
Wir haben 2009 das beste Ergebnis seit Gründung des Unternehmens erwirtschaftet.

Günther Fielmann

Vorsitzender des Vorstands
der Fielmann AG
in der Hauptversammlung am 08. Juli 2010



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

Über Fielmann gibt es Erfreuliches zu berichten.

Auch im Krisenjahr 2009 haben wir einmal mehr das beste Ergebnis seit Gründung des Unternehmens erwirtschaftet. Und wir haben 620 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen.

Die deutsche Wirtschaft ist im vergangenen Jahr so stark geschrumpft wie seit sechs Jahrzehnten nicht mehr. Das Bruttoinlandsprodukt sank 2009 um 5 Prozent: ein Rückgang von etwa 120 Milliarden € für die gesamte Wirtschaft.

Die Entwicklung der Wirtschaftsleistung in Deutschland seit 1960.

Das Wirtschaftswachstum von 1960 bis 1970: Es lag zwischen 2,5 Prozent und 7,5 Prozent. Nur im Rezessionsjahr 1967 gab es einen Rücklauf von 0,3 Prozent.

Im Schnitt wuchs das Bruttoinlandsprodukt von 1960 bis 1970 um 4,4 Prozent.

Die Wirtschaftsleistung von 1970 bis 1980. Die Zuwachsraten pro

Jahr lagen zwischen 1 Prozent und 4,5 Prozent. Nur im Jahr der Ölkrise, also 1975, sank das Bruttoinlandsprodukt um 0,9 Prozent.

Die Wirtschaftsleistung wuchs in dieser Dekade im Durchschnitt um 2,9 Prozent.

Der Zuwachs der Fielmann AG lag 2009 10 Prozent über dem Bruttoinlandsprodukt.

Das durchschnittliche Wirtschaftswachstum von 1980 bis 1990 lag bei 2,6 Prozent.

Von 1990 bis 2000 stieg das Bruttoinlandsprodukt im Durchschnitt noch um 1,7 Prozent.

Die Wirtschaftsleistung von 2000 bis 2009: Der Zuwachs lag zwischen 0,8 Prozent in 2005 und 3,2 Prozent in 2006.

In 2009 sank die Wirtschaftsleistung um 5 Prozent. Der stärkste Rückgang seit Gründung der Bundesrepublik. Für die deutsche Wirtschaft ein Verlust von 120 Milliarden €.

Der Zuwachs der Fielmann AG lag 2009 bei Absatz und Umsatz 10 Prozent über der Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes.

Zur Standortbestimmung die Umsatzentwicklung ausgewählter Wirtschaftszweige. Es sind dies Daten des Statistischen Bundesamtes.

Die Hersteller von Bekleidung verzeichneten ein Minus von 30 Prozent.

Produzenten elektronischer Erzeugnisse erlitten einen Einbruch von 29 Prozent.

Der Maschinenbau verlor 26 Prozent Umsatz.

Die Hersteller von Kraftwagen und Kraftwagenteilen verloren in 2009 22 Prozent ihres Umsatzes.

Die Chemie erlitt einen Verlust von 18 Prozent.

Der Export der Bundesrepublik Deutschland sank um 14 Prozent, ein Verlust von mehr als 160 Milliarden €.

Fielmann steigerte seinen Umsatz um 5,3 Prozent.

Die Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels seit 1991.

Im Vergleichszeitraum verlor der deutsche Einzelhandel 27 Indexpunk-

te, im Geschäftsjahr 2009 einmal wieder 2 Prozent.

Im letzten Jahr haben wir 26 neue Niederlassungen eröffnet.

Insgesamt ein Umsatzverlust von mehr als 100 Milliarden € im Vergleichszeitraum.

Fielmann erwirtschaftete ein Umsatzplus von 340 Prozent.

Im letzten Jahr haben wir 26 neue Niederlassungen eröffnet. Hinzu kamen 17 Niederlassungen in Deutschland, 4 in Österreich, 4 in Polen und eine Niederlassung in der Schweiz.

