
Wir sehen die Zukunft optimistisch

Günther Fielmann

Vorsitzender des Vorstands
der Fielmann AG
in der Hauptversammlung am 12. Juli 2007



Sehr geehrte Damen und Herren,
willkommen auf unserer diesjährigen Hauptversammlung.

Einmal mehr kann ich Ihnen Erfreuliches über Fielmann berichten.

Ende letzten Jahres verfügten wir über 571 Niederlassungen. Wir eröffneten 33 neue Geschäfte, erhöhten den Bestand um 6,1 Prozent.

In Deutschland eröffneten wir 26 neue Niederlassungen; überwiegend waren dies Geschäfte im Süden der Republik.

In Freiburg eröffneten wir eine Großeinheit mit mehr als 500 qm Fläche und einem Planumsatz von mehr als 4 Millionen €.

Wir erwirtschaften in dieser Niederlassung etwa den fünfzehnfachen Umsatz eines durchschnittlichen traditionellen Fachgeschäftes.

In der Schweiz eröffneten wir zwei neue Niederlassungen, und zwar in Buchs und Olten. Damit verfügen wir über 27 Niederlassungen in der Schweiz.

In Österreich waren es vier Niederlassungen: in Klagenfurt, Kapfenberg,

Wien und Bürs. In Österreich betreiben wir derzeit 24 Niederlassungen.

In Polen erhöhten wir den Bestand mit der Neueröffnung in Krakau auf 7 Niederlassungen.

In den bestehenden Geschäften konnten wir den Gewinn im Vergleich zum Vorjahr verdoppeln. Mehr zu den übrigen Ländern berichtet Ihnen unser Finanzvorstand Herr Zeiss.

Der Gewinn nach Steuern lag bei 71,8 Millionen €, ein Plus von 24,2 Prozent. Dies ist der höchste Nettogewinn seit Gründung des Unternehmens.

Im ersten Schritt planen wir in Polen die Eröffnung von 40 Niederlassungen, mit denen wir einen Umsatz von 37 Millionen € erwirtschaften wollen.

In Polen leben mehr als 38 Millionen Menschen.

Fielmann erwirtschaftete 2006 einen Außenumsatz von 913 Millionen €: ein Plus von 8,4 Prozent.

Der Gewinn vor Steuern stieg auf 106,9 Millionen €, ein Zuwachs von 22,9 Prozent.

Der Gewinn nach Steuern lag bei 71,8 Millionen €, ein Plus von 24,2 Prozent. Dies ist der höchste Nettogewinn seit Gründung des Unternehmens.

Ich danke unseren Kunden für das Vertrauen.

Ich danke unseren engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren Einsatz.

Ende letzten Jahres beschäftigten wir 11.160 Mitarbeiter, 6,6 Prozent mehr als 2005. Wir haben 690 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen, mehrheitlich in Deutschland.

In Folge jetzt die Entwicklung unserer Eckdaten von 2004 bis 2006. Fielmann denkt nicht in Quartalen, Fielmann denkt in Jahren.

Die Umsatzrendite:

2004 erreichten wir eine Umsatzrendite nach Steuern von 7,2 Prozent,

2005 waren es 7,9 Prozent und 2006 dann 9,1 Prozent: eine Steigerung von 26,3 Prozent in zwei Jahren.

Die Umsatzrendite vor Steuern lag 2004 bei 11,4 Prozent, 2006 bei 13,5 Prozent.

Die überproportionale Steigerung des Nettogewinns ist u.a. Folge der zunehmenden Internationalisierung, die zu einem Absinken der Konzernsteuerquote führt.

In Österreich und der Schweiz erwirtschaften wir derzeit 15 Prozent des Gesamtumsatzes und 25 Prozent des Nettogewinns.

In Österreich und der Schweiz erwirtschaften wir derzeit 15 Prozent des Gesamtumsatzes und 25 Prozent des Nettogewinns.

Das Ebit, also der Gewinn vor Zinsen und Steuern, lag 2004 bei 11,2 Prozent vom Umsatz, 2006 bei 13,2 Prozent: eine Verbesserung von 17,9 Prozent in zwei Jahren.

Das Ebitda, also der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, lag 2004 bei 15,7 Prozent, 2006 bei 17,8 Prozent, eine Steigerung von 13,4 Prozent.

