© Pixel-Shot – stock.adobe.com

Grenzen des Wachstums

Zu geringe Margen – Fielmann muss Stellen abbauen

Was die Zahnärzte noch vor sich haben, ist bei den Augenoptikern bereits Realität: ein harter Preiswettbewerb und ein enormer Konzentrationsprozess. Doch der Blick über den Tellerrand zeigt auch: Die Kettenbildung durch fremdkapitalfinanzierte Medizinische Versorgungszentren (MVZ) muss nicht das Aus für kleine inhabergeführte Praxen bedeuten. Branchenprimus Fielmann kündigte Anfang März sogar ein massives Kostensenkungsprogramm und einen Stellenabbau an, weil die Margen zu gering sind.

Auf den ersten Blick sind die Zahlen bei den Optikern erschreckend. So erwirtschaften die zehn größten Optiker in Deutschland rund 50 Prozent des Gesamtumsatzes. Und das, obwohl ihnen nur 20,4 Prozent der Betriebsstätten, sprich Läden, gehören. Im Umkehrschluss heißt das, dass rund 80 Prozent der Optikerläden in Deutschland kleinen und mittelständischen Unternehmern gehören. Sie müssen sich die restlichen 50 Prozent des 6,5 Milliarden-Euro-Kuchens teilen. Erstaunlich ist auch: Die Zahl der Läden hat in den vergangenen 20 Jahren nur minimal abgenommen. 2013 gab es laut dem Zentralverband der Augenoptiker (ZVA) 12 000 Fachgeschäfte, 2022 waren es 11 280. Dies entspricht einem jährlichen Rückgang von zwei bis fünf Prozent. Von einem Optikersterben kann also bislang keine Rede sein. „Die Marktkonzentration in der Branche ist insgesamt als gering zu bezeichnen, sie hat in den letzten fünf Jahren aber merklich zugenommen. Die Branche ist traditionell stark fregmentiert und wird mehrheitlich immer noch von inhabergeführten Einzelgeschäften und Kleinstketten geprägt", konstatieren die Analysten der Unternehmensberatung IBIS-World. Doch wie können die „Kleinen" überleben? Trotz der wachsenden Konkurrenz gilt der Brillenmarkt als hoch profitabel. Die Brille hat sich in den vergangenen Jahren vom Hilfsmittel zum modischen Accessoire entwickelt. Es gibt sogar junge Menschen, die eine Brille aus stylishen Gründen tragen, ohne fehlsichtig zu sein.

Billig ist out

Dementsprechend wächst die Nachfrage nach schicken und teuren Fassungen. Der Slogan „Brille zum Nulltarif" zieht offensichtlich immer weniger. So entschieden sich 2021 52 Prozent der Kunden für eine Fassung, die mehr als 200 Euro kostet. Billigbrillen für unter 50 Euro hatten dagegen nur einen Marktanteil von zwei Prozent. Das Sachleistungsprinzip spielt in der Optikerbranche so gut wie keine Rolle mehr. So wurden 2021 nur noch 13 Prozent der Brillen aufgrund einer augenärztlichen Verordnung hergestellt. 87 Prozent der Brillen wurden dagegen direkt vom Augenoptiker vermessen und von den Kunden privat bezahlt. Vor 20 Jahren lag der Anteil der Kassenbrillen dagegen noch bei 50 Prozent. Ähnlich wie die Zahnmedizin haben sich die Optiker also in erheblichem Umfang von den Zwängen des GKV-Systems befreit. Doch auch der Bedarf an Brillen steigt kontinuierlich, was nicht nur auf die demografische Entwicklung zurückzuführen ist. Denn auch jüngere Menschen scheinen tendenziell schlechter zu sehen. Während 2014 32 Prozent der 20- bis 29-Jährigen eine Brille benötigten, sind es heute bereits 36 Prozent. Bei den 30- bis 44-Jährigen tragen mittlerweile 44 Prozent eine teure Gleitsichtbrille. Eine mögliche Erklärung: Die intensive Nutzung von Smartphones, Tablets und PowerPoint-Präsentationen in der Arbeitswelt fördert eine Fehlsichtigkeit früher zutage als dies vor der Digitalisierung der Fall war. Hinzu kommt eine alternde Bevölkerung. Während in der Gesamtbevölkerung der Anteil der Brillenträger bei 66 Prozent liegt, brauchen bei den Über-60-Jährigen 92 Prozent eine Sehhilfe. Können sich die Optiker also entspannt zurücklehnen, weil die Zeit für sie arbeitet? Die Antwortet lautet: Nein. Denn gerade der demografische Wandel macht auch vor ihnen nicht Halt. So stellte die Tageszeitung „Die Welt" bereits 2020 fest, dass das Durchschnittsalter der selbstständigen Optiker bei 54 Jahren liegt. Jeder vierte war damals über 60.