Wir verfügten Ende des Jahres über 644 Geschäfte in Europa. 60 Prozent der Niederlassungen, die wir bis Ende 2009 eröffnet haben, liegen über Plan.

Beispielhaft einige Niederlassungen: Wiesbaden – Zürich – Annaberg – Rostock – Offenbach – Brandenburg – Bern – Basel – Göttingen – Chemnitz – Freiburg – Wien – Heidelberg – Wiesloch – Berlin – Basel – Genf – Zürich.

Auch im Krisenjahr 2009 konnten wir unsere Stückzahlen steigern. Der Absatz wuchs um 5,4 Prozent auf 6,4 Millionen Brillen. In Deutschland verkauften wir 5,3 Millionen Brillen, das sind etwa 48 Prozent der in der Bundesrepublik abgegebenen Korrektionsbrillen.

80 Prozent unserer Fassungen waren Metallfassungen.

Häufig kombiniert mit Kunststoffbügeln.

Randlose Metallbrillen sind nach wie vor wesentlicher Umsatzträger, sehr beliebt auch bei Politikern und Wirtschaftsführern.

Acetatfassungen sind en vogue.

Die Hochglanzmagazine zeigen derzeit meist übergroße Kunststofffassungen in Karréform.

Der Trend: Brillen werden größer.

Unseren Absatz von Sonnenbrillen mit Korrektionsgläsern konnten wir ob des guten Wetters um 100.000 Stück erhöhen. Angesagt waren großformatige, tiefe Scheiben, häufig schwarz oder havannafarben.

Aber auch Kunststoffmodelle in milchigen rosé- oder cremefarbenen Tönen.

Bei den Metallsonnenbrillen ist die Pilotenform wieder aktuell. Dieser Klassiker wird von Damen und Herren getragen.

Der Umsatz stieg um 5,3 Prozent auf 1,113 Milliarden €.

Angesichts der Wirtschaftskrise sind wir mit dem Vorsteuergewinn in Höhe von 162 Millionen € zufrieden. In der Rezession liegen wir damit um 0,4 Prozent über dem Ergebnis des Vorjahres.

Der Gewinn nach Steuern stieg um 0,4 Prozent auf 114 Millionen €. Dies ist einmal mehr das beste Ergebnis seit Gründung des Unternehmens. Die Umsatzrendite liegt bei 12 Prozent.

Im Dezember 2009 beschäftigten wir 13.235 Arbeitnehmer, ein Zuwachs von 5 Prozent. Im letzten Jahr haben wir 620 neue Arbeitsplätze geschaffen.

Seit Jahren erwirtschaftet Fielmann Steigerungen bei Absatz, Umsatz und Gewinn.

Fielmann gehört zur schmalen Gruppe der deutschen Unternehmen, die trotz Krise gewachsen sind und deren Gewinn stabil geblieben ist.

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 riskante Übernahmen vermieden, sind schuldenfrei.

Dazu die Absatzentwicklung der letzten drei Jahre.

2007 verkauften wir 6 Millionen Brillen,

2008 waren es 6,1 Millionen,

2009 dann 6,4 Millionen Brillen.

Unsere Umsatzentwicklung.

2007 erwirtschafteten wir 984 Millionen € Jahresumsatz,

2008 überschritten wir erstmals die Milliardengrenze, erreichten 1,058 Milliarden €.

Seit Börseneinführung stieg unser Gewinn um 439 Prozent.

2009 waren es 1,113 Milliarden €.

Seit Börseneinführung in 1994 stieg unser Gewinn nach Steuern um 439 Prozent: von 21,2 Millionen € im Jahr des Börsenganges auf 114,3 Millionen € in 2009. Das trotz mehrerer Strukturreformen und der Wirtschaftskrise.

Beweis dafür, wie robust unser kundenfreundliches Marketing ist.

Unser Eigenkapital wuchs von 317 Millionen € in 2005 auf 414 Millionen € in 2009.

Unsere Eigenkapitalquote liegt bei 62,4 Prozent.

Zum Vergleich: die durchschnittliche Eigenkapitalquote der DAX-Unternehmen beträgt weniger als 30 Prozent.

