiger, nehmen wir das Produkt zurück und erstatten den Kaufpreis, ohne Wenn und Aber.

Für den Verbraucher die Sicherheit, nicht einen Euro zuviel zu zahlen.

Fielmann gibt drei Jahre Garantie auf alle Korrektionsbrillen.

Wir testen unsere Modelle im eigenen Labor. Unsere Fassungen sind korrosionssicher, lichtecht und geben kein Nickel ab.

Bei Fielmann wird jede Reklamation anerkannt, ganz gleich aus welchem Grund. Denn nur zufriedene Kunden empfehlen uns weiter.

Wenn unsere Kunden mit unserer Leistung nicht zufrieden sind, können sie individuell für sie gefertigte Brillen noch sechs Wochen nach Kauf zurückgeben. Fielmann erstattet den Kaufpreis.

Bei Fielmann wird jede Reklamation anerkannt, ganz gleich aus welchem Grund. Denn nur zufriedene Kunden empfehlen uns weiter.

Wir sehen in Reklamationen eine Chance, unsere Beratung und Leistung zu verbessern.

Unsere Niederlassungen sind größer als die Durchschnittsläden der Konkurrenz, befinden sich in besten Lagen, zeigen die ganze Welt der Augenoptik, verfügen über hochwertige Ausstattung in Verkauf, Sehprüfraum und Werkstatt.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leben nicht mit dem Druck, dem Verbraucher teure Brillen verkaufen zu müssen. Sie bedienen ihre Kunden so, wie sie selbst bedient werden möchten.

Schon 16 Millionen tragen eine Fielmann-Brille.

Zum Marktführer in Deutschland sind wir nicht durch Zufall geworden: Strikte Kundenorientierung brachte uns an die Spitze.

Um unsere Ziele zu erreichen, benötigen wir qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Fielmann ist größter Arbeitgeber und größter Ausbilder der Branche.

Wir bilden 1.400 Lehrlinge aus. Mit 5 Prozent der deutschen Optikfachgeschäfte stellt Fielmann 21 Prozent aller Auszubildenden im augenoptischen Handwerk.

Auch im letzten Jahr stellten wir im Leistungswettbewerb des Augenoptiker-Handwerks alle drei Bundessieger.

Wir investieren jedes Jahr zweistellige Millionenbeträge in die Schulung. Wir pflegen die deutsche Handwerksausbildung. Sie wird bei Fielmann mit deutscher Präzision und Gründlichkeit betrieben, auch in unseren ausländischen Niederlassungen.

Unsere Ausbildung ist gut. Das belegen bundesweite Auszeichnungen.

Auch im letzten Jahr stellten wir im Leistungswettbewerb des Augenoptiker-Handwerks alle drei Bundessieger.

Die 1. Bundessiegerin: Frau Daniela Heckel

Die 2. Bundessiegerin: Frau Sabine Kerstan

Die 3. Bundessiegerin: Frau Janne Geißler

Sie sind unter uns. Herzlichen Glückwunsch!

2004 stellten wir 92 Prozent der Landessieger. Das heißt: Bundesweit wurden 12 Landessieger von Fielmann ausgebildet, ein Landessieger von den übrigen 9.400 Augenoptikgeschäften.

Und wir stellten 68 Prozent der Kammersieger.

Gesamt wurden in 2004 von Fielmann-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern 58 Titel errungen:

3 Bundessieger, 12 Landessieger und 43 Kammersieger.

Herzlichen Glückwunsch Ihnen allen. Den Ausbildern und dem Nachwuchs. Jugend ist Zukunft!

An unsere Führungskräfte stellen wir hohe Ansprüche. Ohne qualifi-

zierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können wir nicht wachsen.

Im Mittel erwirtschaften unsere Niederlassungen den sechs- bis zehnfachen Umsatz eines Durchschnittsoptikers, in der Spitze den zwanzigfachen bis fünfzigfachen Umsatz.

