
2008 haben wir einmal mehr das beste Ergebnis seit Gründung des Unternehmens erwirtschaftet.

Günther Fielmann

Vorsitzender des Vorstands
der Fielmann AG
in der Hauptversammlung am 09. Juli 2009



Sehr geehrte Damen und Herren,
ich begrüße Sie zu unserer diesjährigen Hauptversammlung.

Über Fielmann gibt es Erfreuliches zu berichten: 2008 haben wir einmal mehr das beste Ergebnis seit Gründung des Unternehmens erwirtschaftet.

Dafür danke ich unseren Kunden, die uns ihr Vertrauen geschenkt haben. Und ich danke unseren engagierten Mitarbeitern für ihren Einsatz.

2008 steigerten wir den Außenumsatz um 7,4 Prozent auf mehr als 1 Milliarde €.

Der Gewinn vor Steuern wuchs um 18,7 Prozent auf 162 Millionen €.

Der Gewinn nach Steuern erhöhte sich um 38,9 Prozent auf 114 Millionen €.

Dazu ein Hinweis: im letzten Jahr sank in Folge der Steuerreform der Steuersatz des Konzerns von 39,8 Prozent auf 29,6 Prozent. Deshalb der überproportionale Anstieg des Nachsteuerergebnisses.

Ende des Berichtsjahres verfügten wir über einen Niederlassungsbestand von 620 Geschäften.

In Deutschland eröffneten wir 20 Niederlassungen, Ende des Jahres verfügten wir über 536 Geschäfte.

In der Schweiz erhöhte sich der Bestand um 1 Neueröffnung auf 30 Niederlassungen, in Österreich um 1 Neueröffnung auf 25 Geschäfte, in den Niederlanden um 1 Betrieb auf 14 Niederlassungen, in Polen wuchs der Bestand um 4 Neueröffnungen auf 13 Betriebe.

Im letzten Jahr haben wir 750 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen.

In Luxemburg betreiben wir 2 Niederlassungen.

In Europa eröffneten wir 27 Neueröffnungen, Ende des Berichtsjahres lag der Bestand bei 620 Niederlassungen.

Wesentliche Eckdaten des Konzerns im Überblick.

Der Niederlassungsbestand wuchs um 3,5 Prozent auf 620 Niederlassungen, der Außenumsatz um 7,4 Prozent auf 1,058 Milliarden €, der Gewinn vor Steuern um 18,7 Prozent auf 162 Millionen €, der Gewinn nach Steuern um 38,9 Prozent auf 114 Millionen €.

Die Mitarbeiterzahl stieg um 6,3 Prozent auf 12.608.

Im letzten Jahr haben wir 750 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen, überwiegend in Deutschland.

Unser Ergebnis erwirtschafteten wir in einem schwierigen Umfeld.

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2008 wuchs das deutsche Bruttoinlandsprodukt noch um 2,75 Prozent, verlor dann im zweiten Halbjahr 0,1 Prozent.

Fielmann erreichte im ersten Halbjahr ein Umsatzplus von 8 Prozent, im zweiten Halbjahr 7 Prozent.

Im ersten Halbjahr lag unser Zuwachs um 5,25 Prozent über dem Anstieg des Bruttoinlandsproduktes, im

zweiten Halbjahr waren es 7,1 Prozent.

Seit Jahren erwirtschaftet Fielmann Steigerungen bei Absatz, Umsatz und Gewinn. Bisher haben wir uns auch immer besser entwickelt als die Branche.

Fielmann ist ein Familienunternehmen. Wir denken langfristig. Wir wachsen organisch. Wir haben risikante Übernahmen vermieden, sind schuldenfrei, verfügen über Liquidität von mehr als 200 Millionen €.

Dazu die Entwicklung unserer Umsatzrendite der letzten drei Jahre.

Fielmann ist ein Familienunternehmen. Wir denken langfristig.

2006 lag die Nettoumsatzrendite bei 9,1 Prozent, 2007 waren es 9,8 Prozent, 2008 wuchs die Nachsteuerrendite auf 12,6 Prozent vom Umsatz.

Die Entwicklung der Vorsteuergewinne.

2006 erwirtschafteten wir 13,5 Prozent, 2007 waren es 16,2 Prozent, 2008 dann 17,9 Prozent vor Steuern.

Die Entwicklung unserer Eigenkapitalrendite.

2006 lag die Eigenkapitalrendite nach Steuern bei 21,5 Prozent, 2007 waren es 23,2 Prozent, 2008 dann 29,5 Prozent nach Steuern.