Im Berichtsjahr erwirtschafteten wir eine Eigenkapitalrendite von 27,6 Prozent.

Diese Ergebnisse erzielen wir mit Preisen, die pro Brille im Schnitt mehr als 50 Prozent unter den Preisen des traditionellen Wettbewerbs liegen.

Unter Berücksichtigung des vom Zentralverband der Augenoptiker festgelegten höheren Marktniveaus erreichte Fielmann 2009 mit 5 Prozent aller Optikgeschäfte einen Umsatzmarktanteil von 19 Prozent und einen Stückzahlmarktanteil von 48 Prozent.

Beweis für unsere Preiswürdigkeit. Würden sich Umsatzmarktanteil und Absatzmarktanteil decken, hätte Fielmann die Brillen zum Durchschnittspreis der Branche verkauft. Das ist nicht unsere Philosophie. Wir geben Einkaufsvorteile an unsere Kunden weiter. Wir bieten kleine Preise für viele und nicht hohe Preise für wenige.

Unsere Marktführerposition verdanken wir strikter Kundenorientierung.

Fielmann hat immer wieder verbraucherfreundliche Leistungen in die Branche eingeführt, die es vordem nicht gegeben hat, wie den Brillen-Chic zum Nulltarif, die Geld-zurück-Garantie, die Drei-Jahres-Garantie, die Zufriedenheitsgarantie, um Beispiele zu nennen.

In Folge zeigen wir Ihnen beispielhaft Spots aus unserer TV-Kampagne. Wir haben Brillenträger nach ihrer Meinung über Fielmann gefragt. Deren authentische Antworten zeigen wir im Fernsehen im O-Ton.

Unsere Mitarbeiter sehen sich im Kunden. Sie bedienen ihre Kunden so, wie sie selbst bedient werden möchten: fair, freundlich und kompetent.

Fielmann-Mitarbeiter leben nicht mit dem Druck, dem Verbraucher teure Brillen aufschwätzen zu müssen. Sie finden für jeden Brillenträger die optimale Lösung, das unabhängig vom Preis.

Unsere Mitarbeiter durchlaufen kontinuierlich Schulungen, Tests und Zertifizierungen. Führungspositionen besetzen wir nach Möglichkeit aus eigenen Reihen.

Fielmann ist größter Ausbilder der augenoptischen Branche.

Fielmann bildet mehr als 2.400 Lehrlinge aus, ist größter Arbeitgeber und größter Ausbilder der augenoptischen Branche.

Mit 5 Prozent der deutschen Optikfachgeschäfte stellt Fielmann 33 Prozent aller Auszubildenden im augenoptischen Handwerk.

Den hohen Standard unserer Ausbildung belegen bundesweite Auszeichnungen.

Bei den Gesellenprüfungen stellten wir im Berichtsjahr 80 Prozent der Landessieger. Diese Quote erzielen wir seit Jahren. Und beim Leistungswettbewerb der Augenoptik stellten wir alle Bundessieger.

Meine Damen und Herren, vor Ihnen stehen 80 Prozent der deutschen Landessieger 2009. Alle sind von Fielmann! Das ist einen Beifall wert. Wir sind stolz auf Sie.

Bei den Gesellenprüfungen stellten wir im Berichtsjahr 80 Prozent der Landessieger.

Herzlichen Glückwunsch und Anerkennung auch den Ausbildern in unseren Niederlassungen und den Lehrwerkstätten.

80 Prozent unserer Mitarbeiter halten Fielmann-Aktien.

Für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verwalten wir kostenlos mehr als 12.000 Depots. Über unsere hausinterne Börse können sie kostenfrei Fielmann-Aktien handeln.

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

Fielmann ist ein attraktiver Arbeitgeber. Pro Jahr bewerben sich mehr als 20.000 Menschen um eine Position beim Marktführer der Augenoptik.

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.

Das ist die alte Kassenbrille, wie sie über Jahrzehnte auf Rezept geliefert wurde. Wer nicht das Geld hatte, sich eine teure Feinbrille zu leisten, trug mit der Kassenbrille den Nachweis seines niedrigen Einkommens auf der Nase.

