

Die Welt | 16.09.09

## Optische Meisterleistung

**Mit Fleiß, List und Instinkt hat Günther Fielmann Europas größten Brillenhändler aufgebaut. Attacken der Konkurrenten haben ihn eher noch angestachelt** *Von Birger Nicolai*

Wer sich mit Günther Fielmann trifft, sollte ein paar Worte aus dem Landleben draufhaben. "Wenn die mich nicht so angegriffen hätten, wer weiß, ob ich dann aus der Sasse gekommen wäre", erzählt Fielmann über die Jahre, in denen er sich gegen Attacken von Optiker-Kollegen wehren musste. Die Sasse ist eine kleine Mulde, in die sich ein Hase hineinduckt, wenn er sich verstecken will. Dabei liegt er mit dem Kopf gegen den Wind.

Der Vergleich kommt nicht von ungefähr. Fielmann ist ein Instinktmensch - und hat wohl auch deshalb einen solchen Erfolg. Er schickte schon Testkäufer in seine eigenen Läden, als diese Art der Qualitätskontrolle bei anderen Einzelhändlern noch als Geldverschwendung galt. Mit Geschick, Fleiß und List hat er ein riesiges Brillen-Reich aufgebaut. Am morgigen Donnerstag wird Fielmann 70 Jahre alt. Er ist ein Sonntagskind, so wie sein Sohn Marc. Der 20-jährige Filius soll die Firma übernehmen, "wenn er soweit ist", sagt der Vater. Bis dahin aber will der Ferrari-Sammler Fielmann als Vorstandschef das Steuer in der Hand behalten.

Fielmann sitzt auf der Terrasse des Herrenhauses Schierensee, einem barocken Prachtbau aus dem 18. Jahrhundert. Er hat Gut Schierensee 1998 gekauft und es mit Millionen-Euro-Aufwand zu einem ökologischen Betrieb mit 1600 Hektar Landbesitz umgebaut. Fielmann wohnt hier am Wochenende. Das Gut ist offen für Besucher, an Weihnachten kommen Nachbarn zu Gottesdiensten in die Stallungen. Fielmann verschanzt sich nicht in seiner Nobelherberge.

Die Erdverbundenheit hat er von seinen Eltern, die Freude an schönen teuren Dingen - er sammelt auch antike Möbel und Kunst - nicht. Seine Eltern waren von preußisch-nüchternen Natur.

Fielmann wird zweieinhalb Wochen nach Beginn des Zweiten Weltkriegs in Stafstedt, einem Dorf bei Rendsburg in Schleswig-Holstein, geboren. Der Vater Wilhelm Fielmann, damals 35 Jahre alt und Lehrer von Beruf, hält nichts von Luxus. Der verderbe den Charakter, ist der Patriarch überzeugt. Schlittschuhe oder ein Fahrrad gibt es für den Sohn nicht.

Die Mutter öffnet Günthers Augen für die Natur. Beide ziehen durch die Wälder, sie bringt ihm Namen und Form der Blumen und Pflanzen bei. Damals träumt er von einem eigenen Bauernhof. Heute besitzt Fielmann vier große Landgüter, auf denen er Rinder, Schafe und Pferde züchtet und ökologischen Anbau betreibt. Mit elf Jahren muss Günther nach Hamburg umziehen, der Vater wird Leiter einer Berufsschule. Das Stadtleben bleibt Fielmann jedoch fremd. "Ich habe die Jugendlichen in der Stadt immer als härter erlebt und nicht so fair", sagt er. Nach dem Abitur will Fielmann Fotograf werden, doch der Vater hält eine Optikerlehre für angemessener. In Hamburg geht Fielmann in die dreijährige Ausbildung zum Augenoptiker. Nach ersten Berufsjahren macht er in Berlin auf der Höheren Fachschule seinen Meisterbrief. In dieser Zeit fährt der junge Fielmann regelmäßig nach Stafstedt und besucht Verwandte und Freunde. Muss er wieder los, nimmt er eine Grassode mit. Wenn das Gras in Berlin braun geworden ist, weiß er, dass es wieder Zeit für einen Besuch in seinem Heimatdorf ist.

Fielmann ist schon früh ein geschickter Geschäftsmann. In Berlin wohnt er in einem Zimmer, er fliegt hinaus und muss neu suchen. "Da dachte ich: Das kann ich selber. Ich habe mir eine Wohnung am Kudamm gemietet und die anderen Zimmer vermietet", sagt er.

Später arbeitet Fielmann in Deutschland für den französischen Brillenkonzern Essilor, dann für dessen amerikanischen Konkurrenten Bausch & Lomb. Mit 34 Jahren macht er in Cuxhaven seinen ersten Optikerladen auf. Dort hat er Freunde, die ihm das Geld dafür leihen. Schnell begreift er, wie das Geschäft funktioniert: Optiker kaufen Brillengestelle und Gläser ein, schleifen sie je nach den Anforderungen der Kunden und schlagen das Zehnfache ihres Einkaufspreises auf die Ware drauf. Er habe gemerkt, dass Optiker mit ihren Produkten Image und Lebensgefühl verkaufen, und das "keineswegs zu Produktionskosten", sagt Fielmann heute. Er verlangt viel weniger und wird in seiner Zunft schnell als Störenfried bekannt. Rasch hat Fielmann ein Dutzend Läden aufgemacht - mit selbstständigen Partnern in einem Franchisesystem.

