

Fielmann ohne Fielmänner

Auf der Hauptversammlung **fehlen der Gründer und sein Sohn**. Die Aktionäre stehen zum Unternehmen trotz des jüngsten Kursabsturzes

HANNA-LOTTE MIKUTEIT

HAMBURG :: Wer einen Platz in den vorderen Reihen ergattert hatte, ahnte schon vor Beginn der Fielmann-Hauptversammlung, dass beim Aktionärstreffen der Hamburger Optikerkette 2018 etwas anders sein würde als in den Vorjahren. Auf dem Podium im Mehr! Theater standen ordentlich aufgereiht die Namensschilder von Aufsichtsräten und Vorständen – aber der Name Fielmann war nicht darunter. Kurz nach 10.00 Uhr löste Aufsichtsratschef Mark Binz das Rätsel. Firmengründer Günther Fielmann und Sohn Marc, seit April gleichberechtigte Vorstandsmitglieder des MDAX-Konzerns, ließen sich krankheitsbedingt entschuldigen. Ein Raunen ging durch den Saal. Anwesend waren nur Günther Fielmanns geschiedene Ehefrau Heike und Tochter Sophie, 19.

Marc Fielmann, 28, sei zu Wochenbeginn mit unspezifischen Schmerzen ins Krankenhaus eingeliefert worden, erklärte Binz. Am Mittwochabend musste er sich wegen einer akuten Blinddarmentzündung einer Notoperation unterziehen. Alles sei positiv verlaufen, so der oberste Fielmann-Aufsichtsratsmitglied. Marc müsse aber die nächsten Tage noch in der Klinik bleiben. Am Morgen hatte Fielmann junior via Textnachricht mitgeteilt, dass es ihm schon wieder gut gehe. Bereits am Montag wird er an seinem Arbeitsplatz zurück erwartet.

Das ist ein Absturz, den alle Aktien mal haben. Mich beunruhigt das nicht

Aktionär Robert Higgins zum jüngsten Kursrückgang

Günther Fielmann habe den unklaren Gesundheitszustand seines Sohnes so mitgenommen, dass er auf Anraten seiner Ärzte die Teilnahme an dem Aktionärstreffen absagen musste, berichtete Binz weiter. Eine Premiere in der Geschichte der Optikerkette. Bereits zuvor war öffentlich geworden, dass der Erfinder des „Brillenchics zum Nulltarif“ – wie schon bei der Vorstellung der Bilanz – den Hauptteil der Vorstandspräsentation im Mehr! Theater eigentlich Sohn Marc überlassen wollte. Erst im vergangenen Jahr hatte der 78 Jahre alte Seniorchef sein Vorstandsmandat bis 2020 verlängert. Immer wieder war in der Vergangenheit über seinen Gesundheitszustand spekuliert worden. Er hatte aber stets bekräftigt, dass er den Posten weiter ausfüllen wolle. Bei der Vorbereitung der Hauptversammlung, betonte Binz, hätten Vater und Sohn dann auch gemeinsam Regie geführt.

Und so begann Finanzvorstand Georg Alexander Zeiss seine Ausführungen auch mit einem typischen Fielmann-Satz: „Über Fielmann gibt es Positives zu berichten.“ Es folgte eine Auflistung neuer Rekorde für 2017 beim Absatz (8,1 Millionen Brillen), Umsatz



Die Führungsriege der Optikerkette muss am Donnerstag auf der Hauptversammlung ohne ihre beiden Chefs Günther und Marc Fielmann auskommen

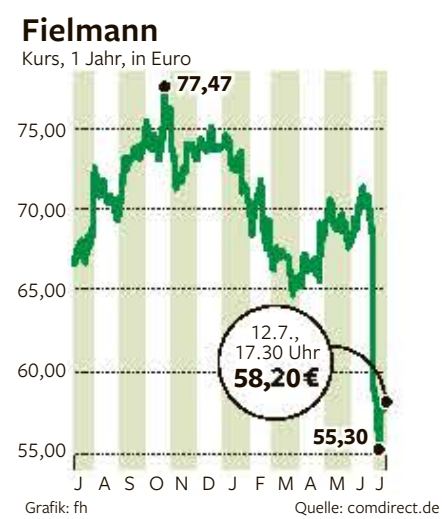
Andreas Laible

(1,39 Milliarden Euro), Gewinn (172,9 Millionen nach Steuern) und der Dividende. Sie steigt – für die Anleger erfreulich – zum 13. Mal in Folge auf 1,85 Euro je Aktie. Auf die jüngsten Kursverluste, das Papier war nach einer Gewinnwarnung für das erste Halbjahr Ende Juni um mehr als 20 Prozent abgestürzt, ging der Finanzchef in seiner Rede nur am Rande ein. „Fielmann ist ein Familienunternehmen. Wir denken langfristig“, lauteten die ebenfalls sonst für Günther Fielmann typischen Sätze.