Für ein Fielmann-Nulltarif-Modell müssen unsere Kunden nicht einen Cent dazubezahlen.

Fielmann hat die Kassenbrille schön gemacht, ihr gesellschaftliche Akzeptanz verschafft, hat die Diskriminierung per Sozialprothese abgeschafft. Wir haben Brillenmode über günstige Preise demokratisiert.

Seit es Fielmann gibt, gibt es den Brillen-Chic zum Nulltarif.

Das ist unsere geschichtliche Leistung.

Alle Brillen, die wir Ihnen jetzt zeigen, sind Nulltarifmodelle.

Mit der Brillenversicherung der HanseMercur schreibt Fielmann die Geschichte der Nulltarifbrille fort.

Für nur 10,- € Prämie im Jahr bekommen die Versicherten sofort nach Vertragsabschluss eine topmodische Brille aus Metall oder Kunststoff mit Einstärkengläsern von Zeiss zum Nulltarif, dann alle zwei Jahre eine neue.

Die Versicherten können unter mehr als 90 Nulltarifmodellen in mehr als 600 Varianten wählen.

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

Für die Qualität unserer Brillen bürgen wir mit der Drei-Jahres-Garantie. Auch diese Leistung haben wir in die Branche eingeführt.

Wir geben die Zufriedenheitsgarantie.

Vor Fielmann hofften die Verbraucher auf Kulanz, 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 können zu niedrigeren Preisen anbieten als die Branche, weil wir selbst produzieren, und weil wir in großen Mengen von 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.

Fielmann ist Produzent, Agent und Augenoptiker.

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 zahlen.

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

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

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

die Niederlassungen in Österreich erwirtschaften einen Durchschnittsumsatz von 2,4 Millionen €,

unsere Schweizer Niederlassungen erreichen einen Durchschnittsumsatz von 4 Millionen €.

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

Nun unsere Zahlen für das deutschsprachige Ausland.

Die Eckdaten für Österreich.

Im Dezember verfügten wir über 29 Niederlassungen, wir haben 4 Geschäfte neu eröffnet: zwei in Wien, je eines in Linz und Graz.

Der Absatz stieg um 8 Prozent auf 345.000 Brillen.

Der Außenumsatz wuchs um 11,4 Prozent auf 63 Millionen €.

Der Gewinn vor Steuern sank um 17,9 Prozent auf 6 Millionen €,

der nach Steuern um 14,6 Prozent auf 4 Millionen €.

Grund dafür sind die Vorlaufkosten für unsere vier Neueröffnungen, zumal sich die Premieren der Supercenter Graz und Linz um mehrere Monate verzögerten, Personal viele Monate vorgehalten wurde.

Angesichts dieser Expansionskosten sind wir mit der Umsatzrendite von 10 Prozent zufrieden.

Wir sind sicher, in den nächsten Jahren Gewinne jenseits von 10 Millionen € zu erwirtschaften.

Die Zahl unserer Mitarbeiter stieg um 11,8 Prozent auf 652.

Mittelfristig wollen wir in Österreich 40 Niederlassungen betreiben.

Wir planen 450.000 Brillen abzugeben, erwarten einen Umsatz von 85 Millionen € und einen Gewinn von mehr als 10 Millionen € auszuweisen. Die Eckdaten für die Schweiz.

Wir verfügten zum Jahresende über 31 Niederlassungen, in Basel eröffneten wir ein neues Geschäft.

Der Absatz stieg um 4,2 Prozent auf 380.000 Brillen,

der Außenumsatz um 6,5 Prozent auf 109 Millionen €,

der Gewinn vor Steuern um 35,3 Prozent auf 21 Millionen €.

Und der Gewinn nach Steuern wuchs um 41,2 Prozent auf 16 Millionen €.

Mittelfristig wollen wir in Österreich 40 Niederlassungen betreiben.

Die Gründe für diese sehr erfreuliche Entwicklung sind einmal zufriedene Kunden, dann der Einsatz unserer kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zum anderen Kursgewinne des Franken.

