

Fielmann bleibt auf Erfolgskurs

HAMBURG Ob Wirtschaftskrise, Konkurrenz durch Augenlasern und Online-Handel - alles prallt an Brillen-König Günther Fielmann ab. Für 2012 meldet das Hamburger Unternehmen erneut Rekorde bei Absatz, Umsatz und Gewinn. „Es war einmal mehr das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte“, sagte der Firmengründer und Vorstandschef bei der Vorlage der Bilanzzahlen.

Während der Rest der Branche beim Absatz Rückgänge hinnehmen musste, verkaufte der Primus 2012 mit 7,07 Millionen Sehhilfen, knapp fünf Prozent mehr. Der Konzernumsatz kletterte auf knapp 1,3 Milliarden Euro (+ 4,4 Prozent), der Gewinn nach Steuern auf knapp 130 Millionen Euro (+ 3,4 Prozent). Der Löwenanteil des Überschusses fließt an die Aktionäre, die eine um 20 Cent erhöhte Dividende von 2,70 Euro je Anteil erhalten sollen. Auch vor der Entwicklung beim Personal steht ein Pluszeichen. Die Zahl der Fielmann-Mitarbeiter wuchs um rund 600 auf 15500, 1500 davon in der Hamburger Firmenzentrale. „Schlechte Zeiten sind für uns gute Zeiten“, erklärte der Firmenpatriarch

den Dauererfolg auch in Krisenzeiten. Gerade dann suchten Kunden gute Qualität zu günstigen Preisen - und das bietet sein Unternehmen. Das gelte auch fürs erste Quartal 2013, wenngleich der Absatz auf der Stelle trat und der Umsatz nur minimal wuchs. Ursache seien der lange Winter sowie drei fehlende Verkaufstage. Für das Gesamtjahr erwartet Fielmann einen Umsatzzuwachs von fünf Prozent.

Ungerührt zeigt sich Fielmann von der Konkurrenz im Internet. Deren Marktanteil sei äußerst gering. Brillenverkauf funktioniert nicht ohne das persönliche Ausschauen und Anpassen im Laden.

Fielmanns Sorgen hätte wohl manch anderer Optiker nur zu gern. Das Wachstum leide unter zum Teil zu wenig Platz in den Läden. Mancher Kunde gehe wieder, weil er nicht warten wolle. Fielmann: „Wir haben 100 Niederlassungen, die zu klein sind für den Kundenandrang.“ Größere Geschäftsräume in guten Lagen seien schwer zu bekommen. Die Zahl der deutschen Niederlassungen will Fielmann mittelfristig von 572 auf 700 steigern, den Umsatz von 1,3 auf zwei Milliarden Euro.

Markus Lorenz