Die Eigenkapitalrendite vor Steuern lag 2006 bei 32 Prozent, stieg 2007 auf 38,6 Prozent, erhöhte sich 2008 auf 41,9 Prozent.

Angesichts der Eigenkapitalquote von 59 Prozent sind dies Werte, mit denen wir zufrieden sein können.

Der Gewinn vor Steuern lag 1994, im Jahr des Börsenganges, bei 41,2 Millionen €, 2008 bei 161,8 Millionen €.

Seit Börsengang wuchs der Gewinn vor Steuern um 293 Prozent.

Der Gewinn nach Steuern lag 1994, also im Jahr des Börsenganges, bei 21,2 Millionen €, stieg bis 2008 um 437 Prozent auf 113,9 Millionen €.

1996, dem Jahr vor der zweiten Strukturreform im Gesundheitswesen, lag unser Gewinn bei 25,3 Millionen €, fiel dann 1997 nach Streichung des Kassenzuschusses für Fassungen auf 10,5 Millionen €.

Die augenoptische Branche musste damals einen Umsatzrücklauf von 17 Prozent hinnehmen.

2003 war das Jahr vor der letzten Strukturreform im Gesundheitswesen: die Kassen zahlten zum letzten Mal für Brillen. Deshalb verkauften wir im November und Dezember des Jahres 2003 zusätzlich mehr als 1 Million Brillen, steigerten den Nachsteuergewinn auf 70,1 Millionen €.

Seit 2004 zahlen die Krankenkassen für die Brillen Erwachsener keinen Zuschuss mehr, abgesehen von Kindern und Jugendlichen bis 18 Jahren. Nach diesem Einschnitt fiel unser Gewinn auf 48,4 Millionen €, lag damit aber immer noch um 3,4 Millionen € über dem Ergebnis von 2002.

Die augenoptische Branche verzeichnete einen Umsatzverlust von mehr als 30 Prozent.

Der Kunde bist du, das ist der Leitsatz unserer Unternehmensphilosophie.

Von 2004 bis 2008 konnten wir unseren Gewinn um mehr als 130 Prozent steigern: die Streichung der Kassenleistungen, also die Liberalisierung des Optikmarktes, hat unser Wachstum in den Folgejahren gefördert. Der Gewinn stieg von 48,4 Millionen € in 2004 auf 113,9 Millionen € in 2008.

Von 1994 bis 2008 wuchs unser Gewinn nach Steuern um 437 Prozent, der Gesamtumsatz der augenoptischen Branche wuchs lediglich um 2,4 Prozent. Unsere Gewinnsteigerungen von 437 Prozent verdanken wir strikter Kundenorientierung.

Der Kunde bist du, das ist der Leitsatz unserer Unternehmensphilosophie.

Wir sehen uns in unseren Kunden. Unsere Mitarbeiter beraten ihre Kunden so, wie sie selbst beraten werden

möchten, wie sie ihre Schwester, ihren Bruder, ihre Mutter, ihren Vater beraten würden.

Unsere Augenoptiker stehen nicht unter dem Druck, dem Kunden teure Brillen aufschwätzen zu müssen.

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

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

Dies ist die zeitlos hässliche Kassenbrille, wie sie über Jahrzehnte von den Optikern als Leistung der gesetzlichen Versicherer abgegeben wurde.

Es gab 6 Modelle für Erwachsene, 2 für Kinder.

Wer sich die teuren Feinbrillen der Optiker nicht leisten konnte, trug sozusagen den Nachweis seines niedrigen Einkommens per Sozialprothese auf der Nase.

Diese Diskriminierung hat Fielmann abgeschafft.

Aus den 8 zeitlos hässlichen Kassengestellen wurden 90 modische, qualitativ hochwertige Metall- und Kunststoffmodelle in 640 Varianten zum Nulltarif.

Das Einheitsmuster der Vertragsfassung haben wir aufgelöst durch modische Vielfalt. Wir haben damit die Diskriminierung per Kassengestell abgeschafft.

Das ist unsere geschichtliche Leistung.

Fielmann bietet mit der Versicherung der HanseMercur nach wie vor den Brillen-Chic zum Nulltarif, sichert damit die Grundversorgung auf hohem Niveau.

