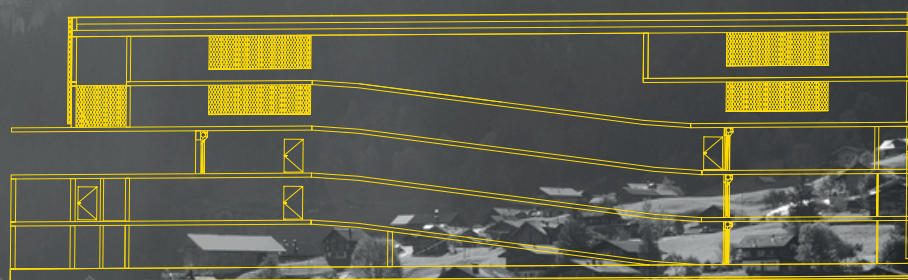


JUNGFRAUBAHN HOLDING AG

GESCHÄFTSBERICHT 2018

1. Teil: Lagebericht





*Inhaltsverzeichnis***INHALTSVERZEICHNIS****1 LAGEBERICHT**

1.1	GRUSSADRESSE AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE	5
1.2	DIE JUNGFRAUBAHN HOLDING AG IN KÜRZE	10
1.3	BOTSCHAFT DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG	21
1.4	SPEZIELLES	28

2 SEGMENTE

2.1	JUNGFRAUJOCH	35
2.2	WINTERSPORT	38
2.3	ERLEBNISBERGE	41
2.4	NEBENBETRIEBE	44

LAGEBERICHT

LAGEBERICHT

GRUSSADRESSE AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

LIEBE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

Die V-Bahn wird gebaut! Freude und Erleichterung waren riesengross, als am 9. Juni 2018 der Entscheid des Bundesamtes für Verkehr rechtskräftig wurde. Wir hatten Ende Mai die Konzessionen und Plangenehmigungen für die Dreiseil-Umlaufbahn «Eigerexpress», für die Zehnergondelbahn Grindelwald-Männlichen, für die Eisenbahnhaltestelle «Grindelwald Terminal», den Um- und Ausbau der Bahnstation Eigergletscher sowie für das neue Parkhaus erhalten. Auch die zusätzlich notwendigen Verfügungen des Regierungsstatthalters Interlaken-Oberhasli und des Kantons Bern für Zonenanpassungen, Brücken, Pisten usw. lagen vor. Nun gaben die letzten verbleibenden Einsprecher bekannt, dass sie auf eine Beschwerde gegen den Bau der V-Bahn verzichten würden. Nach jahrelangen Abklärungen, der Prüfung von Varianten und Untervarianten, anstrengenden politischen Auseinandersetzungen und einer riesigen planerischen Vorleistung konnten am 11. Juni 2018 die Bauarbeiten an den Kernelementen der V-Bahn endlich losgehen.

«Das Projekt schafft strategische Vorteile über Generationen und knüpft an den Pioniergeist von Adolf Guyer-Zeller, Gründer der Jungfraubahn, an.»

Prof. Dr. Thomas Bieger, Verwaltungsratspräsident und Urs Kessler, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Der Eigerexpress Grund-Eigergletscher und die neue Männlichenbahn, Hauptanlage unseres Partnerunternehmens Gondelbahn Grindelwald-Männlichen AG, bilden das «V», das dem gesamten Vorhaben den Namen «V-Bahn» gegeben hat. Die beiden leistungsfähigen Seilbahnen haben ihren Ausgangspunkt in der neuen touristischen Drehscheibe Grindelwald Terminal mit Shops, Gastronomie, 1000-plätzigem Parkhaus und Direktanschluss ans Eisenbahnnetz der Berner Oberland-Bahn. Mit den Investitionen von insgesamt CHF 470 Mio. (Jungfraubahn-Gruppe CHF 320 Mio.) können wir das Jungfraujoch – Top of Europe und seine Umgebung für weitere Generationen als eine der bedeutendsten Bergbahn-Attraktionen und als begehrteste Tourismus- und Freizeitmarke weltweit positionieren. Das erfüllt uns mit Stolz und Zuversicht. Wir setzen alles daran, die Männlichenbahn und die Eisenbahnhaltestelle am 14. Dezember 2019 sowie den Eigerexpress und das Parkhaus am 12. Dezember 2020 zu eröffnen.



Das Projekt V-Bahn umfasst auch namhafte Erneuerungen im Bereich des Rollmaterials der Eisenbahnen, die bereits umgesetzt sind. Gruppenintern erzeugt der Eigerexpress wertvolle Synergien, indem er nebst den Vorteilen für das Jungfraujoch auch Antworten auf strategische Problemstellungen des Segments Wintersport bereithält. Nicht nur die Jungfraujoch-Kunden erreichen ihr Ausflugsziel rascher. Für die Wintersportler werden lange Wartezeiten im Tal der Vergangenheit angehören. Die Anreise wird schneller und bequemer. Skifahrer und Snowboarder können die attraktiven Abfahrten ins Tal täglich mehrmals absolvieren. Attraktivitätssteigerung und exzellente Dienstleistung mit dem besten Terminal der Alpen ist die einzig dauerhafte Antwort auf die Herausforderungen im hart umkämpften Wintersportmarkt.

Das Geschäftsjahr 2018 verlief sehr erfolgreich. Wir realisierten auf der Jungfraubahn, der Harderbahn, der Mürrenbahn und der Firstbahn neue Frequenz- und Umsatzrekorde, und ein weiteres Mal besuchten mehr als eine Million Gäste das Jungfraujoch – Top of Europe. Daraus resultierte im Segment Jungfraujoch – Top of Europe bei einem um 1,8 Prozent gesteigerten Durchschnittsertrags pro Gast ein Netto-Verkehrsertrag von CHF 111,8 Mio. Der Gesamtumsatz ist erstmals auf über 200 Millionen Franken angewachsen. Das äusserst erfreuliche Konzernergebnis 2018 beträgt CHF 47,8 Mio.

Der geschäftliche Erfolg setzt die Messlatte für künftige Jahre hoch. Wir sind gefordert, die konstant hohen Erwartungen an unser Unternehmen zu erfüllen, ohne dabei die Umwelt in unverträglicher Art und Weise zu belasten und damit auch das unverfälschte Naturerlebnis für unsere Kunden zu schmälern. Auch in diesem Zusammenhang nehmen wir die neue V-Bahn als eine Chance wahr: Wir können dem Fahrgast künftig höheren Fahrkomfort bei niedrigerem Zeitbedarf und höherer Flexibilität in der Routenwahl anbieten. Das wird beim Besucher ein individuell passendes, flexibleres Reiseverhalten auslösen, und er eröffnet uns damit neue Möglichkeiten für die smarte Gästelenkung.

Massierungen und Staus werden abgebaut, die Kapazitäten besser genutzt. Durch bessere Auslastung der Transportmittel eröffnen sich Perspektiven für eine Erhöhung der jährlichen Zahl von Besuchern, ohne dabei die natürlichen Limiten einer nachhaltigen Nutzung der Umwelt zu strapazieren. Der Erfolg dieser Strategie wird aus Sicht der Umwelt unter anderem durch ein Monitoring des Managements UNESCO-Welterbe Swiss Alps Jungfrau-Aletsch kontrolliert. Positiv für die kommenden Generationen wird sich auch auswirken, dass die V-Bahn durch den Anschluss ans Eisenbahnnetz die Nutzung des öffentlichen Verkehrs fördert. Das gesamte Projekt sichert somit langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der Region und damit das Einkommen der Bevölkerung. Die Verbundenheit mit Lauterbrunnen und Grindelwald unterstreichen wir mit einem Nachhaltigkeitsfonds, der auf den Zeitpunkt der Eröffnung der gesamten V-Bahn eingerichtet wird.