Die harmonische Grundstimmung im mit 1450 Aktionären gut gefüllten Saal wurde durch den jüngsten Kursrückgang nicht getrübt. „Das ist ein Absturz, den alle Aktien mal haben. Mich beunruhigt das nicht“, sagte Aktionär Robert Higgins, der extra aus Goslar angereist war. Er habe sogar die Chance genutzt, direkt Aktien nachzukaufen. Und Karl Bauer hat nach dem Kursrückgang sein Fielmann-Depot verdoppelt. Bedenken für die künftige Konzernentwicklung hat er nicht. „Aber ich möchte Infos haben und den Vorstand hören“, sagte der Hamburger, der bereits seit dem Börsengang Fielmann-Aktien besitzt. Die Anteilseigner stehen offensichtlich zu „ihrem“ Unternehmen. So gab es schon zu Beginn der Hauptversammlung Applaus, als auf die Inthroni-

sierung der Fielmann-Doppelspitze hingewiesen wurde.

In seiner Präsentation nannte Finanzvorstand Zeiss als Gründe für das Gewinnminus im ersten Halbjahr von sechs Prozent auf 116 Millionen Euro unter anderem höhere Personalkosten von etwa zehn Millionen Euro. Die Belegschaft in den europaweit 723 Filialen sei um 649 Mitarbeiter auf 18.522 gestiegen. Hinzu kämen Investitionen in die Digitalstrategie in Höhe von zwei Millionen Euro, die Schwäche des Franken und die Vorlaufkosten für die Expansion in Italien. Zeiss machte aber auch



deutlich, dass er im zweiten Halbjahr mit besseren Zahlen rechne. „Für das Gesamtjahr erwarten wir ein Ergebnis auf Vorjahresniveau.“ Für das weitere Wachstum, der Umsatz soll in den nächsten fünf Jahren auf 2,5 Milliarden Euro steigen, setzt Fielmann auf größere Filialen und weitere Eröffnungen in Europa. Dabei schaut das Unternehmen vor allem auf den italienischen Markt. Langfristig sieht die von Marc Fielmann vorangetriebene Expansion in dem südeuropäischen Land 40 Niederlassungen und einen Umsatz von 80 Millionen Euro vor. Konkrete Zahlen über Erlöse



Die beiden Chefs: Vater Günther und sein Sohn Marc Fielmann

dpa

und Erträge in Italien nannte Zeiss allerdings nicht. Nur so viel ließ sich der Finanzvorstand entlocken: „Die ersten Filialen machen Gewinn.“

Die Entwicklung in Italien war einer der wenigen Punkte, bei denen die Redner aus dem Kleinaktionärskreis kritisch nachfragten. Während die Vertreter von Aktionärs-Schutzgemeinschaften Mühe hatten, „angesichts der kontinuierlich positiven Entwicklungen“ neue Fragen zu stellen, kritisierte Einzelaktionär Udo Rüter aus Wuppertal die dünnen Informationen zur Digitalstrategie und zu den Gründen für die Gewinnwarnung. Trotz des Kursabsturzes fiel aber auch Rüterers Bilanz positiv aus: „Man muss Vertrauen haben, dass das Unternehmen richtig handelt.“ Dabei spiele der Übergang an der Spitze eine wichtige Rolle. „Ich habe das Gefühl, dass der reibungslos verläuft.“

Der Kurs der Aktie am Tag der Hauptversammlung wies ebenfalls in eine positive Richtung. Die Aktie legte um 0,9 Prozent auf 58,20 Euro zu. Und auch die Firmenkontrollen glauben offensichtlich an das Papier, wie zwei aktuelle Pflichtmitteilungen zeigen: Aufsichtsrat Hans-Georg Frey investierte einen fünfstelligen Betrag in die Optikerkette, Aufsichtsratschef Mark Binz sogar einen sechsstelligen.