Für nur 10 € Prämie im Jahr erhalten die Versicherten sofort nach Vertragsabschluss eine topmodische Metall- oder Kunststoffbrille aus der Nulltarif-Collection mit Einstärken- gläsern von Zeiss und drei Jahren Ga-

rantie, dann alle 2 Jahre eine neue, zudem kostenlosen Ersatz bei Bruch, Beschädigung oder Sehstärkenveränderung.

Die Jahresprämie für Gleitsichtbrillen liegt bei 50 €.

Die Versicherten können unter mehr als 90 topmodischen Nulltarif-Modellen in mehr als 600 Varianten wählen.

Es handelt sich um Brillen, die in ähnlicher Ausführung von Optikern üblich für 60 bis 120 € angeboten werden.

Wir wollen immer besser und immer günstiger sein als andere.

Für die Qualität unserer Brillen bürgen wir mit der Drei-Jahres-Garantie.

Auch diese Leistung haben wir in die Branche eingeführt.

Vor Fielmann hofften die Verbraucher auf die Kulanz des Optikers, heute haben sie einen Rechtsanspruch.

Bei Fielmann wird jede Reklamation anerkannt, ganz gleich aus welchem Grund.

Wir geben die Zufriedenheitsgarantie.

Ist der Kunde mit einem Produkt von Fielmann nicht zufrieden, tauschen wir die Ware um oder erstatten den Kaufpreis.

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.

Unser Erfolg gründet auf der Kompetenz und dem Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Unsere Mitarbeiter durchlaufen kontinuierlich Schulungen, Tests, Zertifizierungen. Führungspositionen

besetzen wir nach Möglichkeit aus eigenen Reihen.

Wir investieren Jahr für Jahr mehr als 17 Millionen € in die Aus- und Weiterbildung.

Fielmann bildet mehr als 2.200 Lehrlinge aus, ist größter Arbeitgeber und größter Ausbilder der augenoptischen Branche.

Mit 5 Prozent der deutschen Optikgeschäfte stellt Fielmann 31 Prozent aller Auszubildenden im augenoptischen Handwerk.

Bei den Gesellenprüfungen stellen wir seit Jahren die Mehrheit aller Landessieger.

Das Fielmann-Prinzip:

Beim Marktführer arbeiten die Besten.

2008 stellte Fielmann 91 Prozent der deutschen Landessieger.

2007 stellte Fielmann 83 Prozent der Landessieger,

2006 stellte Fielmann 86 Prozent der Landessieger,

2005 stellte Fielmann 83 Prozent der Landessieger,

2004 stellte Fielmann 93 Prozent der Landessieger.

Anmerkung: Die restlichen 7 Prozent der Landessieger wurden von den übrigen 9.500 augenoptischen Fachgeschäften Deutschlands ausgebildet.

Fielmann ist größter Arbeitgeber und größter Ausbilder der augenoptischen Branche.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich zu mehr als 70 Prozent an ihrem Unternehmen beteiligt, das über Aktien oder Einlagen.

Sie bekommen nicht nur gute Gehälter, auch Gewinnanteile und Dividenden. Das motiviert. Den Vorteil haben unsere Kunden.

In der gemeinnützigen Fielmann Akademie Schloss Plön bilden wir den Nachwuchs für Europa aus.

Unsere Führungsposition in der Augenoptik können wir nur ausbauen, wenn wir die Besten sind.

Die Ausbildungsstätte steht auch externen Optikern zur Verfügung, qualifiziert jährlich mehr als 6.000 Schulungsteilnehmer.

Wir können zu niedrigeren Preisen verkaufen als die Branche, weil wir selbst produzieren und weil wir in großen Mengen direkt von den Zulieferanten bekannter Marken kaufen.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich zu mehr als 70 Prozent an ihrem Unternehmen beteiligt.

Wir kaufen von denselben Herstellern, von denen die bekannten Modemarken kaufen.

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

Fielmann genügt die Grossistenmarge.

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

Für die Eigenproduktion sind unsere Niederlassungen gleichsam Factory Outlets.

Aber auch Markenbrillen gibt es bei Fielmann 10 bis 50 Prozent günstiger als beim traditionellen Optiker.

Garantiert.

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

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

Unsere Mitarbeiter stehen nicht unter dem Druck, dem Kunden teure Waren aufschwätzen zu müssen.

Unsere Niederlassungen in der Bundesrepublik erzielen einen Durchschnittsumsatz von 1,6 Millionen €.

Die Niederlassungen in Österreich erwirtschaften einen Durchschnittsumsatz von 2,3 Millionen €.

Unsere Schweizer Niederlassungen erreichen einen Durchschnittsumsatz von 3,7 Millionen €.