Aus unseren Vorstellungen betreffend nachhaltiger Entwicklung und die laufende Steigerung der Convenience – sie ist zur Sicherung des Preisniveaus unerlässlich – entstehen qualitative Wachstumsziele, die unsere Innovationskraft weiterhin auf die Probe stellen. Neue digitale Prozesse unterstützen uns, diese Aufgaben zu bewältigen. Die Projekte werden von unseren innovativen Teams zusammen mit ihren bewährten Partnern im Hinblick auf die Fertigstellung der V-Bahn schwerpunktmässig vorangetrieben. Bei der Konzeption von integrierten touristischen Angeboten und Dienstleistungen gehören wir seit jeher zu den First Movers. Zu Beginn des Jahrzehnts befassten wir uns mit der Bündelung aller touristischen Dienstleistungen in einen digitalen Warenkorb. Unsere Erfahrungen mit der Vernetzung verschiedenster Partner und Produkte können wir nutzen. Wir werden dem V-Bahn-Kunden beim Erleben und Geniessen der gesamten touristischen Dienstleistungskette seinen individuellen Weg weisen.

In unserem Online-Geschäftsbericht möchten wir Ihnen ergänzend zur Lageberichterstattung und zu unseren Zahlen die Wertschöpfung der V-Bahn für das regionale Umfeld und die touristischen Partner sowie – kommerziell entscheidend – den Nutzen für unsere Gäste vorstellen. Wir berichten unter dem Motto: «Vorfreude!». Der Bau der V-Bahn unterstreicht unsere Rolle als Motor der regionalen Tourismuswirtschaft. Als bedeutender Arbeitgeber und als Investor schaffen wir Werte für unser unmittelbares Umfeld. Das wiederum stärkt unsere regionale Verankerung, unsere Swissness und damit unsere internationale Ausstrahlung.

Unsere Geschäftsmodelle richten sich an den Bedürfnissen einer nationalen und internationalen Kundschaft aus, die das einmalige Bergerlebnis sucht. Mit der weltweiten Ausstrahlung werden wir als lohnendes Reiseziel wahrgenommen. Dank regionaler Verankerung können wir den Erwartungen dieser Kundschaft entsprechen.



Als integriertes Tourismusunternehmen wollen wir uns unserer Vision entsprechend zu einem Freizeitunternehmen weiterentwickeln. Entsprechend haben wir unsere Tätigkeit entlang der Wertschöpfungskette erweitert. Auf der Achse Interlaken-Jungfrauoch entsteht mit der V-Bahn eine Route, auf der das Ausflugs- und Freizeitangebot mit Shopping und Gastronomie aus einer Hand ergänzt wird. Die Restauration auf der Kleinen Scheidegg betreiben wir bereits als Pilotbetrieb in Eigenregie. Weitere Betriebe auf dem Jungfrauoch und im neuen V-Bahn Terminal in Grindelwald sollen folgen. In Interlaken haben wir erfolgreich das Zusammenspiel von Reiseinformationsbüro, Fahrkarten-Verkaufsstelle und Freizeitshop getestet. Diese Einkaufs- und Informationszone wird 2019 zu einem besonderen «Flagship-Store» als Ausgangspunkt für das Erlebnis Jungfrau – Top of Europe ausgebaut.

Die Rückmeldungen aus den Märkten und die Reservationsstände stimmen uns für den Ausblick ins Jahr 2019 zuversichtlich. Wir haben jedoch in der Vergangenheit auch die Erfahrung gemacht, dass dem weltweiten Verkauf eines touristischen Angebots manchmal unerwartet Hindernisse erwachsen können. Terroranschläge, politische Wirren oder wirtschaftliche Turbulenzen beeinflussen das Verhalten der internationalen Kundschaft. Innerhalb der Branche wird der Preiskampf – vor allem in China – weiterhin unerbittlich geführt. Sorgen bereitet uns die Ausdehnung der Pauschalabonnemente des Direkten Verkehrs in den touristischen Bereich. Die aktuelle Entwicklung wirkt wettbewerbsverzerrend und gefährdet längerfristig die Ausgewogenheit des gesamtschweizerischen Tarifgefüges. Die Jungfraubahn-Gruppe macht diese ökonomische Fehlentwicklung zusammen mit Partnerbahnen öffentlich und unterstützt die Bestrebungen, die hier korrigierend eingreifen. Wir treten auf dieses komplexe, aber deshalb nicht minder wichtige Thema in unserer Botschaft, in der wir Sie über Chancen und Risiken informieren, nochmals vertiefter ein.

An dieser Stelle bedanken wir uns bei unseren Mitarbeitenden für die erneut hervorragende Leistung, ihre täglich gelebte und echt empfundene Gastfreundschaft gegenüber unseren Kunden. Wir danken auch unseren Kunden, Bundes- und Kantonsbehörden, den Gemeinden, den Bergschaften, den Tourismusorganisationen, den benachbarten Bahnen, den Wiederverkäufern, den Lieferanten, der Internationalen Stiftung Hochalpine Forschungsstation sowie all den anderen Partnern wie der Hotellerie, mit denen wir eine fruchtbare Zusammenarbeit pflegen dürfen. Schliesslich danken wir Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, für das Vertrauen in unsere Gruppe und für die Treue, die Sie zur Jungfraubahn Holding AG halten.



Prof. Dr. Thomas Bieger
Präsident des Verwaltungsrates

Urs Kessler
Vorsitzender der Geschäftsleitung

DIE JUNGFRAUBAHN HOLDING AG IN KÜRZE

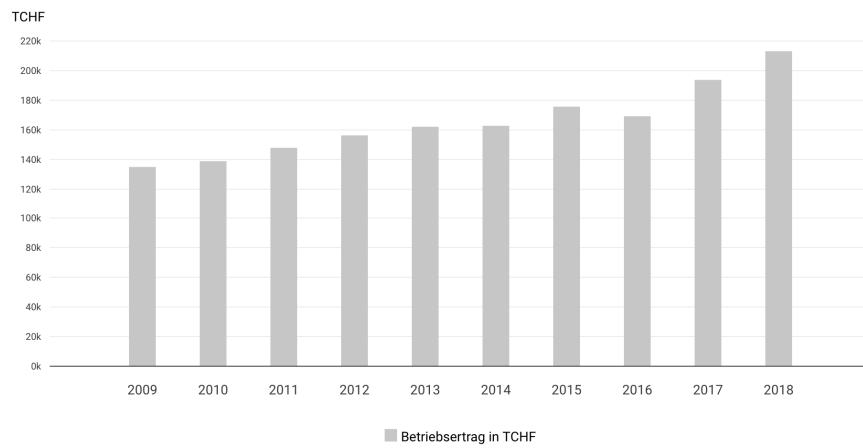
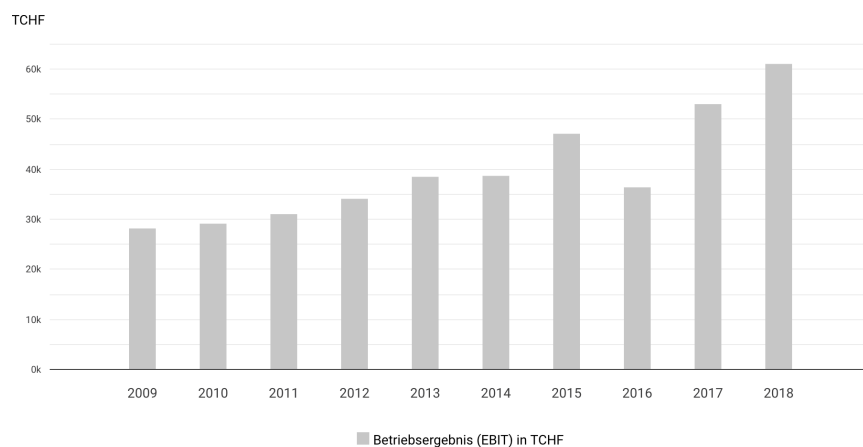
TÄTIGKEIT DER JUNGFRAUBAHN-GRUPPE

Die Jungfraubahn-Gruppe ist ein führendes touristisches Unternehmen und das bedeutendste Bergbahnunternehmen der Schweiz. Das wichtigste Angebot ist die Reise mit der spektakulären Eisenbahn zum 3454 Meter über Meer gelegenen Jungfraujoch – Top of Europe. In den asiatischen Märkten kommt ihr durch den Aufbau des ersten Distributions- und Vertreternetzes für den Besuch der Gletscherwelt der Alpen eine Leaderstellung zu. Die Jungfraubahn-Gruppe betreibt zudem Bergbahnen auf bekannte Erlebnisberge der Jungfrau Region, Wintersportanlagen, ein Wasserkraftwerk, Gastronomiebetriebe, Shops und Parkierungsanlagen.