Unser Europa-Flaggschiff in Zürich, Bahnhofstraße, erwirtschaftet 16 Millionen € Jahresumsatz.

Führungskräfte für Niederlassungen dieser Größenordnung müssen wir selbst heranziehen.

Die gemeinnützige Fielmann Akademie Schloss Plön bildet den Nachwuchs aus für die neue Generation des augenoptischen Fachgeschäftes.

Fielmann übernimmt in der Ausbildung Verantwortung für die gesamte augenoptische Branche.

Fielmann übernimmt in der Ausbildung Verantwortung für die gesamte augenoptische Branche: denn Plön steht auch externen Augenoptikern zur Verfügung.

In den letzten Jahren hat die augenoptische Branche einen Strukturwandel erfahren, dem die herkömmliche Ausbildung nicht Rechnung trägt.

Derweil sind in der Branche Großeinheiten entstanden, in denen weit mehr als 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig sind, Geschäfte mit neuester apparativer Ausstattung in Refraktion, Contactlinsenanpassung, Werkstatt und Beratung, hinzu kommt eine hochkomplexe EDV.

Diese Großeinheiten bewältigen das dreißig- bis sechzigfache Kundenaufkommen eines durchschnittlichen Augenoptikers.

Mehr und mehr übernehmen Augenoptiker die Sehschärfenbestimmung. Der Optometrist ist dafür speziell ausgebildet.

In angelsächsischen Ländern können wir ohne Optometristen augenoptische Fachgeschäfte nicht betreiben. Und auch im übrigen Europa wird sich das Berufsbild des Augenopti-

kers verschieben hin zu einer zusätzlichen biomedizinischen Ausrichtung.

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

Plön wird 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.

Eckdaten zum Geschäftsjahr 2004, das im Vergleich zu 2002, dem letzten von der Reform unbeeinflussten Jahr.

Mit 520 Niederlassungen, davon 10 Neueröffnungen, verkauften wir im Rezessionsjahr 5,1 Millionen Brillen, immerhin noch 2 Prozent mehr als in 2002.

Wenn man bedenkt, dass die übrige Branche 30 Prozent Absatz auf 2002 verloren hat, ist dies eine beachtliche Leistung.

Wir erwirtschafteten nach HGB einen Außenumsatz von 764 Millionen €, dies ist ein Rücklauf von 5,3 Prozent auf 2002. Die übrige Branche verlor im selben Zeitraum 27,3 Prozent. Damit liegen wir um 22 Prozent besser als die übrige Branche.

Wir weisen nach HGB einen Gewinn vor Steuern von 72 Millionen € aus: eine Steigerung von 14,3 Prozent auf das Jahr 2002. Nach IFRS wären dies 76 Millionen Euro Gewinn. Wie Sie wissen, sind die Aktiengesellschaften verpflichtet, ab 2005 nach IFRS zu berichten.

Mit dem Ergebnis können wir sehr zufrieden sein. Immerhin hat Fielmann damit in tiefer Branchen-Rezession das zweitbeste Ergebnis seit Firmengründung erwirtschaftet.

Im Personalbereich haben wir die natürliche Fluktuation genutzt, wie Studium, Schwangerschaft, Pensio-

nierung. Wir liegen 1,3 Prozent unter dem Bestand von 2002, werden allein im laufenden Geschäftsjahr 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusätzlich einstellen.

Wir weisen nach HGB einen Gewinn vor Steuern von 72 Millionen € aus: eine Steigerung von 14,3 Prozent auf das Jahr 2002, das letzte von der Reform unbeeinflusste Jahr.

Die Entwicklung der Gewinne unter dem Einfluss der letzten Strukturreform:

Bis 2002 haben wir jeweils fünf Mal das beste Jahresergebnis in der Firmengeschichte erwirtschaftet: Im Schnitt der Jahre haben wir das Ergebnis jeweils zweistellig gesteigert.