Zum Vergleich der Durchschnittsumsatz eines traditionellen Optikers: der Jahresumsatz liegt bei 0,3 Millionen €.

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

Die Eckdaten für die Schweiz.

Wir eröffneten 1 neues Geschäft, verfügten Ende des Jahres über 30 Niederlassungen, eine Steigerung von 3,4 Prozent.

Der Außenumsatz wuchs um 9,7 Prozent auf 102 Millionen €.

Der Gewinn vor Steuern sank um 21,5 Prozent auf 15,3 Millionen €.

Der gesunkene Gewinn der Schweiz erklärt sich aus rückwirkend erhobenen Lizenzgebühren für die Marke Fielmann. Die Schweizer Niederlassungen mussten 2,6 Millionen € Gebühren an die deutsche Mutter überweisen. Im Konzern hat dies keine Auswirkungen.

Weiter sind Kursschwankungen berücksichtigt.

Wir erhöhten unsere Mitarbeiterzahl um 5,1 Prozent auf 900.

Die mittelfristige Planung für die Schweiz.

Wir rechnen mit 40 Niederlassungen.

Wir wollen 400.000 Brillen absetzen, einen Umsatz von 120 Millionen € erwirtschaften und einen Gewinn von 24 Millionen € ausweisen.

Die Daten für Österreich.

In Österreich verfügten wir Ende des Jahres über 25 Niederlassungen, haben 1 Geschäft neu eröffnet, eine Steigerung von 4,2 Prozent.

Der Außenumsatz wuchs um 5,6 Prozent auf 57 Millionen €.

Der Gewinn vor Steuern sank um 13 Prozent auf 6,7 Millionen €. Ebenfalls eine Folge der rückwirkend zu zahlenden Lizenzgebühren für die Marke Fielmann. Im Konzern hat dies keine Auswirkung.

Die Mitarbeiterzahl erhöhte sich um 13,9 Prozent auf 583. Wir haben 70 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen.

In diesem Jahr werden wir zwei Supercenter mit einem geplanten Umsatz von mehr als 6 Millionen € in Linz und Graz eröffnen.

Die mittelfristige Planung für Österreich.

Wir wollen in Österreich 40 Niederlassungen betreiben.

Wir wollen 450.000 Brillen abgeben, einen Umsatz von 85 Millionen € erzielen und einen Gewinn von 10 Millionen € ausweisen.

Österreich und die Schweiz entwickeln sich positiv.

Nach wie vor ist Deutschland unser wichtigster Markt, in dem es bis Ende letzten Jahres 536 Niederlassungen gegeben hat.

Schon 21 Millionen tragen eine Fielmann-Brille.

Unser mittelfristiges Ziel ist es, 50 Prozent Absatzmarktanteil in den regionalen Märkten zu erreichen, deshalb werden wir etwa 150 weitere Niederlassungen eröffnen.

Vornehmlich expandieren wir in Baden-Württemberg, Bayern und im Großraum Berlin.

Schon 21 Millionen tragen eine Fielmann-Brille.

Praktisch aus dem Stand erreichen wir in mittleren Städten mit Einzugsgebieten um 60.000 bis 100.000 Einwohnern Marktanteile von 40 bis 50 Prozent.

Unsere Kunden sind keine Einmalkäufer: mehr als 90 Prozent bleiben uns treu.

Mittelfristig wollen wir in Deutschland 700 Niederlassungen betreiben.

Wir planen, 6,5 Millionen Brillen abzugeben und einen Umsatz von 1,1 Milliarden € zu erreichen.

Langfristig wollen wir in Europa 2 Milliarden € umsetzen, das bei organischem Wachstum.

Unsere Kunden sind keine Einmalkäufer: mehr als 90 Prozent bleiben uns treu.

Jede ernst zu nehmende Kaufoption wird von uns analysiert. Wie Sie sich denken können, bietet die Krise uns Chancen.

Neben der Expansion bieten Potenzial vor allen Dingen Gleitsichtbrillen. Fehlsichtige, die schon in jungen Jahren eine Brille tragen, benötigen im Alter eine Brille für die Ferne und die Nähe: komfortabler sind Gleitsichtgläser.

Die stufenlose Progression der Gleitsichtgläser ist für Außenstehende nicht zu erkennen. Gleitsichtgläser unterscheiden sich für den Betrachter nicht von Einstärkengläsern, die man in der Jugend trägt.