1981 führt er die "Brille zum Nulltarif" ein. In einem Sondervertrag mit einer Allgemeinen Ortskrankenkasse unterschreibt Fielmann, dass er Kassenpatienten fortan eine Auswahl von 90 Metall- und Kunststoffbrillen in 640 Varianten auf Rezept anbietet. Der Satz des Mädchens aus der Werbung "... und mein Papi hat keinen Pfennig dazu bezahlt" können die Konkurrenten bald im Schlaf aufsagen. "Wir haben ihr gesamtes Geschäftsmodell kaputt gemacht", sagt Fielmann. "Wenn ich zu den Tagungen unserer Innung ging, saß ich meist allein am Tisch." Türen seiner Läden werden mit Pattex zugeklebt, Scheiben eingeworfen. Wer bei Fielmann arbeite, könne sich nirgends anders mehr sehen lassen, drohen die Berufskollegen. Auch das formt den Menschen Günther Fielmann.

Hart zur Sache geht es Ende der 80er-Jahre. Fielmanns ärgster Widersacher in Nordrhein-Westfalen, Krane-Optik, bringt ein Schreiben in Umlauf, das den Aufsteiger verunglimpft. Aus einem Schredder holen Detektive für Fielmann Material, er erstattet Strafanzeige. Schließlich verurteilt ein Gericht Fielmanns Gegner zum Schadenersatz. "Das alles zusammen hat ihn mehr als eine Million D-Mark gekostet", sagt Fielmann.

Solche Art Anfeindungen sind in Deutschland längst Geschichte. Im Ausland dagegen kämpft Fielmann nach wie vor mit harten Bandagen. Um in den Niederlanden einen Fuß auf den Boden zu bekommen, liefert er sich eine Zeit lang mit der vor Ort starken Optikerkette Specsavers aus Großbritannien einen rigorosen Preiskampf. Dabei bietet er eine komplette Brille für nur einen Cent an.

Gelegentlich reizt Fielmann das Abenteuer. In den 80er-Jahren sucht er einen Weg, um Brillen in den Ostblock exportieren zu können. Dafür bündelt er mit den Sandinisten in Nicaragua an, fliegt dorthin und fährt mit Ernesto Cardenal durch das Land. Der Priester und Politiker soll Fielmann einen Zugang in den kommunistischen Wirtschaftsraum ermöglichen - was aber am Ende nicht gelingt.

Bei Brillenlieferanten - egal ob Luxusmarkenherstellern wie Luxottica oder den Fabriken in China - gilt Fielmann als harter Knochen, wenn Preise verhandelt werden. In Deutschland hat Fielmann in Hamburg und Köln zwei kleine Edel-Optiker aufgemacht, um sie gegen die eigenen Läden antreten zu lassen. "Ich will wissen, was die Leute dort ausgeben und was sie interessiert", sagt er. Das macht ihm Spaß. Seine Position ist in Deutschland unangefochten. Er betreibt fünf Prozent der Optikergeschäfte des Landes, erreicht aber einen Marktanteil im Absatz von 48 Prozent, beim Umsatz sind es 22 Prozent. Der Unterschied macht deutlich: Der durchschnittliche Brillenpreis ist in seiner Firma wesentlich niedriger als bei der Konkurrenz. Dennoch gehört Fielmann zu den Bestverdienenden der Branche. Seine Gewinnmarge vor Steuern lag 2008 bei 18 Prozent. Diesen Erfolg gilt es nun zu bewahren.

Eine Hypothek für Sohn Marc und die Nachfolge dürfte sein, dass Fielmann im Kern das Bewährte fortsetzen will. Als es zuletzt Probleme in der eigenen Ausbildungsstätte in Plön gab, führte Fielmann als Reaktion das "Werkstattwochenbuch" wieder ein. So kennt er es aus seiner Lehre vor fünf Jahrzehnten. Marc wird eine solche Zeit nicht bekommen, er soll im Schnellverfahren das Handwerk lernen. Doch noch studiert er für einige Jahre an der London School of Economics.

Marc und dessen Schwester Sophie stammen aus der bislang einzigen Ehe Fielmanns - mit Heike Eggert, die er 1988 als damals 18-jähriges Brillenmodell in seiner Firma kennenlernte. Sie sind seit neun Jahren geschieden, die Tochter wächst bei der Mutter auf. Marc lebt beim Vater. Was immer der über den Sohn sagt, klingt begeistert. "Wir haben zusammen Baumhäuser gebaut, die so hoch waren, dass wir uns nicht mehr hinein getraut haben", schwärmt Fielmann. Noch immer lässt er sich regelmäßig in seinem Geburtsort sehen. Er geht dann in den Edeka-Markt, der seinem Vetter Peter Thomsen gehört. Der ist ein Jahr jünger als Fielmann und steht noch im Laden. "Diese Unternehmer müssen mit Renditen von ein bis zwei Prozent überleben", sagt Fielmann. Es klingt nicht abfällig, eher respektvoll. Nicht jeder hat so ein Glück wie er, ist sich Fielmann in dem Moment bewusst.