Streik bei Ryanair – Hamburg noch nicht betroffen

HAMBURG :: Bei Ryanair sind die Piloten in Irland am Donnerstag in Streik getreten – zum ersten Mal überhaupt im Heimatland des Billigfliegers. Etwa 100 der 350 irischen Piloten hatten für einen 24-stündigen Streik gestimmt. Ryanair kündigte an, 30 der 290 Flüge von Irland aus zu streichen. Den Piloten geht es vor allem um ein transparenteres Lohn-, Beförderung- und Versetzungssystem. Die Gewerkschaft Forsa/Ialpa moniert, dass die Karrieren der Piloten stark vom Gutdünken der Vorgesetzten abhängen. Das Unternehmen verweist darauf, dass seine Piloten so gut entlohnt würden wie sonst nirgends im Billigflugsektor.

Eine Sprecherin der Gewerkschaft sagte, die Gespräche mit dem Arbeitgeber würden erst wieder aufgenommen, wenn sie auf Augenhöhe stattfänden und die Manager glaubhaft machten, dass sie es ernst meinten. Weitere Kampfmaßnahmen seien bis dahin nicht auszuschließen. Rund zwei Dutzend Piloten postierten sich als Streikposten in der Nähe des Flughafens Dublin. Ryanair bot Streikbrechern an, für Taxikosten oder Parkgebühren aufzukommen.

Piloten und Kabinenpersonal von Ryanair hatten sich erst im Herbst organisiert, nachdem die Fluggesellschaft von einer Serie von Stornierungen betroffen war. Im Dezember erkannte Ryanair die Arbeitnehmervertretung zum ersten Mal in der 32-jährigen Firmengeschichte an. In Deutschland und Portugal hatte es bereits Arbeitskämpfe bei Ryanair gegeben.

Der Flughafen Hamburg war am Donnerstag noch nicht von dem Streik betroffen. „Bei uns lief alles reibungslos“, sagte eine Airport-Sprecherin am Nachmittag dem Abendblatt. Allerdings soll es Ende Juli zu weiteren Streiks beim Kabinenpersonal von Ryanair in Südeuropa kommen. Sie könnten auch Hamburg treffen. (rtr/ode)

NACHRICHTEN

PREISE ABGESPROCHEN

205 Millionen Euro Bußgeld gegen Edelstahl-Unternehmen

BONN :: Wegen verbotener Preisabsprachen und des Austauschs wettbewerbsfähiger Informationen hat das Bundeskartellamt gegen sechs Edelstahl-Unternehmen und einen Branchenverband Bußgelder von insgesamt rund 205 Millionen Euro verhängt. Die betroffenen Firmen, darunter die beiden Stahlkonzerne ArcelorMittal und Saarstahl AG, haben die Vorwürfe eingearbeitet. Mehrere Unternehmen kooperierten zudem bei der Aufklärung des Falls mit dem Kartellamt.

URTEIL

Händler darf Internetverkauf von Luxusartikeln untersagen

FRANKFURT :: Das Oberlandesgericht Frankfurt hat einem Einzelhändler untersagt, Luxusparfüm über die Internetplattform amazon.de zu vertreiben. Die Richter gaben in dem Urteil der Klage der Firma Coty Germany GmbH statt, die exklusive Parfüms und Kosmetika nur über autorisierte Händler vertreibt. Dem Urteil zufolge muss es das Unternehmen nicht hinnehmen, dass seine Artikel über „nicht autorisierte Drittunternehmen“ wie die Internetplattform vermarktet werden (Az.: 11 U 96/14).

VERPACKUNGEN

Gerresheimer kauft zu – Aktie steigt um neun Prozent

DÜSSELDORF :: Der für die Pharma- und Kosmetikindustrie produzierende Verpackungshersteller Gerresheimer baut mit einem Zukauf in der Schweiz sein Geschäft mit Mikropumpen für medizinische Anwendungen aus. Für maximal 350 Millionen Euro wird Gerresheimer die 2004 gegründete Sensile Medical von Privateignern übernehmen, so der Konzern. Die Aktie des MDAX-Konzerns schoss am Donnerstag um bis zu neun Prozent in die Höhe und war damit Index-Spitzenreiter.

Giftfreie Textilien – Greenpeace lobt Tchibo, Adidas und Co.