Weiter zahlten wir in 2008 einmal rückwirkend für mehrere Jahre Markenlizenzgebühren an die deutsche Mutter. Seit 2009 überweisen

wir die Lizenzgebühren jährlich nach Deutschland.

Wir sind mit der Entwicklung unserer Niederlassungen in der Schweiz sehr zufrieden.

Die Mitarbeiterzahl wuchs um 8,4 Prozent auf 976.

Alles in allem sind wir mit der Entwicklung unserer Niederlassungen in der Schweiz sehr zufrieden.

Die Umsatzrendite beträgt 20 Prozent, und 50 Prozent unserer Geschäfte haben Supercenterstatus. Der Durchschnittsumsatz einer Schweizer Niederlassung liegt bei 4 Millionen €, also beim dreizehnfachen Umsatz eines Durchschnittsoptikers.

Unser Europa-Flaggschiff Zürich, Bahnhofstraße, besuchen jährlich mehr als 500.000 Menschen. Der Umsatz liegt bei 15 Millionen €, dem fünfzigfachen Umsatz eines Durchschnittsoptikers.

Die mittelfristige Planung für die Schweiz.

Wir rechnen mit 40 Niederlassungen.

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

Österreich und die Schweiz entwickeln sich positiv.

Nach wie vor ist Deutschland unser wichtigster Markt, in dem wir bis Ende letzten Jahres 551 Niederlassungen betrieben haben.

Sonderlich im Raum Berlin und im Süden der Republik müssen wir expandieren. Damit erfüllen wir Kundenwünsche.

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

23 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, das heißt in etwa fünf Jahren, wollen wir in Deutschland um 700 Niederlassungen.

Wir wollen 6,5 Millionen Brillen abgeben und in der Bundesrepublik einen Umsatz von 1,1 Milliarden € erreichen.

Anmerkungen zu unseren wichtigsten Märkten.

Derzeit erwirtschaften wir 82 Prozent unserer Umsätze in Deutschland, der Gewinnanteil liegt bei 85 Prozent des Gesamtergebnisses.

Die Schweiz erzielt 10 Prozent der Umsätze und 14 Prozent der Gewinne.

Österreich trägt mit 6 Prozent zum Umsatz bei, der Gewinnanteil liegt derzeit bei 4 Prozent. Das ist der starken Expansion geschuldet. Wir sehen die Entwicklung in Österreich positiv.

Im deutschsprachigen Raum erwirtschaften wir 98 Prozent unserer Umsätze.

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

Die übrigen Länder, also Polen, Niederlande, Luxemburg, Lettland und Litauen, Weißrussland und die Ukraine erwirtschaften derzeit lediglich 2 % Umsatzanteil, ähnlich sieht es beim Ergebnis aus.

Langfristig wollen wir in Europa 2 Milliarden € umsetzen, das bei organischem Wachstum. Jede ernst zu nehmende Kaufoption wird von uns analysiert. Wir verfügen über Liquidität in dreistelliger Millionenhöhe.

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. Komfortabel sind Gleitsichtgläser.

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

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.

Langfristig wollen wir in Europa 2 Milliarden € umsetzen.

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 15 Prozent, in Schweden 17 Prozent.

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

Sonnenbrillen bieten uns weiteres Potenzial.

Der Trend geht zu hochwertigen Brillen mit Modelabel und garantiertem Schutz vor ultravioletten Strahlen.

Da 45 Prozent aller Brillenträger keine Sonnenbrille in ihrer Stärke besitzen, erwarten wir in diesem Bereich weiteres Wachstum.

Der Sonnenbrillen-Absatz ist abhängig vom Wetter und der Temperatur.

Im letzten Jahr waren wir durch das schöne Sommerwetter begünstigt, in den ersten Monaten dieses Jahres über Dauerregen und Kälte benachteiligt.

Von der Brillenmode hin zum Hörgerät.