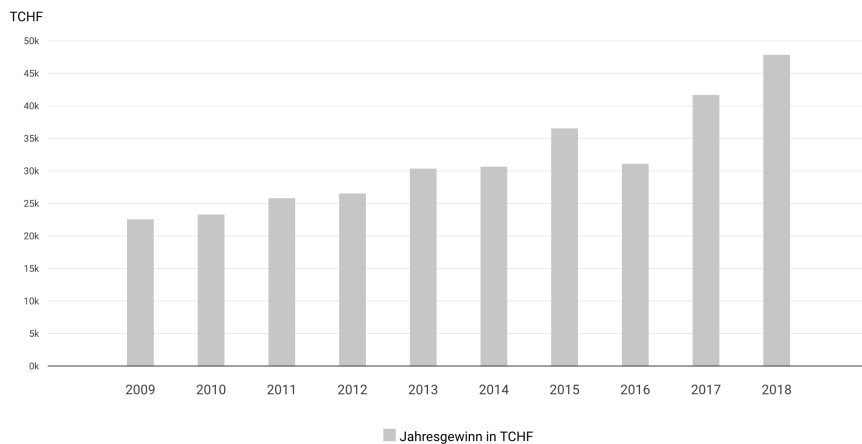


Sphinx und Aletschgletscher

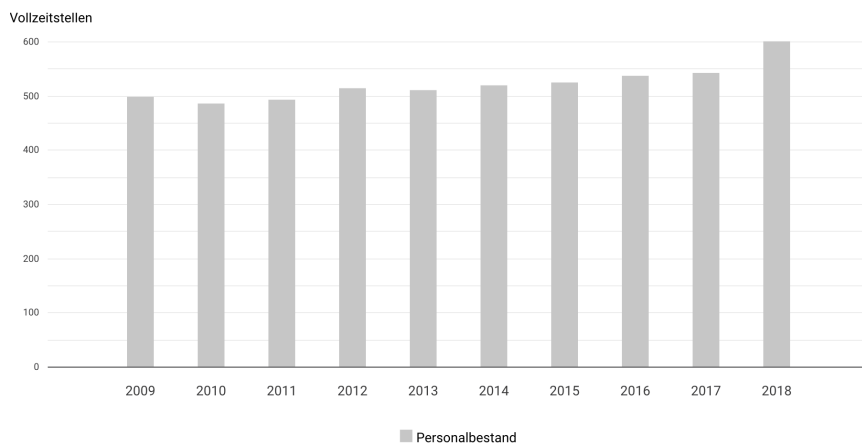
Der Kundenfokus steht als Element einer nachhaltigen Orientierung über allen anderen Leitgedanken. Damit erreicht die Gruppe eine attraktive Positionierung auf dem Markt für Touristen und Investoren. Wir stellen einen bedeutenden regionalen Wirtschaftsfaktor dar und stehen im Tourismusbereich in einer Leaderrolle. In Zusammenarbeit mit anderen touristischen Unternehmen fördern wir die Weiterentwicklung der Jungfrau Region.

Betriebsertrag**Betriebsergebnis (EBIT)**

Jahresgewinn



Personalbestand



DIE ZIELE DER JUNGFRAUBAHN-GRUPPE

Die Jungfraubahn-Gruppe entwickelt sich als führendes touristisches Unternehmen der Schweiz und grösste Bergbahngruppe in Richtung eines integrierten Freizeit- und Serviceunternehmens. Dabei stützt sie sich auf

- ihre über 120-jährige unternehmerische Tradition,
- die Vision des Gründers, die einmalige alpine Landschaft breiten Teilen der Bevölkerung und internationalen Gästen zugänglich zu machen,
- ihre Verankerung in der Jungfrau Region,
- ihre über Generationen entwickelte Marke, Dienstleistungs- und technische Kompetenz.

Sie ist der Motor der wirtschaftlichen Entwicklung der Jungfrau Region und des alpinen Tourismus in der Schweiz. Sie leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung dieser Region. Dabei berücksichtigt sie die Interessen der Region und ihrer Einwohner, fördert ihre Mitarbeitenden und trägt Sorge zur Natur, die eine wichtige Ressource für die Entwicklung der Region sowie der Jungfraubahnen darstellt. Sie soll im Sinne der Vision des Gründers für künftige Generationen erhalten und zugänglich gehalten werden. Als Voraussetzung dafür soll die wirtschaftliche Unabhängigkeit erhalten und die Attraktivität für Investoren gesteigert werden. Die Jungfraubahn-Gruppe legt grossen Wert auf Nachhaltigkeit.

Ziel ist es, das Jungfraujoch – Top of Europe als Hauptertragsquelle zu stärken. Internes Wachstum wird durch bessere Auslastung der Zwischensaison, moderate Steigerung der Transportkapazitäten sowie durch Integration weiterer Dienstleistungen wie Shopping, Restauration und Soft Adventure in die Erlebniskette angestrebt. Das V-Bahn-Projekt mit den zwei neuen Seilbahnen und weiteren integrierten Bestandteilen (Rollmaterialerneuerungen, öV-Anschluss, Parkhaus, Pistenbau usw.) sichert mittel- und langfristig die erfolgreiche touristische Zukunft der gesamten Jungfrau Region als Top-Ganzjahres-Destination im Schweizer Tourismus. Primär durch die Verkürzung der Reisezeiten und einer Erhöhung des Reisekomforts stärkt das Projekt die Konkurrenzfähigkeit des Jungfraujochs als weltweit bekannten Leuchtturm und verhilft der Wintersportdestination zu einer Spitzenposition im internationalen Wettbewerb. Die Bauarbeiten zur neuen Zehnergondelbahn Männlichen (Eröffnung 14. Dezember 2019) und der neuen 3S-Bahn Eigereexpress (Eröffnung 12. Dezember 2020) konnten am 11. Juni 2018 aufgenommen werden.

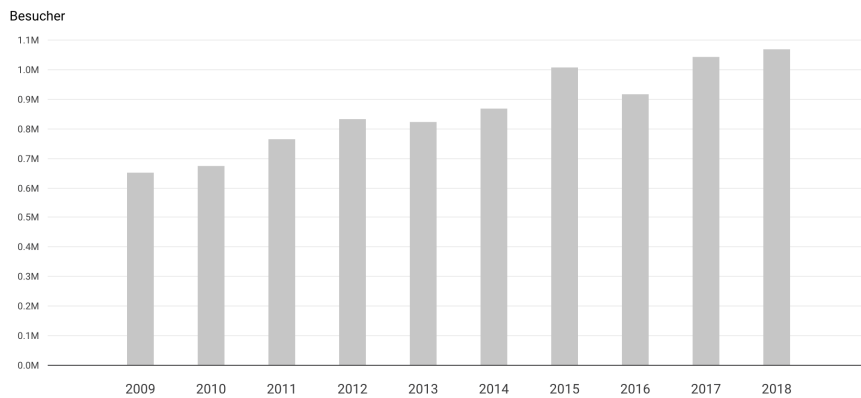
Die strategischen Finanzziele der Gruppe widerspiegeln die Orientierung an langfristigen Zielen und der Politik eines wertorientierten Unternehmens (Value Stock). Die wichtigsten Grössen, welche die Finanzplanung der Gruppe bestimmen, sind Ertragsziele und auf den Free Cashflow ausgerichtete Ziele. Sie entnehmen diese unserem Finanzbericht.