Unsere Eigenkapitalrendite nach Steuern lag 2004 bei 16,1 Prozent, stieg 2005 auf 18,2 Prozent, wuchs 2006 auf 21,5 Prozent: eine Verbesserung von 33,5 Prozent in zwei Jahren.

Dies Ergebnis erzielten wir bei einer Eigenkapitalquote von 62,6 Prozent.

Zum Vergleich: DAX-Unternehmen weisen im Schnitt eine Eigenkapitalquote von 27 Prozent aus.

Auch nach Auszahlung der Dividende ist die Fielmann AG mit 334 Millionen € Eigenkapital solide ausgestattet.

Die Gegenfinanzierung der geplanten Unternehmenssteuerreform für 2008 trifft uns nicht so hart wie andere Gesellschaften, weil wir nur marginal

Zinsen für Fremdkapital zahlen: wir legen Geld an.

Zum anderen ist jede Fielmann-Niederlassung ein selbständiges Unternehmen, das pro Standort Freibeträge für Mieten nutzen kann.

Alles in allem erwarten wir für das Geschäftsjahr 2008 eine ungewöhnlich kräftige Steigerung unseres Nachsteuergewinns. Den Vorteil haben unsere Aktionäre.

Die Entwicklung der Fielmann-Aktie für die Jahre 2000 bis 2006.

Die Fielmann-Aktie erzielte für den Zeitraum von 2000 bis 2006 eine Kurssteigerung von 234 Prozent, bewährte sich auch in Zeiten der Rezession als wertstabile Anlage.

Die Entwicklung des TEC/DAX.

Im Geschäftsjahr 2000 erlebten die Anleger einen Höhepunkt der Neue Markt Euphorie, mussten in Folge herbe Verluste hinnehmen: das Anlagevermögen schmolz bis 2006 um mehr als 85 Prozent.

Der DAX lag Ende 2006 immer noch 2 Prozent unter dem Hoch des Geschäftsjahres 2000.

Nur S/DAX und M/DAX erzielten ein Plus: der S/DAX erreichte bis Ende letzten Jahres eine Steigerung von 90 Prozent, der M/DAX wuchs in sieben Jahren um 128 Prozent.

Unsere Anleger erzielten eine Wertsteigerung von 234 Prozent.

Hinzu vereinnahmten sie Dividenden.

Die Dividenden der letzten drei Jahre, jeweils umgerechnet auf den Aktiensplitt.

Alles in allem erwarten wir für das Geschäftsjahr 2008 eine ungewöhnlich kräftige Steigerung unseres Nachsteuergewinns.

2004 zahlte die Fielmann AG 80 Cent pro Aktie, das war eine Aktienrendite von 3,1 Prozent. Hinzu kam ein Kursgewinn von 42 Prozent, der nach 12 Monaten steuerfrei vereinnahmt werden konnte. Die Gesamtrendite für

2004 lag vor Steuern bei 45,1 Prozent.

2005 lag die Dividende bei 95 Cent, das entsprach einer Dividendenrendite von 3,3 Prozent. Hinzu kam ein Kursgewinn von 10 Prozent, nach Haltefrist steuerfrei. Die Gesamtrendite vor Steuern lag 2005 bei 13,3 Prozent.

Für das Geschäftsjahr 2006 empfehlen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung, eine Dividende in Höhe von 1,20 € zu genehmigen. Dies wäre eine Dividendenrendite von 2,5 Prozent. Hinzu kommt ein Kursgewinn von 71 Prozent, der nach 12 Monaten Haltefrist steuerfrei vereinbart werden kann.

Für das Geschäftsjahr 2006 empfehlen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung, eine Dividende in Höhe von 1,20 € zu genehmigen.

Die Gesamtrendite für das Geschäftsjahr 2006 lag vor Steuern bei 73,5 Prozent.

Die Ausschüttungsquoten als Segmente.

2004 haben wir 72 Prozent des Ergebnisses ausgeschüttet, 2005 ebenfalls 72 Prozent.

2006 soll die Ausschüttungsquote bei 73 Prozent liegen.

Zum Vergleich die Ausschüttungsquote der DAX-Unternehmen: sie liegt im Schnitt bei 41 Prozent.