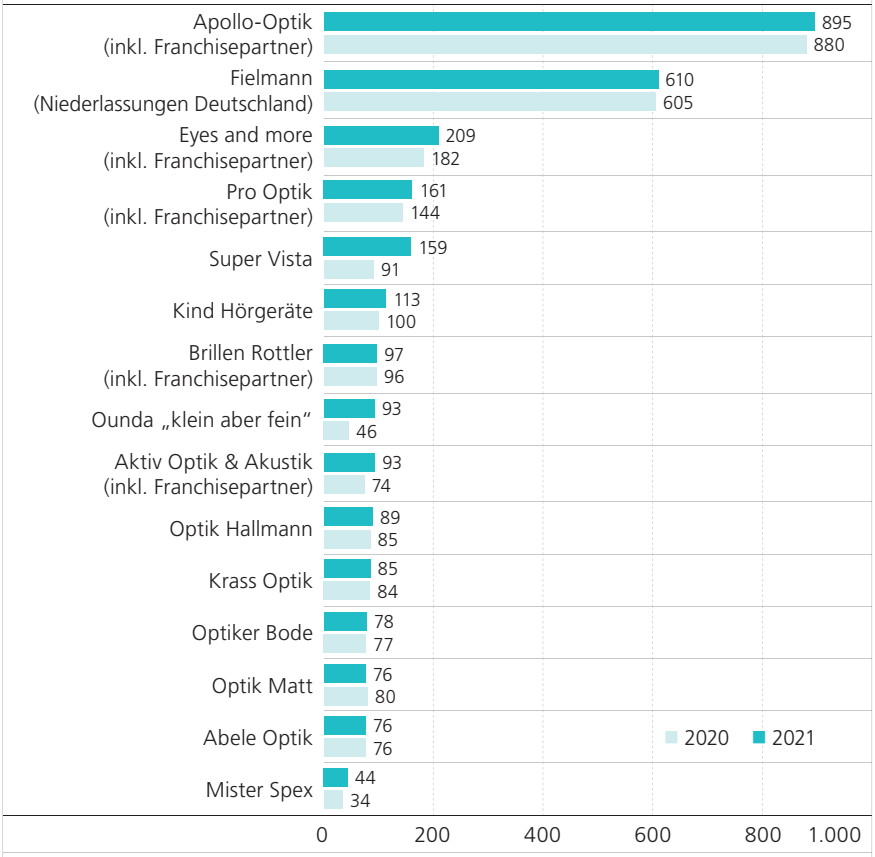
Parallelen zur Zahnmedizin

Auch hier sind die Parallelen zur Zahnmedizin unübersehbar. Wenn die Generation der Babyboomer in den Ruhestand geht, werden sowohl viele Optikerfachgeschäfte als auch Zahnarztpraxen ohne Nachfolger dastehen. Dass aber auch bei den großen Ketten die Bäume nicht mehr in den Himmel wachsen, zeigt eine Meldung, die Anfang März durch die Medien ging: „Gewinneinbruch bei Fielmann – Hunderte Stellen werden abgebaut". Als Ursache nannte das Wirtschaftsmagazin „Business Insider" die gesunkene Marge des Unternehmens. „Wir liefern nicht mehr perfekte Zahlen, nicht mehr extrem gute Zahlen. Sondern nur noch normalen Durchschnitt oder schlechter", so Finanzvorstand Alexander Zeiss. Normaler Durchschnitt – das heißt bei Fielmann im Jahr 2022: 1,76 Milliarden Umsatz und ein Gewinn vor Steuern von 160,7 Millionen Euro, was einer Rendite von rund neun Prozent entspricht. Zu wenig aus Sicht des Managements und der Aktionäre! Gegenüber dem Vorjahr reduzierte sich der Gewinn nämlich um 23,9 Prozent. Der Kapitalmarkt beobachtete diese Entwicklung kritisch, hieß es aus Unternehmenskreisen.

Aktienkurs hat sich halbiert

Offensichtlich rächt es sich, dass Fielmann bereits seit 1994 börsennotiert ist. Gründer Günther Fielmann und seine beiden Kinder halten nur noch 16,64 Prozent der Anteile. Größter Aktionär ist mit 55 Prozent die Holding Korva SE, 28,36 Prozent der Aktien sind im Streubesitz. Der Wert der Fielmann-Aktie hat sich in den vergangenen drei Jahren von 75 auf 37 Euro (Stand: 6. März 2023) mehr als halbiert. Deswegen sah sich das Management offensichtlich zum Gegensteuern gezwungen. Eine Unternehmenssprecherin versicherte zwar, dass die Niederlassungen vom Personalabbau verschont bleiben sollen, die Zentralbereiche wären dagegen erheblich von dem sogenannten Cost Leadership Programm betroffen – selbstverständlich sozialverträglich und durch natürliche Fluktuation. Insgesamt will Fielmann bis 2025 125 Millionen Euro einsparen.