Das Boomjahr 2003 bescherte uns vor der Strukturreform ein Gewinnplus von 78,1 Prozent auf 112 Millionen € Ergebnis vor Steuern, dem im Rezessionsjahr 2004 ein Ergebnisrücklauf von 35,8 Prozent auf 72 Millionen folgte.

Bei 31 Prozent Umsatzrücklauf in der Branche ein gutes Ergebnis. Zudem müssen wir das Jahr vor der Strukturreform und das Jahr der Strukturreform als Einheit sehen.

Der Wegfall der Kassenleistung bescherte uns in 2003 einen außerordentlichen Ertrag. Wir können das Boomjahr 2003 mit dem Rezessionsjahr 2004 kaum vergleichen. Der Wegfall der Kassenleistung war ein einmaliges Ereignis, dem man nur gerecht wird, wenn man einen Zeitraum von zwei Jahren betrachtet.

Im Mittel der beiden Jahre liegt der Gewinnanstieg bei 46 Prozent über 2002, dem letzten unbeeinflussten Jahr vor der Reform. Ein hervorragendes Ergebnis.

Im laufenden Geschäftsjahr erwarten wir eine deutliche Gewinnsteigerung, 2006 ebenfalls. Mittelfristig wollen wir mehr als 120 Millionen €

verdienen, organisches Wachstum vorausgesetzt.

Wir verfügen über eine Eigenkapitalquote in Höhe von 67,7 Prozent.

Ende 2004 verfügten wir über ein Eigenkapital von 336 Millionen €. Die Eigenkapitalverzinsung liegt bei 14,7 Prozent. Ein gutes Ergebnis. Wir werden es verbessern.

Zum Vergleich: Die Eigenkapitalquote der Dax-Unternehmen liegt im Schnitt bei 25,3 Prozent. Die Verzinsung liegt bei 6,7 Prozent.

Bis auf einige Langfristfinanzierungen gehen wir aus dem Rezessionsjahr schuldenfrei hervor. Wir verfügten zum Jahresende über mehr als 110 Millionen € flüssige Mittel.

Wir verfügen über eine Eigenkapitalquote in Höhe von 67,7 Prozent. Die Eigenkapitalverzinsung liegt bei 14,7 Prozent.

Angesichts unserer erfreulichen Wirtschaftsdaten und der positiven Entwicklung der letzten Monate empfehlen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende in der bisherigen Höhe von 1,60 € pro Aktie.

In schwierigen Zeiten kauft der Verbraucher bei Unternehmen, die ihm hohe Qualität zu günstigen Preisen garantieren: In der Augenoptik ist das Fielmann.

Wir sind gestärkt aus der Strukturreform hervorgegangen. Fielmann ist Marktführer in Deutschland und der Schweiz. Wir sind Preisführer, wir sind Kostenführer.

Im deutschsprachigen Ausland erwirtschafteten wir im letzten Jahr 10 Prozent Absatzsteigerung, 12 Prozent Umsatzsteigerung und verbesserten den Gewinn nach Steuern um 53 Prozent.

Unsere Niederlassungen in der Schweiz und in Österreich tragen mit nur 10 Prozent des Absatzes bereits 30 Prozent zum Nachsteuerergebnis des Konzerns bei.

Die Schweiz und Österreich sind für uns Heimatmärkte. Die Brillenträger kennen Fielmann. Die Marke ist positiv besetzt.

Im deutschsprachigen Ausland erwirtschafteten wir im letzten Jahr 10 Prozent Absatzsteigerung, 12 Prozent Umsatzsteigerung und verbesserten den Gewinn nach Steuern um 53 Prozent.

Emnid hat es untersucht: Mehr als 90 Prozent der Kunden wollen wieder bei uns kaufen. Deshalb treiben wir die Expansion in diesen Ländern zügig voran.