DIE SEGMENTE DER JUNGFRAUBAHN-GRUPPE

Jungfrauoch – Top of Europe

Das Jungfrauoch – Top of Europe ist das ertragsstärkste Segment der Gruppe. Kern dieses Segments ist die höchstgelegene Eisenbahnstation Europas auf 3454 Metern über Meer, gelegen innerhalb des UNESCO-Welterbes Swiss Alps Jungfrau-Aletsch. Die Vermarktung des Ausflugs mit der Wengernalpbahn und der Jungfraubahn auf das Jungfrauoch ist das strategische Herzstück des Unternehmens. Im Jahr 2018 wurde mit 1 067 000 Gästen ein neuer Besucherrekord erzielt. Nach 2015 und 2017 wurde auf dem Top of Europe ein drittes Mal die magische Marke von einer Million Besuchern überschritten.

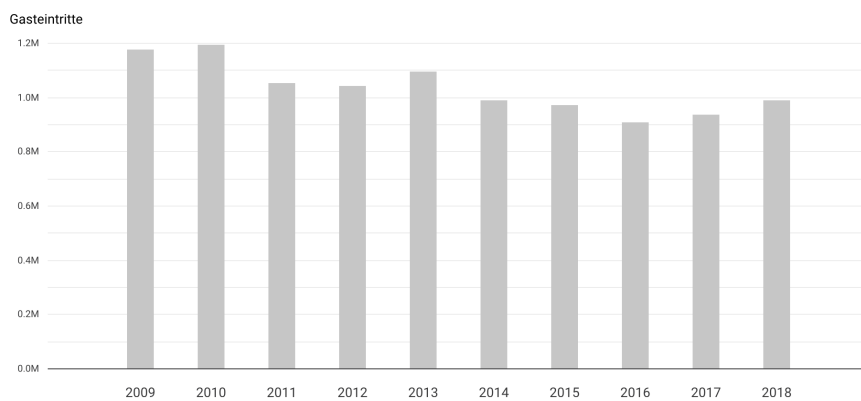
Besucher Jungfrauoch



Wintersport

Die Wintersportanlagen in den Gebieten Kleine Scheidegg-Männlichen, Grindelwald-First und Mürren-Schilthorn sind Teil des Abonnentenverbunds JUNGFRAU Ski Region, an dem die Jungfraubahn-Gruppe aufgrund der von ihr besessenen und betriebenen Anlagen einen Umsatzanteil von über 60% hält. Zusammen mit den Partnerunternehmen führt die Gruppe im Auftrag des Verbunds eines der bedeutendsten Skigebiete der Schweiz.

Gasteintritte JUNGFRAU Ski Region

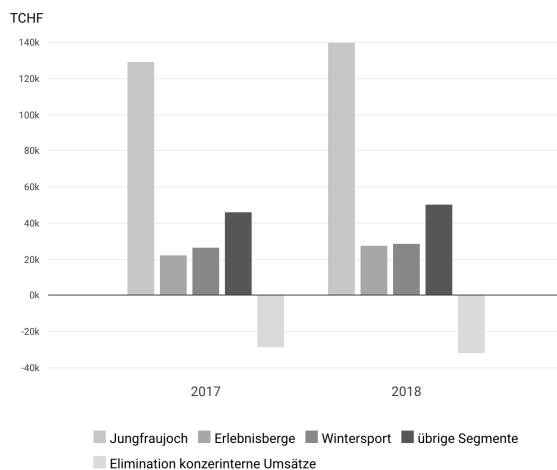


Erlebnisberge

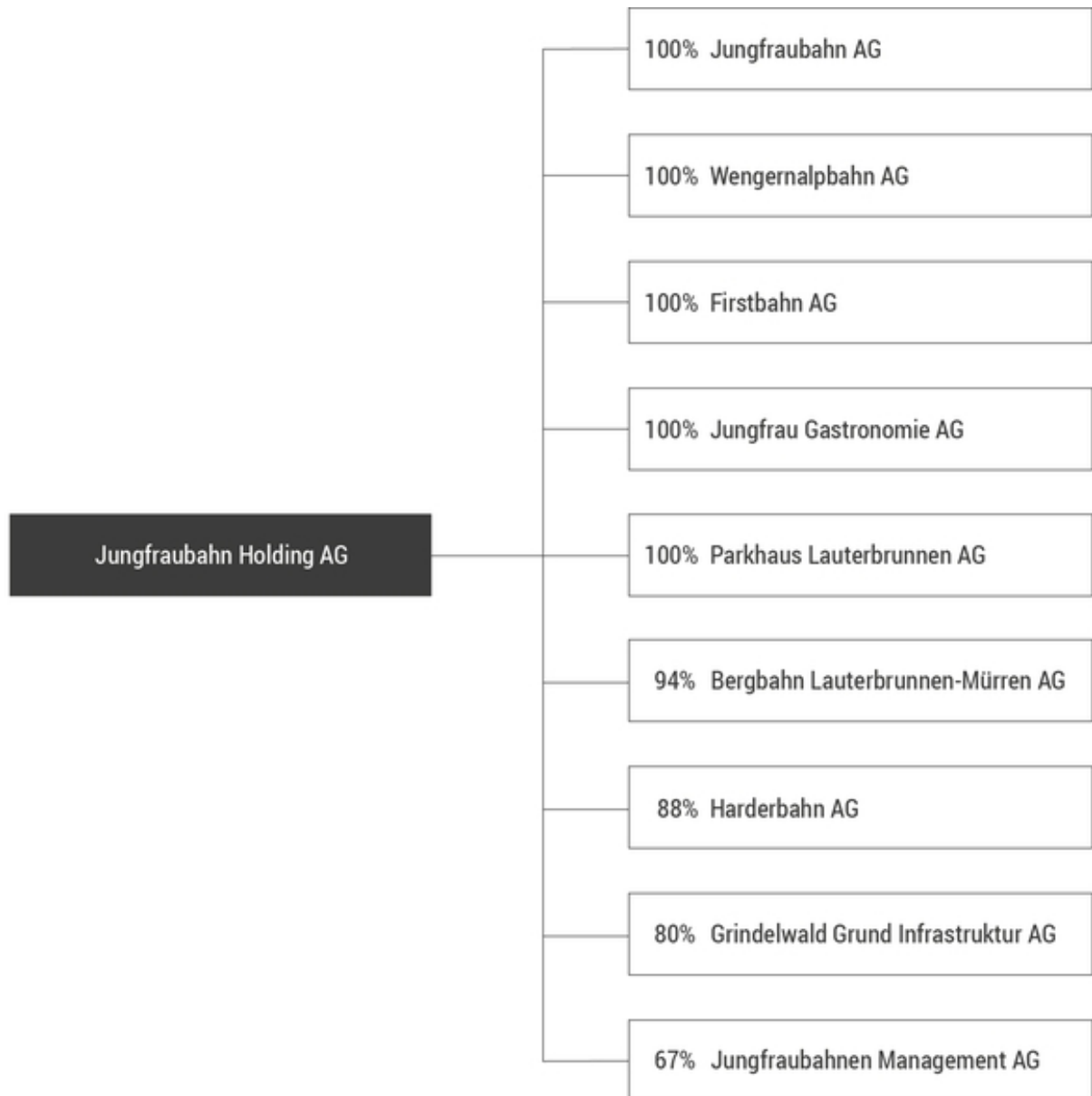
Zum Segment Erlebnisberge zählen die Ausflugsziele im Umfeld des Jungfrauochs – Top of Europe: Grindelwald-First – Top of Adventure, Harder Kulm – Top of Interlaken und Winteregg-Mürren – Top of Family. Diese Ausflugsziele steigern den Erlebniswert der Region und ermöglichen interessante Kombinationen wie Ferienpässe oder Crossmarketing.