RANKING DER GRÖSSTEN AUGENOPTIKER IN DEUTSCHLAND NACH ANZAHL DER FILIALEN IN DEN JAHREN 2020 UND 2021



Quelle: ZVA © Statista 2022

Der Konzentrationsprozess ist bei den Optikern weit fortgeschritten. Fielmann hat zwar weniger Filialen als Apollo-Optik, ist aber mit 1,76 Milliarden Euro Umsatz Marktführer. Dennoch können sich auch kleine Optikerläden im Wettbewerb behaupten.

Was also können die Zahnärzte von den Optikern lernen?

1. Der Konzentrationsprozess führt nicht automatisch zum Aus kleinerer Strukturen.
2. Einzelpraxen und kleinere Gemeinschaftspraxen können vor allem durch Qualität und das Vertrauen ihrer Patienten punkten.
3. Die Zuzahlungsbereitschaft für qualitativ hochwertige Versorgungen ist durchaus vorhanden (Stichwort Ästhetik und Lebensqualität).
4. Sinkende Kassenleistungen lassen sich vielfach durch Privatleistungen kompensieren.
5. Investorenfinanzierte MVZ (iMVZ) stehen unter einem enormen wirtschaftlichen Druck, der oft zu einer Fokussierung auf besonders lukrative Leistungen führt.
6. Wenn Investoren die von ihren Aktionären gewünschten Renditen nicht erzielen, ziehen sie sich aus dem Gesundheitsmarkt zurück oder greifen zu radikalen Kostensenkungsprogrammen.
7. Leidtragende der Gewinnmaximierung können sowohl die in einem iMVZ tätigen Zahnärzte und Praxismitarbeiter als auch die Patienten sein.

Fazit: Die von der Politik angekündigten strengeren Regeln für die Gründung und den Betrieb von MVZ sind überfällig. Wenn der Vormarsch internationaler Investoren in der ambulanten Versorgung nicht gestoppt wird, drohen ein Praxissterben und eine totale Kommerzialisierung der Medizin.

Leo Hofmeier