Die komplizierte Oberflächengeometrie der Gleitsichtgläser und ihre aufwändige Anpassung machen sie im Durchschnitt viermal teurer als Einstärkengläser.

Fielmann wächst mit Gleitsichtgläsern schneller als die Branche. Dies erklärt sich aus der Kundenstruktur. Fielmann-Kunden sind im Schnitt jünger als die Durchschnittskunden unserer traditionellen Wettbewerber.

Da sie uns über die Jahre treu bleiben, wird auch ohne Neukunden der Gleitsichtbrillenanteil bei Fielmann in den nächsten Jahren um mehr als 50 Prozent steigen.

Contactlinsen gewinnen in Deutschland an Bedeutung. Während in der Bundesrepublik bisher nur

4 Prozent der Bevölkerung Contactlinsen verwenden, sind es in den USA 12 Prozent, in der Schweiz 15 Prozent.

Neuentwicklungen bei weichen Contactlinsen, wie die problemlos und komfortabel zu tragende Linse für einen Tag, sowie Mehrbereichslinsen versprechen zusätzliche Impulse für den deutschen Markt.

Fielmann wächst mit Gleitsichtgläsern schneller als die Branche.

Fielmann erwartet in den nächsten Jahren eine Umsatzverdopplung im Bereich Contactlinsen und Zubehör.

Sonnenbrillen bieten uns weiteres Potenzial.

Der Trend geht zu großformatigen Brillen mit Modelabel und garantier-tem Schutz vor ultravioletter Strahlung.

Fassungen in Wayfarer-Format gibt es in allen Modifarben.

Trend: groß und schwarz. Kunststoff in schwarz und havanna, Gläser dégradé. Übergroß, schwarz oder weiß, Gläser Verlauf. Ein Evergreen: Pilotenform in Metall. Butterfly.

Von der Brillenmode hin zu den Best Agers.

Hörgeräteabteilungen sind bei uns strikt von der Brillenmode getrennt.

Derzeit betreiben wir 45 Hörgeräteabteilungen.

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

Der Markt der Hörgeräte ist ein Wachstumsmarkt. Pro Jahr werden in Deutschland von HNO-Ärzten und 4.000 Geschäften etwa 840.000 Geräte angepasst. Der Umsatz der Branche liegt bei 1,3 Milliarden €.

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

Der Hörgerätemarkt ist fragmentiert, die Preise sind derzeit noch sehr hoch.

Im letzten Jahr haben wir die 1 Milliarde € Umsatzgrenze überschritten. Mehr als 90 Prozent unserer Umsätze erzielen wir in der Augenoptik. Die Augenoptik ist unsere Kernkompetenz.

Der Nachsteuergewinn stieg auf 114 Millionen €.

Die Eigenkapitalverzinsung liegt bei 29,5 Prozent, das Ergebnis pro Aktie bei 2,63 €.

2008 erwirtschafteten wir einmal mehr das beste Ergebnis in der Geschichte der Fielmann AG.

Das Unternehmen ist schuldenfrei, verfügt über Liquidität in dreistelliger Millionenhöhe.

Wir sehen die Krise als Chance, unsere Marktposition zu festigen und auszubauen.

Die Kursentwicklung der Fielmann-Aktie ist Spiegelbild des Vertrauens, das uns die Anleger entgegenbringen.

Seit dem 1. Januar 2008 stieg der Kurs unserer Aktie bis Jahresende um 3 Prozent.

Das Unternehmen ist schuldenfrei, verfügt über Liquidität in dreistelliger Millionenhöhe.

Im Gegensatz dazu verlor der Dax im selben Zeitraum 42 Prozent.

Der MDax verlor 44 Prozent, der SDax fiel um 48 Prozent, der TecDax erlitt einen Verlust von 49 Prozent.

Im Berichtsjahr gehörten wir zu den fünf Aktiengesellschaften mit der besten Performance aller Dax-Indices, in denen 160 Unternehmen vertreten sind.

2009 ist ein Krisenjahr. Aber auch in der Krise erwirtschaften wir deutlich bessere Ergebnisse als die Branche.

Zunächst einige Informationen zum Markt.

Die Rückläufe ausgewählter Wirtschaftsbereiche im April.

Die Chemie verlor 22 Prozent Umsatz. Der Export schrumpfte um 29

Prozent. Schon ein Minus von 20 Prozent übers Jahr bedeutet für den Export einen Einbruch von 230 Milliarden €. Der Maschinenbau verlor 30 Prozent. Der Auftragseingang lag 58 Prozent unter dem Vorjahr. Dramatische Zahlen. Metallerzeugung und Verarbeitung büßten 33 Prozent ein. Der Fahrzeugbau 37 Prozent. Die Stahlindustrie verlor 53 Prozent der Menge.