Bei Fielmann sitzen Anleger und Vorstandsvorsitzender im selben Boot. Wir wollen solides Wachstum. Wir wollen langfristigen Erfolg.

90 Prozent aller Bundesbürger kennen Fielmann. Wir sind der Marktführer.

16 Millionen tragen eine Brille von Fielmann.

In Deutschland verkauft Fielmann jede zweite Brille.

Fielmann steht für Brillenmode zum fairen Preis.

Fielmann ist Hersteller, Agent und Augenoptiker. Fielmann ist tief in der Branche verwurzelt, auf allen Ebenen der Wertschöpfung in der Optik tätig.

All diese Brillen gibt es bei Fielmann zum Nulltarif.

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

Der Spruch unserer kleinen Julia „Und mein Papi hat keinen Pfennig dazubezahlt“ hat uns schon vor 25 Jahren nationale Bekanntheit beschert.

Ein Eckpfeiler unseres Erfolges ist der Brillen-Chic zum Nulltarif. Die Brillenmode auf Rezept.

Mehr als 80 Prozent der Bevölkerung sind Mitglied einer gesetzlichen Krankenkasse: für Erwachsene zahlen die Kassen nicht mehr.

Mit der Brillenversicherung schreibt Fielmann die Geschichte der Kassenbrille fort.

Die Nulltarifversicherung von Fielmann und der HanseMercur bietet allen Fehlsichtigen, die auch weiterhin in regelmäßigen Abständen Anrecht auf eine Kassenbrille haben möchten, eine denkbar günstige Alternative zur bisherigen Leistung der gesetzlichen Versicherer.

Für nur 10 € Prämie im Jahr bekommen die Versicherten sofort nach Vertragsabschluss eine topmodische Brille mit Einstärkengläsern von Zeiss. Zum Nulltarif: dann alle zwei Jahre eine neue.

Mit der Brillenversicherung schreibt Fielmann die Geschichte der Kassenbrille fort.

Wir leisten kostenlosen Ersatz bei Bruch, Beschädigung oder Sehstärkenveränderung.

Entscheidet sich der Kunde für eine Zuzahlungsbrille, gibt es 15 € Gutschrift auf den Kaufpreis. Unsere Versicherten können unter mehr als

70 topmodischen Nulltarifmodellen in mehr als 500 Varianten wählen.

Es handelt sich um Brillen, die in ähnlicher Ausführung vom Optiker üblich für 60 bis 120 € angeboten werden, meist printveredelt.

Wer Gleitsichtbrillen versichern möchte, zahlt 50 € Prämie im Jahr, bekommt sofort nach Vertragsabschluss eine Gleitsichtbrille zum Nulltarif. Mit drei Jahren Garantie. Alle zwei Jahre eine neue.

Zu Ihrer Information: die Durchschnitts-Gleitsichtbrille kostet in der Branche um 450 €, ist also 400 € teurer als unser Einstiegsangebot.

Strikte Kundenorientierung brachte uns an die Spitze.

Beim Kauf einer Zuzahlungsbrille erhält der Versicherte 70 € Gutschrift auf den Kaufpreis.

Zudem gibt es für Zuzahlungsbrillen im Schadensfall eine Gutschrift von 70 Prozent auf den Kaufpreis der versicherten Brille, das gilt auch für Einstärkenbrillen.

Strikte Kundenorientierung brachte uns an die Spitze.

Wir sehen uns in unseren Kunden. Wir beraten unsere Kunden so, wie wir selbst beraten werden möchten.

Wir wollen immer besser und immer günstiger sein als andere.

Dafür stehen wir gerade mit der Geld-zurück-Garantie.

Sehen unsere Kunden das gleiche Produkt innerhalb von sechs Wochen nach Kauf anderswo günstiger, nimmt Fielmann den Artikel zurück und erstattet den Kaufpreis.

Dazu gibt es eine Flasche Champagner gratis.

Zum fairen Preis liefern wir beste Qualität. Dafür verbürgen wir uns mit der Drei-Jahres-Garantie für alle Brillen, auch für Kinderbrillen.

Wir machen kleine Preise für viele und nicht hohe Preise für wenige. Garantiert!