Umsatz nach Segmenten

Über die Grösse der Segmente gibt die Höhe der Nettoumsätze Aufschluss. Unter «Übrige Segmente» werden verschiedenste Dienstleistungen zusammengefasst, die intern das Geschäft der Hauptsegmente unterstützen und dabei auch von externen Kunden genutzt werden. Dazu gehören beispielsweise die Management AG, das Kraftwerk und das Parkhaus in Lauterbrunnen. In der nachfolgenden Zusammenstellung sind auch die konzerninternen Eliminationen enthalten.



DIE HOLDINGGESELLSCHAFT



Operative Tochtergesellschaften des Konzerns

Organisation

Der Verwaltungsrat der Jungfraubahn Holding AG ist das oberste Entscheidungsgremium der Gruppe. Er verantwortet die strategische Planung für die gesamte Gruppe und setzt diese im Rahmen seiner rechtlichen und faktischen Möglichkeiten bei den Tochtergesellschaften um. Die Geschäftsleitung der Jungfraubahn-Gruppe wird nach den Vorgaben des Verwaltungsrates der Jungfraubahn Holding AG und in einem von der Generalversammlung der Jungfraubahn Holding AG genehmigten Rahmen für die Gesamtentschädigung durch die Jungfraubahnen Management AG angestellt.



Die Angaben zur personellen Besetzung der Organe sind aktualisiert per Erstellung des Geschäftsberichts (Ende März 2019). Details und Angaben zu den Mutationen im Laufe des Berichtsjahres 2018 entnehmen Sie bitte dem Kapitel Spezielle Punkte / Personelles und dem Corporate-Governance-Bericht.

Kennzahlen der Konzernrechnung

Tausend CHF	2018	2017	Veränderung
Betriebsertrag	212'815	193'770	9.8%
Verkehrsertrag	153'833	143'799	7.0%
EBITDA	95'111	87'743	8.4%
EBITDA in % des Betriebsertrages	44.7%	45.3%	-1.3%
EBIT	60'969	53'038	15.0%
EBIT in % des Betriebsertrages	28.6%	27.4%	4.4%
Jahresgewinn	47'826	41'601	15.0%
Umsatzrentabilität (ROS)	22.5%	21.5%	4.7%
Free Cashflow	16'305	33'837	-51.8%
Eigenfinanzierungsgrad	79.7%	81.6%	-2.3%
Personalbestand (Vollzeitstellen)	600	542	10.7%

Jungfraubahn Holding AG (Muttergesellschaft)

Die Jungfraubahn Holding AG ist eine Beteiligungsgesellschaft. Ihr Geschäftsmodell ist von fiskalischen und finanzpolitischen Überlegungen geprägt. Der bedeutendste Teil des Erfolgsbudgets ist die Finanzrechnung. Darin enthalten sind die Dividendenzahlungen der Tochtergesellschaften und die internen Zinserträge.

Der Beteiligungsertrag 2018 beträgt CHF 16,6 Mio. Die Darlehen an die Tochtergesellschaften von CHF 101,7 Mio. werden von diesen mit 1,0% verzinst. Zusammen mit dem übrigen Finanzertrag und nach Verrechnung des Finanzaufwandes schliesst die Finanzrechnung mit CHF 17,6 Mio. ab. Das Ergebnis beträgt CHF 16,7 Mio. Die detaillierte Jahresrechnung mit Anhang finden Sie im Anschluss an die Konzernrechnung im Finanzbericht. Sie ist Teil des Genehmigungsantrags an die Generalversammlung 2019.

JUNGFRAUBAHNEN

Die Tochtergesellschaften der Jungfraubahn Holding AG (JBH) arbeiten eng mit der Berner Oberland-Bahnen AG (BOB) zusammen. Die Kooperation wird durch die Jungfraubahnen Management AG (Anteile: JBH 67%, Berner Oberland-Bahnen AG 33%) sichergestellt. Die Betriebsgemeinschaft profitiert insbesondere von den Synergien im Bereich des Managements (gemeinsame Geschäftsleitung, gleichartige Managementprozesse, optimaler Personaleinsatz), des Marketings, der Informatik sowie der Eisenbahn- und Starkstromtechnik. In ihrer Gesamtheit treten die beteiligten Gesellschaften unter der Kennzeichnung «Jungfraubahnen» und unter der eingetragenen Marke «Jungfrau – Top of Europe» auf. Die Berner Oberland-Bahnen AG hat die Geschäftsführung im Mandatsverhältnis an die Jungfraubahnen Management AG übertragen. Dieses Mandat wird unter Wahrung der Interessen der BOB und ihrer Unabhängigkeit nach den Vorgaben des BOB-Verwaltungsrates und den Vorschriften des Organisationsreglements der Berner Oberland-Bahnen AG geführt.



Strecken der Jungfraubahnen in Rot

BOTSCHAFT DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

CHANCEN UND RISIKEN

Die Jungfraubahn wurde am Übergang vom vorletzten zum letzten Jahrhundert gebaut. Seit der durchgehenden Eröffnung am 1. August 1912 befindet sich auf dem Jungfraujoch auf 3454 Metern über Meer die höchste Eisenbahnstation Europas – Top of Europe. Im Zusammenhang mit der einmaligen Bergwelt von Eiger, Mönch und Jungfrau sowie der bewegten Baugeschichte rund um den Eisenbahnpionier Adolf Guyer-Zeller ist die Fahrt mit der Jungfraubahn eine im Alpenraum einmalige Attraktion mit weltweiter Ausstrahlung.

Eine anhaltend hohe touristische Nachfrage bildet die Basis, um das Jungfraujoch – Top of Europe Erfolg versprechend global zu positionieren und zu vermarkten. Die UNWTO, die Tourismusorganisation der UNO, beziffert das weltweite Wachstum der Ankünfte im Jahr 2018 mit 6%. Dies ist nur ein sehr leichter Rückgang gegenüber dem Rekordwachstum im Vorjahr. Die UNWTO rechnet auch für 2019 mit einem weiteren Wachstum von 3 bis 4%. Mit dieser etwas moderateren Rate bewegt sich der Tourismus im historischen Ausmass des positiven Trends [1].

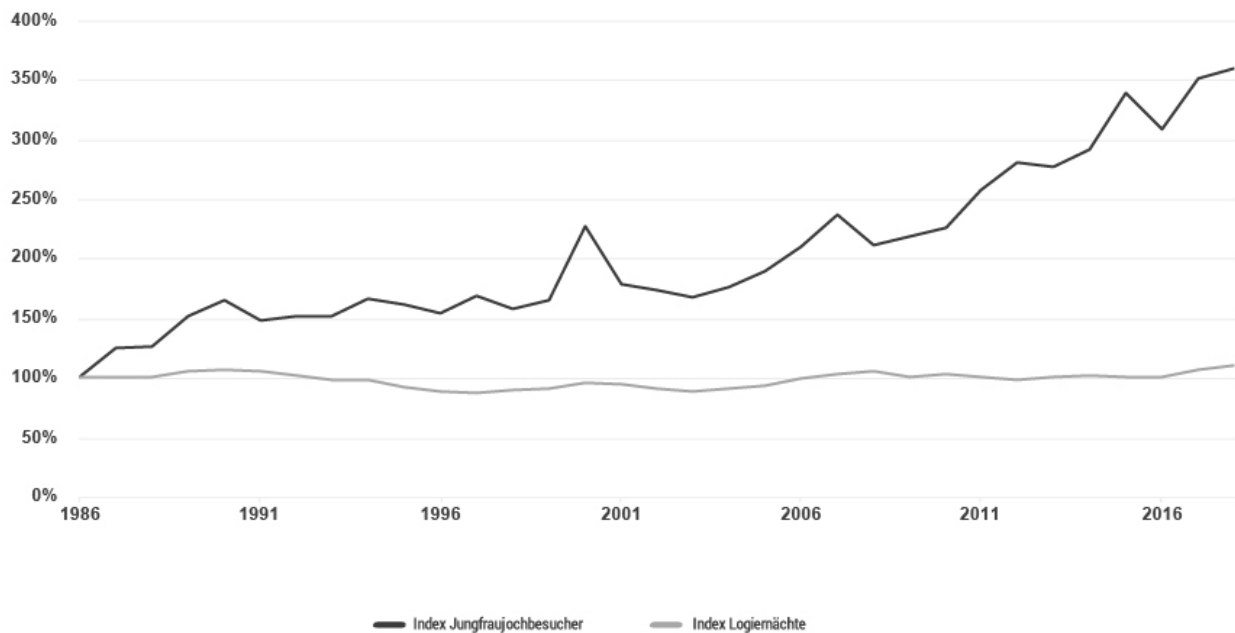
[1]