Im Berichtsjahr haben wir in der Schweiz mit

24 Niederlassungen

295.000 Brillen verkauft: ein Absatzanstieg von 7,3 Prozent.

Wir haben 77 Millionen € Umsatz erwirtschaftet: ein Plus von 9,2 Prozent

und weisen einen Gewinn nach Steuern von 9,7 Millionen € aus, dies ist eine Steigerung von 22,8 Prozent.

Österreich:

Im Berichtsjahr haben wir mit

14 Niederlassungen

220.000 Brillen verkauft: eine Absatzsteigerung von 13,4 Prozent

einen Umsatz von 39 Millionen € erwirtschaftet: ein Plus von 14 Prozent

und weisen ein Nachsteuerergebnis von 5 Millionen € aus: eine Steigerung von 223 Prozent.

Wenn es um Stückzahlen und Gewinn geht, bietet Deutschland für uns nach wie vor mit Sicherheit das größte Potenzial. Es folgen die Schweiz und Österreich.

Wir betreiben Expansion mit Augenmaß. Jede ernstzunehmende Kaufoption haben wir europaweit analysiert. Das werden wir auch in Zukunft tun.

Wo liegen unsere Prioritäten in der Deutschland-Expansion?

Unser Ziel ist es, deutschlandweit zumindest 50 Prozent Absatzmarktanteil in allen regionalen Märkten zu erreichen. Dazu benötigen wir um 100 zusätzliche Niederlassungen.

Wir betreiben Expansion mit Augenmaß.

Etwa 30 Prozent unserer Niederlassungen erwirtschaften derzeit Marktanteile unter 35 Prozent. Hier gibt es noch viel zu tun.

Insgesamt werden wir in der Bundesrepublik mittelfristig 200 Millionen € Umsatz zusätzlich erwirtschaften.

Unsere Großeinheiten mit Umsätzen jenseits von 5 Millionen Euro stehen für Marktführerschaft, breites Angebot, Fachkompetenz und Preiswürdigkeit.

Wir planen die Eröffnung von Großeinheiten nicht nur in deutschsprachigen Millionenstädten. Mit einer Großeinheit und vielleicht noch zwei bis fünf weiteren Niederlassungen können wir den nationalen Markt mehrerer angrenzender Länder weitgehend abdecken.

Mittelfristig wollen wir in Deutschland 560 Niederlassungen betreiben.

Wir wollen 6 Millionen Brillen verkaufen,

1 Milliarde € Umsatz erwirtschaften

und einen Gewinn von 100 Millionen € ausweisen.

Die mittelfristige Planung in der Schweiz:

In der Schweiz werden pro Jahr etwa 1 Million Brillen verkauft.

Wir wollen unser Filialnetz von 24 Niederlassungen auf 35 Geschäfte ausdehnen, werden zusätzlich 11 Niederlassungen eröffnen,

planen 400.000 Brillen abzusetzen, wollen einen Umsatz von 100 Millionen € erreichen

und ein Ergebnis von 15 Millionen € ausweisen.

Die mittelfristige Planung für Österreich:

In Österreich werden pro Jahr 1,3 Millionen Brillen verkauft.

Wir werden zusätzlich 20 Niederlassungen eröffnen, verfügen dann über 35 Geschäfte.

Mit 450.000 verkauften Brillen planen wir einen Umsatz von 85 Millionen €

und einen Gewinn von 9 Millionen €.

Unser Ziel ist es, deutschlandweit zumindest 50 Prozent Absatzmarktanteil in allen regionalen Märkten zu erreichen.

Die mittelfristige Planung im deutschsprachigen Raum:

In Deutschland, der Schweiz und Österreich wollen wir 6,8 Millionen Brillen verkaufen,

1,2 Milliarden € Umsatz erwirtschaften

und einen Gewinn von 120 Millionen € ausweisen.

Hinzu kommen die angrenzenden Länder der EU. Wie Sie wissen, betreiben wir auch Geschäfte in Polen und den Niederlanden.

Im Verhältnis zum Umsatz im deutschsprachigen Raum sind die Umsätze noch niedrig, sie liegen bei 13 Millionen €. Tendenz steigend.