Wir können zu niedrigen Preisen verkaufen, weil wir mehr Brillen abgeben als Nationen, weil wir selbst produzieren, weil wir in großen Mengen direkt bei den Zulieferanten bekannter Marken kaufen.

Fielmann ist Produzent, Agent und Augenoptiker. Wir beherrschen alle Prozesse entlang der Wertschöpfungskette. Unsere Produktionen stehen im brandenburgischen Rathenow und im französischen Jura.

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.

Fielmann liefert direkt aus seinen Produktionen in die Geschäfte hinein. Fielmann überspringt eine Handelsstufe, schaltet den Grossisten aus.

Für die Eigenproduktion sind unsere Niederlassungen praktisch Factory Outlets. Der Kunde kauft bei uns zum Einkaufspreis des Augenoptikers. Den nachgeordneten Optikeraufschlag, der bei traditioneller Distribution notwendig wird, muss unser Kunde nicht zusätzlich bezahlen.

Unsere Preise liegen um 70 Prozent unter den Preisen für gelabelte, also mit Markenprint versehene Ware.

Wir bieten schon in den Einstiegspreislagen Qualitäten, die früher überwiegend hochpreisigen Fassungen vorbehalten waren.

Wir bieten schon in den Einstiegspreislagen Qualitäten, die früher überwiegend hochpreisigen Fassungen vorbehalten waren.

Die Einkaufspreise des Optikers werden nicht allein von den Produktionskosten bestimmt, seine Markenlie-

feranten setzen vielmehr auf Angemessenheitsvorstellungen.

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

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

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

90 Prozent der Bundesbürger kennen Fielmann. 90 Prozent unserer neuen Kunden werden Stammkunden.

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

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

Markenbrillen bieten wir 15 Prozent bis 50 Prozent günstiger an als der traditionelle Durchschnittsoptiker. Das stellen wir durch stete Marktbeobachtung sicher. Garantiert!

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

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

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leben nicht mit dem Druck, dem Verbraucher teure Brillen verkaufen zu müssen.

Sie beraten ihre Kunden so, wie sie selbst beraten werden möchten.

90 Prozent der Bundesbürger kennen Fielmann. 90 Prozent unserer neuen Kunden werden Stammkunden.

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

Eine repräsentative EMNID-Studie zeigt auf, wie unsere Kunden Fielmann sehen.

Unser gestützter Bekanntheitsgrad liegt bei 98 Prozent, ungestützt bei 83 Prozent.

95 Prozent der Befragten erleben Fielmann als kundenfreundlich.

94 Prozent attestierten uns Glaubwürdigkeit.

93 Prozent bescheinigten uns ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und hielten uns für serviceorientiert.

92 Prozent empfehlen uns weiter.

Und 92 Prozent bescheinigen uns Kompetenz.

Das Ergebnis der EMNID-Studie ist für uns Ansporn und Verpflichtung. Wir wollen immer besser und immer günstiger sein als andere.

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

Fielmann ist größter Arbeitgeber und größter Ausbilder der Branche. Wir bilden 1.715 Lehrlinge aus.

Mit 5 Prozent der deutschen Optikfachgeschäfte stellt Fielmann 28 Prozent aller Auszubildenden.

Unsere Ausbildung ist gut.

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

2006 stellten wir einmal mehr im Leistungswettbewerb des Augenoptikerhandwerks zwei der drei Bundesieger, bei der Gehilfenprüfung 86 Prozent der Landessieger, und wir stellten 48 Prozent der Kammerieger.

Wir sind hier in Hamburg. Neben Fielmann gibt es in der Hansestadt

mehr als 160 weitere Ausbildungsbetriebe.

Bei der aktuellen Gehilfenprüfung stellte Fielmann von den besten 15 Junggehilfen 14: also mehr als 90 Prozent. Damit liegen wir deutlich über unserem Bundesschnitt.

Hier die besten 14 Hamburger Augenoptikergehilfen der Prüfung 2007. 13 Damen und ein Quotenmann! Herzlichen Glückwunsch! Wir sind stolz auf Sie! Sie haben Beifall verdient.

Wir sind der Marktführer. Wir stellen die Besten.

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

Im Oktober letzten Jahres haben wir die Fielmann Akademie Schloss Plön eröffnet. 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 Branche. Plön steht auch externen Augenoptikern zur Verfügung.