UNWTO World Tourism Barometer, Volume 17, Issue 1 - January 2019

In der Schweiz haben die Ankünfte 2018 um 3,7% zugenommen [2]. Die Besucherzahlen aus Asien zeigen mehrheitlich eine positive Tendenz, und aus den USA reisten mit plus 10% überdurchschnittlich mehr Gäste in die Schweiz. Dieser Markt gehört im Bereich der individuell Reisenden mit zu den bedeutendsten der Jungfraubahn. Mit Indien hat sich ein wichtiger Markt für das Jungfraujoch mit plus 10% ebenso positiv entwickelt. Die Zahl der Besucher auf dem Jungfraujoch hat auf diese Entwicklung im Nachfragepotenzial reagiert. Die Besucherzahl aus dem Vorjahr konnte um 2,4% übertroffen werden. Damit besuchten im Jahr 2018 zum dritten Mal über eine Million Gäste die höchstgelegene Eisenbahnstation Europas. In der mehrjährigen Betrachtung fällt auf, dass die Jungfraubahn das Potenzial aus den in der Schweiz weilenden internationalen Touristen überproportional nutzen konnte.

[2]

Bundesamt für Statistik



Benchmark Jungfrau-Joch-Besucher und Logiernächteentwicklung Schweiz indexiert

Als eine Pionierin auf den asiatischen Märkten hatte die Jungfrau-Bahn-Gruppe schon vor Jahrzehnten das Potenzial Asiens erkannt. Davon profitierte immer auch die gesamte Jungfrau Region. Aktuell schützt die breite Verankerung im Inland, in Europa und in verschiedensten Ländern und Wirtschaftsräumen Asiens vor allzu grossen Nachfrageschwankungen (Volatilität der Tourismusbranche). Weitere Standbeine neben den Wachstumsmärkten China und Indien wie beispielsweise Japan oder Korea sowie generell Südostasien wirken stabilisierend. Zunehmend spielt auch die Angebotsvielfalt der Jungfrau-Bahn-Gruppe eine ausgleichende Rolle. Mit den Erlebnisbergen, dem ergänzenden Segment im Sommergeschäft, können Kunden mit kleinerem Reisebudget angesprochen werden beziehungsweise kann der Ausflug aufs Jungfrau-Joch im Rahmen eines verlängerten Aufenthalts sinnvoll ergänzt werden (Crossmarketing). Auch die Erlebnisberge erzielten 2018 Rekordergebnisse, die auf eine deutliche Nachfragesteigerung bei jungen internationalen Gästen und Familien aus aller Welt zurückzuführen ist. Durch Gestaltung des Erlebnisses mit sanften Adventureangeboten, durch eine besondere Möblierung des Aussenraumes mit beispielsweise einem leicht erreichbaren und ohne besondere körperliche Fähigkeiten begehbaren Erlebnispfad, einer besonderen Aussichtsplattform oder einem gut unterhaltenen Spielplatz gelingt es, das Angebot auf Bedürfnisse dieser Gäste auszurichten. Im Zentrum dieser Leistung stehen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die die Anlagen täglich unterhalten, reinigen, instruieren und im Notfall helfen. Neue Stellen im direkten Kundenkontakt werden geschaffen als Grundlage und Chance für eine auch im Sommer lebendige Region mit gastfreundlicher Ausstrahlung. Die Firstbahn hat so in den letzten Jahren 15 neue Arbeitsplätze im Bereich Soft Adventure kreiert.

In der strategischen Risikoanalyse stehen den Chancen, die aus der Alleinstellung des Jungfrau-Jochs, des besonderen Renommées der Schweiz und der gastfreundlichen Ausstrahlung der Ortschaften erwachsen, die für das Tourismusgeschäft typischen Risiken gegenüber. Die Nachfrage ist von Währungsschwankungen, geopolitischer Sicherheitslage oder Bedrohung durch Terror abhängig. Langandauernde Schlechtwetterlagen und grosse Unwetter schmälern die Umsätze, Schönwetterperioden lassen sie ansteigen.

Aufgrund der Überkapazitäten in den eigenen Reihen, getrieben durch eine Subventionspolitik in allen Alpenregionen und dem weltweiten Angebot an alternativen Freizeitangeboten, gerät die Bergbahnbranche unter steigenden Preisdruck. Sorgen bereitet die Ausdehnung der Pauschalabonnemente des Direkten Verkehrs in den touristischen Bereich. Die General- und Halbtaxabonnemente sind eine Schweizer Errungenschaft. Die aus den Verteilern der Pauschalabonnemente und den übrigen Einnahmen der Transportunternehmen generierten Verkehrserträge reichen jedoch nicht aus, um das breite öffentliche Verkehrsangebot in seiner Gesamtheit zu finanzieren. Hierzu ist das System auf Abgeltungen von Bund und Kanton angewiesen. Anders funktioniert dagegen der touristische Ausflugsverkehr – zumindest bislang. Dieser basiert auf kostendeckenden, vielfach sogar rentablen Ertragsmodellen. Durch den Beitritt von Bergbahnen zum Gültigkeitsbereich des touristischen Pauschalabonnements *Swiss Travel Pass* werden diese Ertragsmodelle allerdings ernsthaft konkurrenziert. Ein erster Anlauf der Branche, diese bedrohliche Marktverzerrung sofort und unkompliziert zu bereinigen, wurde vom Bundesamt für Verkehr durch eine unerwartete Einmischung in die Tarifautonomie der Transportunternehmen vereitelt. Die Jungfraubahn-Gruppe verfolgt in dieser Situation eine duale Strategie: Sie unterstützt den Direkten Verkehr bei den Anstrengungen, die Tarifautonomie gerichtlich oder auf dem Verhandlungsweg wieder zu erlangen und danach eine Lösung mit wirtschaftlicher Eigenverantwortung und Eigenständigkeit der Bergbahnen zu implementieren. Andererseits stellt sie ein Beitritts-gesuch zum Pauschalangebot verbunden mit der Forderung, dass ihr ein verhältnismässiger, das heisst ihrer Position und Leistung im internationalen Markt entsprechender Anteil aus dem Einnahmepool ausbezahlt wird. Damit stellen wir sicher, dass die Jungfraubahn trotz ungewissem Ausgang der aktuellen verkehrspolitischen Diskussionen tariflich nicht ins Abseits gerät.

Der Zeitbedarf beziehungsweise Zeitverlust ist im modernen Tourismusgeschäft ein wichtiger Qualitätsfaktor. Erlebnisreisende schätzen lange Transfers ohne Erlebniswert genauso wenig wie Skigäste lange Schlangen vor der Talstation, in denen sie einen wertvollen Teil ihres Skiurlaubtages verbringen. Fahrgeschwindigkeit, Kapazitäten und optimale Auslastung gehören daher zu den Produktionsfaktoren, die tendenziell eine Schwäche der Bergbahnen aus der Pionierzeit darstellen. Die Jungfraubahn-Gruppe schenkt diesem Bereich besondere Aufmerksamkeit. Laufend konnten zeitgemässe Verbesserungen erzielt werden, etwa durch leistungsfähigere Triebfahrzeuge, durch Streckenausbauten oder durch ein ausgeklügeltes Reservationssystem bei der Jungfraubahn. Ein weiterer Komfortgewinn steht mit der Realisation der V-Bahn bevor. Dieses Grossprojekt wird mittel- und langfristig die erfolgreiche touristische Zukunft der gesamten Jungfrau Region als wichtige Ganzjahresdestination im Schweizer Tourismus sichern. Entsprechend wird dieses Projekt im Lagebericht separat im Detail vorgestellt.