Wir sehen die Krise als Chance, unsere Marktposition zu festigen und auszubauen.

Noch verhütet das Kurzarbeitergeld Massenarbeitslosigkeit. Die OECD prognostiziert für Deutschland zusätzlich 1,5 Millionen Arbeitslose auf 5 Millionen Arbeitslose.

Bisher blieb die Optikbranche weitgehend von der Krise verschont. Die Stimmung ist besser als die Lage.

Für die ersten fünf Monate dieses Jahres meldet der Zentralverband der Augenoptiker ein Umsatzminus von 2,6 Prozent.

Wir erwirtschafteten im selben Zeitraum ein Umsatzplus von 2,4 Prozent, in den ersten sechs Monaten ein Plus von 2,8 Prozent.

Mit mehr als 7 Millionen € erhöhten Werbeaufwendungen im ersten Halbjahr investieren wir in die Zukunft. Denn wir denken nicht in Quartalen, wir denken in Jahren.

Das vorläufige Ergebnis des zweiten Quartals wird bei etwa 39 Millionen € liegen, damit 6 Millionen € über dem Vorsteuergewinn des ersten Quartals. Der Gewinn des ersten Quartals belief sich auf 33 Millionen €.

Für das erste Halbjahr erwarten wir einen Gewinn in der Höhe von etwa 72 Millionen €. Wir werden eine zweistellige Umsatzrendite erwirtschaften.

Angesichts der Rahmendaten sind wir mit dem Ergebnis der ersten Monate zufrieden.

Beispiele für unsere Printkampagne.

Wir danken unseren 21 Millionen Kunden für ihr Vertrauen.

Wir denken nicht in Quartalen, wir denken in Jahren.

Das Fielmann-Prinzip: besser und günstiger als andere. Brille Fielmann.

Oder:

Das Fielmann-Prinzip: Unsere Erfahrung. Ihre Sicherheit.

Schon 25 Millionen Augenprüfungen. Immer kostenlos.

Meisteroptiker, neueste Technologie: perfektes Sehen. Brille Fielmann.

Das Fielmann-Prinzip: Mode, Qualität und faire Preise.

Große Marken, internationale Couturiers. Geld-zurück-Garantie. Brille Fielmann.

Während allerorten Unternehmen in der Krise defensiv ihre variablen Kosten zurückfahren, agieren wir of-

fensiv. Wir treiben die Expansion weiter voran, werden 25 neue Niederlassungen eröffnen, nutzen Akquisitionsmöglichkeiten.

In schwierigen Zeiten kaufen die Verbraucher bei Unternehmen, die ihnen gute Qualität zum fairen Preis bieten. In der Augenoptik ist das Fielmann.

91 Prozent unserer Kunden werden Stammkunden. Wir haben 21 Millionen Kunden.

Die Entwicklung des Fielmann-Aktienkurses seit 2000.

Das Fielmann-Prinzip: besser und günstiger als andere. Brille Fielmann.

Von 2000 bis Ende 2008 – also in acht Jahren – stieg der Wert der Fielmann-Aktie um 215 Prozent.

Der Nemax, jetzt TecDax, verlor im selben Zeitraum 90 Prozent seines Wertes. Der Dax büßte 30 Prozent ein. Der SDax lag Ende des Berichtsjahres 7 Prozent unter dem Kurs von

2000. Der MDax verzeichnete ein Plus von 34 Prozent.

Die Fielmann-Aktie steht für solides Wachstum.

Die Fielmann-Aktie steigerte ihren Wert im selben Zeitraum um 215 Prozent. Wir haben uns im Vergleichszeitraum immer besser entwickelt als die wichtigsten Indices.

Zum Schluss die Dividendenentwicklung.

Von 2001 bis 2008 stieg die Dividende um 261 Prozent, von 54 Cent auf 1,95 € pro Aktie in 2008.

Beim derzeitigen Kurs unserer Aktie ist dies eine Kapitalverzinsung von 4,1 Prozent.

Das uns anvertraute Vermögen betreuen wir genauso sorgsam wie unser eigenes. Darauf können sich unsere Aktionäre verlassen.

Die Fielmann-Aktie steht für solides Wachstum.

Ich danke Ihnen.