Die Fielmann Akademie wird jährlich mehr als 6.000 Augenoptiker qualifizieren, dies mit derzeit 24 Dozenten.

Zum zweitägigen Eröffnungsfest kamen mehr als 80.000 Besucher. Tausende warteten mehr als drei Stunden, um das Schloss zu besichtigen. Alle waren begeistert. Eine Welle der Sympathie!

Für die Bevölkerung organisierten wir zwei Feuerwerke auf dem Plöner See. So etwas hatte die Stadt noch nie erlebt.

Schloss Plön ist in Schleswig-Holstein der bedeutendste Residenzneubau des Barock.

In enger Abstimmung mit der Denkmalpflege haben wir das Gebäude restauriert. Links der Gartensaal, mittig die Kapelle, rechts das spätbarocke herzogliche Vorzimmer mit dem einzigen bis heute erhaltenen Ofen aus der Kieler Fayence-Manufaktur.

Schloss Plön ist nicht nur Sitz der gemeinnützigen Fielmann Akademie, ist auch Ort für Begegnungen, für Tagungen, Kongresse, für Kunst und Musik.

Mit Schloss Plön sind wir in der Geschichte unseres Landes verwurzelt, mit der Fielmann Akademie gestalten wir die Zukunft der Augenoptik in Europa.

Mehr als 70 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind an ihrem Unternehmen beteiligt: mehrheitlich mit Aktien, aber auch mit stillen Einlagen.

Sie beziehen nicht nur gute Gehälter, zusätzlich Dividenden, Gewinnanteile und Zinsen.

Das motiviert. Den Vorteil haben unsere Kunden.

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

Seit Börseneinführung in 1994 haben sich alle wichtigen Eckdaten des Unternehmens positiv entwickelt.

Mehr als 70 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind an ihrem Unternehmen beteiligt: mehrheitlich mit Aktien, aber auch mit stillen Einlagen.

Der Brillenabsatz stieg um 59 Prozent, der Außenumsatz um 106 Prozent, der Cash-Flow um 170 Prozent, die Dividende um 233 Prozent, das Ergebnis um 239 Prozent.

Fielmann hat über günstige Preise Brillenmode demokratisiert.

Ein hoher Prozentsatz aller Brillen und Sonnenbrillen, die Sie in Hochglanzbroschüren abgebildet finden, stammt von Fielmann.

Denn wir bieten Medien, Fotografen und Stylisten einen kostenlosen Verleihservice.

Wir beobachten Strömungen und aktuelle Trends.

Unser Designbüro liegt in München. Gleiches gilt für den Musterbau.

Fielmann hat über günstige Preise Brillenmode demokratisiert.

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

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

Wir halbieren die Lieferzeit.

Die Entwicklung im europäischen Ausland.

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

Das gilt für die Lage unserer Geschäftslokale, die überzeugende Größe der Niederlassungen, die aufwendige Ausstattung und die technologische Einrichtung in Refraktion und Werkstatt. Das gilt für die unübertroffene Auswahl, konkurrenzlos günstige Preise und kompetente Fachberatung.

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

In Österreich liegt der Durchschnittsumsatz einer Fielmann-Niederlassung bei 2,9 Millionen €, in der Schweiz erwirtschaften wir pro Niederlassung einen Durchschnittsumsatz von 3,9 Millionen €. Dies ist der dreizehnfache Umsatz eines traditionellen Durchschnittsoptikers.

Marktanteile in Österreich.

Am Jahresende 2006 gab es 24 Fielmann-Niederlassungen in Österreich, davon vier Neueröffnungen. Eine Ausweitung der Geschäftsanzahl um 20 Prozent.

Der Umsatz lag mit 48 Millionen € 23 Prozent über dem Vorjahresniveau. Obwohl wir den Niederlassungsbestand kräftig ausgeweitet haben, erwirtschafteten wir dennoch einen Gewinn von 4,1 Millionen €, eine Steigerung zum Vorjahr in Höhe von 46 Prozent.

Der Nachsteuergewinn lag bei 3,9 Millionen €, eine Verbesserung von 50 Prozent.

Ende des Jahres beschäftigten wir 489 Mitarbeiter, eine Steigerung um 18,3 Prozent.