DIE JUNGFRAUBAHN-GRUPPE WIRD EIN INTEGRIERTES FREIZEIT- UND SERVICEUNTERNEHMEN

Um sich gegenüber der Volatilität der Tourismusbranche zu schützen, hat die Jungfrau Holding AG besondere Stärken entwickelt: Basis bildet der hohe Eigenfinanzierungsgrad von 79,7%. Die Finanzierung der laufenden Grossinvestitionen in die V-Bahn ist so ausgestaltet und geplant, dass dieser Wert nur vorübergehend um maximal 10 Prozentpunkte sinken wird. Stabilität garantiert neben der Minimierung von Fremdkapital auch die breite Abstützung in drei verschiedenen Segmenten und lukrativen Nebengeschäften wie Stromproduktion, Gastronomie und Shopping. Das Portefeuille wird laufend so gestaltet, dass sich die diversifizierten Geschäfte gegenseitig befruchten und in Bezug auf kurzfristige Trends und Einbrüche glättend auf das Gesamtergebnis wirken.

Zur Ausschöpfung des Nachfragepotenzials hat die Jungfrau-Gruppe Markenführung und Distribution über Tour Operator zu einer Kernkompetenz entwickelt. Dazu gehört auch die Zusammenarbeit mit wichtigen Partnern aus der Branche wie Schweiz Tourismus, BE! Tourismus AG, Jungfrau Region Tourismus AG und Interlaken Tourismus (TOI) sowie aus der Industrie und Handel wie Swatch Group, Coop, ABB und Lindt & Sprüngli.

Die Bekanntheit des Jungfraujochs wird durch prominente Gäste gefördert. Im 2018 hat der Golfstar Rory McIlroy der Gletscherwelt einen Besuch abgestattet. Aus der Inszenierung solcher Auftritte entstehen Geschichten, die weltweit erzählt werden und entsprechend grosse Medienpräsenz garantieren. Der Besuch von Delegationen, die sich zur Reiseberichterstattung oder zur Vorbereitung von Reisearrangements mit der Jungfrau Region vertraut machen wollen («familiarization trips», kurz «fam-trip»), wird gefördert und durch das Jungfrau-Verkaufsteam tagtäglich begleitet und betreut. Eigene Vertreter in diversen asiatischen Metropolen unterstützen die Kontakte und die Distribution der Produkte der Jungfrau. Sie sorgen dafür, dass sie in die Tour-Operator-Programme beziehungsweise in die Kataloge Aufnahme finden. Die zum Träumen und Planen einladende Website jungfrau.ch richtet sich an Individualreisende, die auch direkt online ihre Ferien und Ausflüge buchen wollen, und an potenzielle Gruppenreisende, die sich bei ihrem Reisebüro nach dem Jungfraujoch – Top of Europe erkundigen werden. Aufgrund der Tatsache, dass immer mehr Menschen individuell reisen, gewinnt der globale Online-Verkauf an Bedeutung. Die Informatiksysteme der Jungfrau sind auf diese Anforderung ausgelegt, und die Entwicklung wird in diesem Bereich weiterhin vorangetrieben.

Die Nachfrage nach touristischen Angeboten, die in möglichst kurzer Zeit eine grosse Erlebnisvielfalt bieten, wächst. Daher wird die Integration der Dienstleistungskette immer wichtiger. Durch aufeinander abgestimmte Services und Bestellvorgänge können dem Tour Operator und dem Individualreisenden die Planung sowie das sorglose Erlebnis erleichtert und kann die Nachfrage gelenkt werden. Kombi-Angebote und Pakete ermöglichen eine attraktive Preisgestaltung. In diesem Umfeld kann sich die Bergbahn nicht mehr nur auf die Erbringung von Transportdienstleistungen fokussieren. Die Jungfrau-Gruppe ist durch ihre verschiedenen Segmente, die Vielfalt der von ihr erschlossenen Erlebnisberge und ihre enge Verbundenheit mit den übrigen Leistungsträgern der Region sehr gut aufgestellt, um kombinierte Dienstleistungen zu verkaufen. Das Online-System wurde bereits vor Jahren flexibel konzipiert, um verschiedenste Anbieter in einem Warenkorb zu kombinieren und diverse Benutzerplattformen anzusteuern.

Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung haben beschlossen, die Jungfraubahn-Gruppe explizit weiter in diese Richtung zu entwickeln, mit dem Ziel, sie längerfristig zu einem integrierten Freizeit- und Serviceunternehmen zu formen. Ins Geschäftsfeld Jungfrauoch – Top of Europe wird derzeit die Gastronomie verstärkt eingebunden. Anstelle von selbstständig agierenden Unternehmern, welche die Restaurants der Jungfraubahnen mieten, übernimmt eine neu gegründete Tochtergesellschaft die Gastronomiebetriebe. Auf der Kleinen Scheidegg wurde der Wechsel Ende 2017 vollzogen, auf dem Jungfrauoch wird er per Ende Sommersaison 2019 erfolgen. Im Terminal der V-Bahn entsteht eine logistisch optimal gelegene Zentralküche, um die gastronomische Effizienz im Bereich unseres Hauptgeschäfts zu steigern.

Ein weiterer Fokus liegt auf dem Shopping, das bereits fester Bestandteil des Angebots der Gruppe ist. Hier wird die Präsenz entlang der touristischen Achsen und an den touristischen «Hotspots» ausgebaut und das Sortiment erweitert. Ein neues Geschäft konnte am Höhweg in Interlaken bereits eröffnet werden. Es bewährt sich und wird ausgebaut. Im Terminal der V-Bahn wird Shopping ein breiter Raum eingeräumt. Die Shops werden grösstenteils in Eigenregie oder von bewährten Partnern betrieben.

Eine stärkere Integration entlang der touristischen Wertschöpfungskette ist auch möglich, indem Partnerbetriebe eingebunden und koordiniert werden, sei es als direkter Leistungserbringer oder als Zulieferer. Damit kann das Angebot gestärkt werden, ohne zusätzliche Kernkompetenzen etwa in der Sportgerätevermietung oder in der Beherbergung aufbauen zu müssen. Für die Integration mehrerer Dienstleister in Echtzeit sind jedoch leistungsfähige Datenübermittlung und Datenverarbeitung unverzichtbar. Der Digitalisierung touristischer Dienstleistungen wird daher besondere Beachtung geschenkt. Die Informatik wurde entsprechend intern aufgewertet und per 2018 zum eigenen Fachbereich ausgestaltet. Sie ist damit organisatorisch gleichwertig neben Marketing und Technik gestellt.

Als integriertes touristisches Unternehmen ist die Jungfraubahn-Gruppe ein bedeutender Treiber der wirtschaftlichen Entwicklung der Region und des alpinen Tourismus in der Schweiz. Sie leistet einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der Jungfrau Region. Dabei berücksichtigt sie die Interessen ihrer Einwohner, fördert ihre Mitarbeitenden und trägt Sorge zur Natur, die eine wichtige Ressource für die Tourismuswirtschaft darstellt. Die Natur soll im Sinne der Vision des Gründers der Jungfraubahn für künftige Generationen erhalten und zugänglich gehalten werden. Aus dem Stakeholder-Ansatz der Jungfraubahn-Gruppe resultiert ein veritabler Motor der touristischen Entwicklung: Die Tätigkeit der Jungfraubahnen hilft, Detailhandel, Gewerbe, Landwirtschaft und lokale Infrastrukturen zu stärken, und legt eine Basis, auf der sich die Hotellerie laufend erneuern kann. Das wirkt sich positiv auf die Attraktivität des Gesamtangebots und damit auf die internationale Ausstrahlung der Jungfrau Region aus. Aus dieser entsteht das Nachfragepotenzial, aus dem die Jungfraubahn-Gruppe Werte schöpft, die über gefestigte Partnerschaften, Steuern, Lohnzahlungen und Investitionen wiederum die lokale Verankerung stärken.