Langfristig wollen wir in Europa mehr als 2 Milliarden € umsetzen.

Einige Worte zur Entwicklung des laufenden Geschäftsjahres.

Bis Ende des zweiten Quartals haben wir in Deutschland bei den Neuaufträgen eine Stückzahlsteigerung von 30 Prozent erreicht, damit 12 Prozent mehr Brillen verkauft als im Geschäftsjahr 2002, dem letzten von der Strukturreform unbeeinflussten Jahr.

Die übrige Branche erreichte nach Optikernet und GfK 11 Prozent bis 13 Prozent Absatzsteigerung, liegt damit noch 20 Prozent unter dem Absatz von 2002.

Im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres erwarten wir einen Vorsteuergewinn von mehr als 24 Millionen €, werden im ersten Halbjahr um 34 Millionen € Ergebnis vor Steuern ausweisen, liegen damit im Plan.

Wir sind zuversichtlich, 2005 eine deutliche Gewinnsteigerung zu erwirtschaften.

Das zweite Quartal 2005 im Vergleich zum zweiten Quartal 2004:

Wir haben 27 Prozent mehr Neuaufträge abgewickelt,

den Außenumsatz um 28 Prozent gesteigert,

das Ergebnis vor Steuern um 45 Prozent erhöht.

Wir sind zuversichtlich, 2005 eine deutliche Gewinnsteigerung zu erwirtschaften, denn auch unsere Niederlassungen im angrenzenden Ausland entwickeln sich positiv.

Die Schweiz erwirtschaftete im Juni ein Absatzplus von 7 Prozent, liegt bei Umsatz und Gewinn im Plan.

Unsere polnischen Niederlassungen erreichten im Juni ein Absatzplus von 45 Prozent über Vorjahr, liegen über Plan auch beim Gewinn.

Unsere Geschäfte in Österreich erwirtschafteten im Juni eine Absatzsteigerung von 54 Prozent zum Vorjahr, liegen damit deutlich über Plan.

Für den Konzern erwarten wir im zweiten Halbjahr positive Planabweichungen.

Ganz wesentlich zu unseren überdurchschnittlichen Stückzahlsteigerungen der letzten Monate hat eine neue kundenfreundliche Leistung beigetragen: die Nulltarif-Versicherung von Fielmann und der HanseMercur.

Sie ist eine denkbar günstige Alternative zu der gestrichenen Kassenleistung.

In die Markteinführung dieses neuen Produktes haben wir im ersten Quartal mehr als 20 Millionen € investiert, jetzt fahren wir die Ernte ein.

Es galt, die umfangreichen Leistungen der Fielmann-Nulltarif-Versicherung möglichst jedem Brillenträger zu vermitteln. Wir schalteten zunächst Printwerbung und nachrichtliche Radio-Spots.

**Ganz wesentlich
zu unseren überdurchschnittlichen Stückzahlsteigerungen der letzten Monate hat eine neue kundenfreundliche Leistung beigetragen: die Nulltarif-Versicherung von Fielmann und der HanseMerkur.**

Schon im Januar dieses Jahres kannten mehr als 80 Prozent befragter Brillenträger unsere Nulltarif-Versicherung.

Die Nulltarif-Versicherung der HanseMerkur gibt es nur bei Fielmann.

Ein Hinweis: Alle Brillenmodelle, die Sie jetzt sehen, sind Brillen aus der Nulltarif-Collection: modisch, in tadelloser Qualität, in Metall oder Kunststoff, mit drei Jahren Garantie.

Für nur 10 € Prämie im Jahr, also weniger als 1 € im Monat, bekommen die Versicherten sofort nach Vertragsabschluss eine topmodische Brille mit Einstärkengläsern von Zeiss. Zum Nulltarif.

Dann alle zwei Jahre eine Neue.

Kostenlosen Ersatz gibt es bei Bruch, Beschädigung oder Sehstärkeveränderung.