Mittelfristig planen wir, in Österreich 40 Niederlassungen zu betreiben.

Wir wollen 450.000 Brillen pro Jahr abgeben: dies wäre ein Absatzmarktanteil von 35 Prozent.

Wir planen 85 Millionen € Umsatz: einen nationalen Marktanteil von 20 Prozent.

Der Gewinn soll liegen bei 10 Millionen €.

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

Die Eckdaten für die Schweiz.

Zum Jahresende verfügten wir über 27 Niederlassungen, wir haben zwei Geschäfte neu eröffnet. Eine Erhöhung des Bestandes um 8 Prozent.

Der Umsatz stieg auf 87 Millionen €, eine Ausweitung von 7 Prozent.

Der Gewinn bewegte sich mit 17,5 Millionen € auf Vorjahresniveau. Der Nachsteuergewinn erreichte 13,8 Millionen €, lag damit 1,5 Prozent über dem Vorjahr.

Die Umsatzrendite liegt bei 20 Prozent.

In der Schweiz beschäftigten wir zum Jahresende 759 Mitarbeiter, liegen damit 10 Prozent über dem Vorjahr.

Die mittelfristige Planung für die Schweiz.

Nach wie vor ist Deutschland unser wichtigster Markt, in dem wir Ende letzten Jahres 500 Niederlassungen betrieben.

Wir planen 40 Niederlassungen.

Wir wollen 400.000 Brillen pro Jahr verkaufen: dies wäre ein Marktanteil von 38 Prozent.

Der Umsatz soll liegen bei 120 Millionen €: ein Marktanteil von 21 Prozent.

Wir erwarten ein Vorsteuerergebnis von 24 Millionen €.

Nach wie vor ist Deutschland unser wichtigster Markt, in dem wir Ende letzten Jahres 500 Niederlassungen betrieben.

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

Deshalb werden wir 200 weitere Niederlassungen eröffnen: überwiegend in Bayern, Baden-Württemberg und im Großraum Berlin.

60 Prozent unserer neuen Geschäfte sollen im zukunftssicheren Süden liegen, 40 Prozent in Zuwanderungsregionen des übrigen Bundesgebietes, überwiegend im Berliner Umland.

Aber nicht nur über Neueröffnungen erwarten wir höhere Marktanteile, auch über Umzug in bessere Lagen, Vergrößerungen und Umbau, weiter über Schulung und Optimierung der Führungsstruktur.

Zudem bieten komplizierte Gleitsichtgläser, die man in der zweiten Lebenshälfte benötigt, erhebliches Potenzial. Hier verzeichnen wir von Jahr zu Jahr zweistellige Steigerungsraten.

Da unsere Kunden jünger sind als die Kunden des Durchschnittsoptikers und sie uns treu bleiben, deshalb sind unsere Steigerungsraten im Bereich der Gleitsichtgläser höher als die Durchschnittsraten der Branche.

Verglichen mit 1997 erwarten wir bis 2009 eine Steigerung von 489 Indexpunkten.

Wenn in der Bundesrepublik nur 5 Prozent der Bevölkerung Contactlinsen verwenden, sind es in der Schweiz 6 Prozent, in den USA sogar 10 Prozent.

Neue Entwicklungen bei weichen Contactlinsen, wie die problemlos und komfortabel zu tragenden Eintageslinsen, versprechen zusätzliche Impulse für den deutschen Markt.

Contactlinsenträger kaufen in aller Regel auch eine Korrektionsbrille. Zudem benötigen sie Pflegemittel.

Verglichen mit unseren Umsätzen aus 1997 erwarten wir bis 2009 eine Steigerung auf 566 Indexpunkte.

Sonnenbrillen, vor allem auch mit optischer Wirkung, bieten uns erhebliches Wachstumspotenzial.

Der Trend geht hin zu hochwertigen Markenbrillen mit garantiertem Schutz vor ultravioletter Strahlung.

Verglichen mit unseren Umsätzen aus 1997 erwarten wir bis 2009 eine Steigerung auf 220 Indexpunkte.

Derzeit betreiben wir 21 Hörgeräteabteilungen, wollen mittelfristig den Bestand vervielfachen.