Hörgeräteabteilungen sind bei uns strikt von der Brillenmode getrennt. Derzeit betreiben wir 48 Fielmann-Hörgeräteabteilungen. Allein unsere Stammkunden in den Kerneinzugsgebieten benötigen mehr als 60.000 Geräte pro Jahr.

Der Markt der Hörgeräte ist ein Wachstumsmarkt im Bereich der Best Ager.

Pro Jahr werden in Deutschland von HNO-Ärzten und 4.300 Geschäf-

ten etwa 850.000 Geräte angepasst. Der Umsatz der Branche liegt derzeit bei 1,3 Milliarden €.

Im letzten Jahr haben wir 1,113 Milliarden € Umsatz erwirtschaftet.

Der Nachsteuergewinn liegt trotz Wirtschaftskrise bei 114 Millionen €.

Die Eigenkapitalverzinsung bei 27,6 Prozent, das Ergebnis pro Aktie bei 2,64 €, die vorgeschlagene Dividende pro Aktie bei 2,- €.

Beim derzeitigen Kurs ist dies eine Verzinsung von 3,2 Prozent.

Das Unternehmen ist schuldenfrei, verfügt über Liquidität in dreistelliger Millionenhöhe. Auch 2010 werden wir wachsen.

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

Der Kurs der Fielmann-Aktie stieg vom 1. Januar 2008 bis zum 30. Juni 2010 um 38 Prozent.

Der M-DAX schmolz um 19 Prozent, der TEC-DAX verlor 25 Prozent,

im selben Zeitraum verlor der S-DAX 25 Prozent, der DAX verzeichnete ein Minus von 26 Prozent.

In den letzten 10 Jahren legte der Kurs der Fielmann-Aktie um 318 Prozent zu.

Anleger möchten langfristig Vermögenswerte erhalten und mehren. Deshalb die Zehn-Jahres-Betrachtung.

Die Kursentwicklung der Fielmann-Aktie seit dem Januar 2000 bis zum 30. Juni 2010.

In den letzten 10 Jahren legte der Kurs der Fielmann-Aktie um 318 Prozent zu.

Im selben Zeitraum verlor der NE-MAX 86 Prozent seines Wertes.

Der DAX büßte 12 Prozent ein, der S-DAX wuchs um 34 Prozent, der M-DAX um 94 Prozent.

In schwierigen Zeiten bewährte sich die Fielmann-Aktie als wertsta-

bile Anlage. Herzlichen Glückwunsch zu Ihrer Entscheidung für Fielmann. Wir werden weiter sicher wachsen.

Und nun die vorläufigen Zahlen für das erste Halbjahr 2010.

Der Außenumsatz stieg um 4 Prozent auf etwa 570 Millionen €,

der Gewinn vor Steuern dürfte im ersten Halbjahr wachsen um 8 Prozent auf etwa 78 Millionen €.

Das wären nach Steuern 55 Millionen €.

Die Mitarbeiterzahl wuchs um 5 Prozent auf 13.200.

Im laufenden Geschäftsjahr werden wir 20 Niederlassungen neu eröffnen.

Wir sind zuversichtlich, unsere Marktposition weiter auszubauen. Gerade in wirtschaftlich schweren Zeiten

**Von 2001 bis 2009 stieg
die Dividende um
270 Prozent von 54 Cent
auf 2,- € pro Aktie.**

kauft der Verbraucher bei Unternehmen, die ihm hohe Qualität zum günstigen Preis garantieren. In der Augenoptik ist das Fielmann.

Wir erwarten weiteres Wachstum.

Zum Schluss die Dividendenentwicklung der letzten Jahre.

Von 2001 bis 2009 stieg die Dividende um 270 Prozent von 54 Cent auf 2,- € pro Aktie. Beim derzeitigen Kurs ist dies eine Verzinsung von 3,2 Prozent.

Bei Fielmann sitzen Vorstandsvorsitzender und Aktionäre in einem Boot. Wir betreuen ihre Investitionen genauso sorgsam wie unsere eigenen.

Ich danke Ihnen und bitte Herrn Zeiss, unseren Finanzvorstand, um seine detaillierten Ausführungen zum Jahresabschluss.