Umweltschützer sehen **große Fortschritte** beim Thema „saubere Mode“. Allerdings gibt es nun Kritik an der Schnelligkeit der Kleidung

ERICH REIMANN

HAMBURG :: Chlorphenole, perfluorierte Kohlenwasserstoffe oder Phthalate: Bei manchen Chemikalien, die noch heute in der Textilproduktion eingesetzt werden, kann dem Verbraucher schon malmig werden. Gelten sie doch als hochgiftig, krebserregend oder als gefährlich für die Fortpflanzungsfähigkeit. Vor sieben Jahren, am 13. Juli 2011, startete die Umweltschutzorganisation Greenpeace deshalb eine Detox-Kampagne, um elf „chemische Superschadstoffe“ weltweit aus der Textilproduktion zu verbannen und so die Gefährdung für Mensch und Umwelt in den Produktionsländern wie China, Indonesien oder Mexiko zu verringern. Mit Erfolg, wie die Geschäftsführerin von Greenpeace International, Bunny McDiarmid, nun in Hamburg bilanzierte. „Es

gab einen tief greifenden Wandel in der Bekleidungsindustrie“, lobte sie in dem Greenpeace-Bericht „Destination Zero: Sieben Jahre Entgiftung der Textilindustrie“ die Entwicklung in den vergangenen Jahren.

Insgesamt 80 Firmen, die für etwa 15 Prozent der globalen Textilproduktion stehen, haben sich laut Greenpeace inzwischen verpflichtet, bis 2020 bei der Produktion ihrer Ware den Einsatz der elf gefährlichsten Chemikaliengrup-

pen auf null zu senken. Mit an Bord sind neben den Modegiganten H&M, Primark und Zara, Sportartikelhersteller wie Adidas, Nike und Puma sowie die Handelsketten Aldi und Lidl. Mit dabei ist auch der Hamburger Kaffeeröster Tchibo, der einen großen Teil seines Umsatzes mit Textilien macht.

Die Umsetzung der Versprechen macht Greenpeace zufolge sichtbare Fortschritte. Fast drei Viertel der beteiligten Unternehmen verzichteten mittlerweile bei der Textilproduktion auf gefährliche perfluorierte Chemikalien, sogenannte PFCs, die unter anderem als krebserregend gelten. Die restlichen Unternehmen machten „gute Fortschritte auf dem Weg dahin“. Auch bei anderen gefährlichen Stoffen gehe die Entwicklung voran. „Aus ökologischer Sicht ist dies alles ein riesiger Erfolg“, urteilte Greenpeace. Dabei seien die

Forderungen ursprünglich als „Ding der Unmöglichkeit“ abgetan worden.

Thomas Rasch vom Deutschen Modeverband Germanfashion räumt ein, vor der Detox-Kampagne habe das Hauptaugenmerk der Branche auf der Produktsicherheit in Deutschland gelegen. Durch die Kampagne sei auch die Situation in den Produktionsländern stärker ins Blickfeld geraten.

Auch nach Einschätzung von Kai Falk vom Handelsverband Deutschland (HDE) hat die Entgiftungskampagne dazu beigetragen, die Branche zu verändern. „Detox ist heute kein Nischenthema mehr. Das Ziel der Kampagne ist voll im Handel angekommen“, meint er. Für den Handelsexperten Martin Fassnacht von der Wirtschaftshochschule WHU ist das auch nötig: „Die Verbraucher erwarten heute mehr Engagement für die Umwelt von den Unternehmen.“ Bitter

für Handel und Hersteller sei allerdings, dass die Masse der Verbraucher nicht bereit sei, mehr dafür zu bezahlen.

Für Greenpeace sind die bisherigen Erfolge aber kein Grund, sich auszuruhen. Denn Umweltschützer treibt die Sorge um, dass die bisherigen Fortschritte durch die immer größere Schnelligkeit der Modewelt unterlaufen werden. Sonst werde der Kleiderkonsum in den nächsten Jahren drastisch ansteigen: Von 62 Millionen Tonnen im Jahr 2017 auf 102 Millionen Tonnen im Jahr 2030, befürchtet Greenpeace. Hier sei die Modebranche gefordert. Sie müsse für einen radikalen Wandel sorgen, indem sie statt immer kurzlebigerer Kollektionen qualitativ bessere, haltbarere und vielseitigere Kleidung herstelle. „Die Zeit ist reif, das nächste Undenkbare in Angriff zu nehmen“, meint Bunny McDiarmid.



Bunny McDiarmid, Geschäftsführerin von Greenpeace International dpa