

NACHGEFRAGT: GÜNTHER FIELMANN

„Wir werden auch im Ausland erfolgreich sein“

Die Fielmann AG hat sich zu einem vertikal integrierten Konzern entwickelt, der die gesamte Wertschöpfungskette abdeckt. Wie hoch ist der damit verbundene Preisvorteil gegenüber den traditionellen Optikern?

Unser Einkaufsvorteil bei Markenware, wie sie der traditionelle Optiker einkauft, die wir aber ohne den Markenaufdruck beziehen, liegt bei 70 %. Da wir diesen Einkaufsvorteil an den Verbraucher weiterreichen, liegen unsere Publikumspreise für diese Produkte um 70 % unter dem allgemeinen Preisniveau. Bei Brillen, die mit dem Markennamen bedruckt sind, betragen die Preisvorteile zwischen 25 und 50 %.

Wie weit werden Sie in der Expansion in Deutschland noch gehen?

Wir betreiben jetzt 446 Filialen. Damit ist unsere Expansion in Deutschland weitgehend abgeschlossen. Wir werden noch 25 Filialen eröffnen. Wir eröffnen ungenutzte Niederlassungen in Städten mit weniger als 50 000 Einwohnern. Um rentabel zu wirtschaften, benötigen wir Jahresumsätze jenseits von 1 Mill. Euro pro Filiale.

Wie kann Fielmann auf der bestehenden Fläche den Gewinn erhöhen?

Durch verbesserte Organisation und weitere Schulung des Personals können wir den Gewinn um 15 Mill. Euro steigern.

Werden die Margen für Fielmann in Zukunft knapper? Im Ausland treffen sie auf große Optik-Filialketten?



Günther Fielmann startete 1981 seine Strategie, Brillen auf Kassenrezept ohne Aufpreis zu verkaufen.

Wir liegen mit unseren Preisen im Schnitt um 30 bis 70 % unter den Preisen der wesentlichen ausländischen Wettbewerber, können also mit Sicherheit unsere Margen halten. Vor uns liegt aber das Abenteuer, in Märkte einzudringen, deren Bewohner Fielmann noch nicht kennen. Wir müssen daher mit erheblich höheren Anlaufkosten rechnen als bisher. Grundsätzlich bin ich aber sicher, dass wir in Ländern wie Spanien und Großbritannien Erfolg haben werden. Angestrebt wird in Europa ein mengenmäßiger Marktanteil von 30 %.

Wo liegen die Engpässe für die Expansion?

Wir benötigen qualifiziertes Personal zur Führung der großen Filialen, das wir uns selbst heranziehen müssen. In zwei bis drei Jahren erwarte ich den großen Schub aus unserer Ausbildung. Dann können wir wieder Superstores bauen. Unser Ziel ist es, Eliten heranzubilden. Wenn wir in Europa die Größten sind, dann brauchen wir die beste Leistung auf allen Feldern.

Die Fragen stellte Lutz Beukert.