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

Ein hoher Prozentsatz unserer Nulltarif-Modelle wird gefertigt aus Edelstahl.

Derartige Fassungen kosten üblich 60 bis 120 €, je nach Printveredelung.

Wir gewähren drei Jahre Garantie.

Wer Gleitsichtbrillen versichern möchte, zahlt 50 € Prämie im Jahr, erhält beim Kauf einer Zuzahlungsbrille 70 € Gutschrift, sofort nach Vertragsabschluss.

Zum Vergleich: Der Durchschnittspreis für eine komplette Gleitsichtbrille liegt in der übrigen Branche derzeit bei 450 €.

Klartext: Die Nulltarif-Versicherung ist eine echte Fielmann-Leistung.

Unsere Versicherten können unter 70 Nulltarif-Modellen in mehr als 500 Varianten wählen.

Das macht uns keiner nach. Die Nulltarif-Versicherung der HanseMerkur gibt es nur bei Fielmann.

Seit Markteinführung haben wir mehr als 800.000 Versicherungsverträge abgeschlossen.

Unsere Versicherten können unter 70 Nulltarif-Modellen in mehr als 500 Varianten wählen.

Die Kunden kommen zu Fielmann, weil sie uns vertrauen. Auf Fielmann ist Verlass: Bei uns gibt es beste Qualität zum garantiert günstigen Preis.

Das erste Halbjahr 2005 bestätigt unsere Planung.

Bis Jahresende wollen wir 15 neue Niederlassungen eröffnen, davon 3 im deutschsprachigen Ausland.

Wir schaffen 300 zusätzliche Arbeitsplätze.

Wir erwarten eine zweistellige Absatzsteigerung,

eine zweistellige Umsatzsteigerung und eine deutliche Gewinnsteigerung.

Aus der Rezession sind wir gestärkt hervorgegangen. Im Schnitt der Jahre, die von der letzten Strukturreform beeinflusst waren, haben wir Absatz, Umsatz und Gewinn überproportional gesteigert.

Seit Firmengründung sind wir mit Mode, Qualität und fairen Preisen stetig gewachsen.

Die Entwicklung der Fielmann-Aktie vom 1. Januar bis 31. Dezember 2004:

Lag der Kurs am 1. Januar des Berichtsjahres noch bei 36,71 €, stieg er bis zum 31. Dezember auf 52 €: eine Kurssteigerung von 42 Prozent im schlimmsten Rezessionsjahr der deutschen Augenoptik.

Wir erwarten für das Jahr 2005 eine zweistellige Absatzsteigerung, eine zweistellige Umsatzsteigerung und eine deutliche Gewinnsteigerung.

Seit Börseneinführung bis heute hat sich der Kurs unserer Aktie um mehr als 120 Prozent erhöht.

Angesichts der Tatsache, dass im Dax und Neuen Markt seit dem 31.12.1999 mehr als 500 Milliarden € Kapital verbrannt wurden, ist dies ein ordentliches Ergebnis.

Im TecDax, dem ehemaligen Nemax, wurde in der Zeit vom 31.12.1999 bis zum 30.6.2005 um 90 Prozent des Börsenwertes vernichtet.

Die Dax-Unternehmen: Seit dem 31.12.1999 wurden in diesem Börsensegment 31 Prozent des Kapitals verbrannt, mehr als 300 Milliarden €.

Der MDax: Hier konnten die Anleger immerhin noch eine Kurssteigerung von 54 Prozent in fünf Jahren realisieren.

Die Entwicklung der Fielmann-Aktie: Im selben Zeitraum erhöhte sich unser Kurs um 91 Prozent. Wir schlagen damit den Dax um 122 Prozent.

Fielmann ist eine gute Adresse, nicht nur für Brillenträger, auch für den Aktionär.

Und da sitzen wir ja alle in einem Boot. Vor uns liegen gute Zeiten.

Ich danke Ihnen.