Im ersten Halbjahr 2007 haben wir bereits 30 Prozent mehr Sonnenbrillen abgesetzt als 2006.

Ein weiteres Feld:

Der Markt der Hörgeräte ist ein Wachstumsmarkt. Der Umsatz der Branche liegt bei 1,2 Milliarden €. Jährlich werden in Deutschland 800.000 Geräte angepasst. Diese Aufgabe übernehmen 3.600 Geschäfte.

Der Akustikmarkt ist stark fragmentiert, die Preise liegen hoch.

Der Hörgerätemarkt hat ähnliche Strukturen wie die Augenoptikbranche vor 30 Jahren.

Derzeit betreiben wir 21 Hörgeräteabteilungen, wollen mittelfristig den Bestand vervielfachen.

In unserer Industriegesellschaft werden die Menschen immer älter, und sie werden auch immer anspruchsvoller. Dies gilt nicht nur für das gute Sehen, das gilt auch für das gute Hören.

Mittelfristig wollen wir in Deutschland 700 Niederlassungen betreiben.

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

Zunächst planen wir Hörgeräteabteilungen in unseren Großeinheiten, werden aber auch Akustikgeschäfte zukaufen.

Mittelfristig rechnen wir mit einstelligen Millionengewinnen, langfristig mit zweistelligen.

Die Eröffnung von Großeinheiten, nicht nur in deutschsprachigen Millionenstädten, hat für uns Priorität.

Mit einer Großeinheit und vielleicht zwei bis fünf weiteren Niederlassungen können wir weitgehend den nationalen Markt mehrerer angrenzender Länder mit hohem Familieneinkommen abdecken.

Mittelfristig wollen wir in Deutschland 700 Niederlassungen betreiben.

Wir wollen 6,5 Millionen Brillen verkaufen, einen Umsatz von 1,1 Milliarden € erwirtschaften und einen Gewinn von 110 Millionen € ausweisen.

Die mittelfristige Planung im deutschsprachigen Raum.

In Deutschland, der Schweiz und Österreich wollen wir 7,4 Millionen Brillen verkaufen, einen Außenumsatz von 1,3 Milliarden € erwirtschaften und einen Gewinn von 144 Millionen € ausweisen.

Hinzu kommen die angrenzenden Länder der Europäischen Union. Vor

allem in Polen treiben wir die Expansion zügig voran.

Langfristig wollen wir in Europa 2 Milliarden € umsetzen.

Wir betreiben Expansion mit Augenmaß. Jede ernst zu nehmende Kaufoption haben wir in der Vergangenheit europaweit analysiert. Das werden wir auch in Zukunft tun.

Akquisitionen müssen sich rechnen.

Der Vorstandsvorsitzende ist Mehrheitsaktionär und Gründer des Unternehmens. Zudem sind mehr als 70 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Fielmann AG beteiligt.

Das uns anvertraute Kapital betreiben wir genauso sorgsam wie unser

eigenes. Darauf können sich unsere Aktionäre verlassen.

Gute Nachricht auch über das erste Halbjahr 2007.

Hier die vorläufigen Zahlen.

Seit dem 7. Juni gibt es zwei Fielmann- Niederlassungen auch in Luxemburg.

Am 30.06. verfügten wir über 585 Niederlassungen. Wir haben 16 Geschäfte neu eröffnet, eine Erweiterung des Bestandes um 3 Prozent.

Seit dem 7. Juni gibt es zwei Fielmann-Niederlassungen auch in Luxemburg.

Unsere Erwartungen wurden übertroffen. Wir sind sicher, im ersten vollen Jahr mehr als 6,5 Millionen € umzusetzen.

Im ersten Halbjahr 2007 haben wir mehr als 3 Millionen Brillen abgesetzt, eine vorläufige Stückzahlsteigerung von 6 Prozent.

Der Außenumsatz ist vorläufig bestimmt mit 490 Millionen €, das entspricht einer Steigerung von 8 Prozent.

Der vorläufige Gewinn wird bei mehr als 54 Millionen € liegen, das wäre eine Steigerung von mindestens 13 Prozent.

Wir sehen die Zukunft optimistisch, erwarten im laufenden Geschäftsjahr eine deutliche Steigerung bei Umsatz und Gewinn. Ich danke Ihnen.