ATTRAKTIVITÄT UND PRODUKTIVITÄT

Um das Nachfragepotenzial gewinnbringend zu nutzen, müssen das Preisniveau hoch und die Kosten tief gehalten werden. Nur so werden sich die positiven operativen Ergebnisse einstellen und können die gewünschten Cashflows generiert werden, die zur Stärkung des Unternehmens reinvestiert und im Sinne eines Value Stock ausgeschüttet werden können. Mit den Mitteln, die gezielt in die Attraktivitäts- und Produktivitätssteigerung fließen, entsteht ein Kreislauf, der den Unternehmenswert im Hinblick auf künftiges Ertragspotenzial steigert.

In diesem Zusammenhang herausragendes Projekt ist die V-Bahn. Das geplante Investitionsvolumen für das Gesamtprojekt beträgt CHF 470 Mio. (Jungfraubahn-Gruppe CHF 320 Mio.). Von den CHF 320 Mio. sind CHF 160 Mio. namentlich für die Beschaffung von neuen Zügen und für die sich seit Sommer 2018 im Bau befindlichen Hauptbestandteile des Projekts bereits ausgegeben. Die 3S-Bahn Eigerexpress im Bau besticht durch Verbesserung von Attraktivität und Produktivität. Die Investition ermöglicht ein schnelleres und bequemerer Reisen, wobei Unterhalts- und Betriebskosten pro beförderten Passagier gleichzeitig sinken. Mit der Eröffnung der Seilbahn werden die Anschlusszüge zum Jungfraujoch in einem einfacheren Umlauf verkehren, der den Rollmaterialbedarf und die Zahl der Fahrdiensttouren um 25% senkt. Die bereits bestehenden Infrastrukturen werden von Tagesspitzen und sich kreuzenden Besucherströmen entlastet. Daraus resultiert ein Gewinn an Convenience und Tagesleistung ohne grundlegende Anpassungen an der historisch gewachsenen Substanz auf der Kleinen Scheidegg und auf dem Jungfraujoch.

ZIELVORSTELLUNGEN / ERWARTUNGEN UND MESSGRÖSSEN

Der Verwaltungsrat hat sich zum Ziel gesetzt, die Frequenzen in der Hochsaison längerfristig zu halten. Ein Steigerungspotenzial besteht in der besseren Auslastung der Zwischensaison. Treffend wird dieses Ziel unter dem Motto «12 Monate Hochsaison» von CEO Urs Kessler in einem Slogan zusammengefasst. Im Wintersport wird angestrebt, die stärksten Besucherzahlen aus dem vorigen Jahrzehnt wieder zu erreichen. Auf dieser Basis ist der Komfortbereich der Infrastrukturen nach dem Bau der V-Bahn ausgelegt. Umsatzwachstum entsteht zudem durch ein der zunehmenden Attraktivität angepasstes Preisniveau und durch eine Ausdehnung der Wertschöpfungskette. Im Rahmen der Ausnutzung bestehender Kompetenzen wird eine markante Steigerung des Shoppingumsatzes angestrebt.

Zur Beurteilung der Zielerreichung sind die Verkehrserträge der Bahnen und die Umsätze der Nebengeschäfte wichtige Messgrössen. Daraus lassen sich anhand der ausgewiesenen Frequenzen und der produzierten Sitzplatzkilometer der Durchschnittsertrag pro Gast und die Auslastung der Betriebsmittel errechnen. Mit diesen Grössen lässt sich das Marketing zur Optimierung von Marge und Produktion steuern (Yield-Pricing). Unseren Finanzziele können Sie unsere Mindestexpectationen in Sachen operativer Rendite (Produktivität) und Erfolg der Investitionen entnehmen.

Ein in Zeiten grosser Investitionen ambitiöses Free Cashflow-Ziel unterstreicht unseren Willen, Werte für das Unternehmen und seine Aktionäre zu schaffen. Hier bewegen wir uns im Spannungsfeld der Definition geeigneter Finanzziele. Diese müssen sicherstellen, dass die Jungfraubahn-Gruppe für Investoren attraktiv ist und gleichzeitig genügend Mittel für Investitionen zur Verfügung stehen. Auch nach der V-Bahn muss die Jungfraubahn-Gruppe in einem immer härteren internationalen Wettbewerb zugunsten des Unternehmens und der Region investieren können.

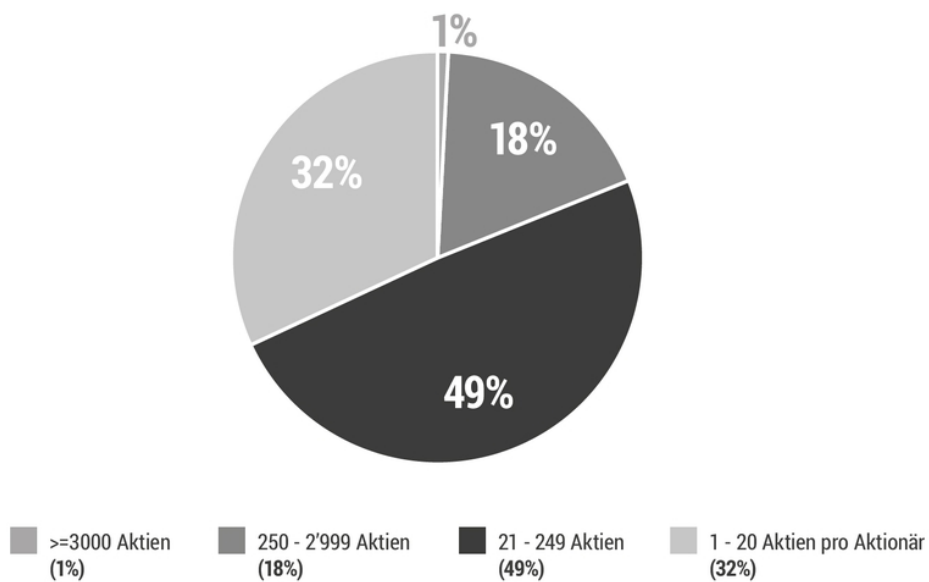
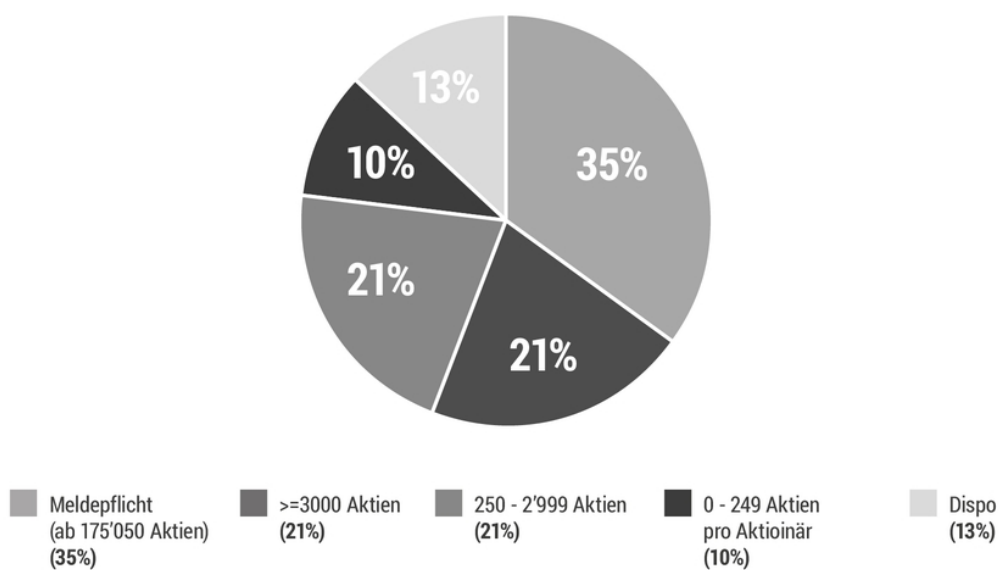
SPEZIELLES

AKTIONÄRSBINDUNG

Die Aktie der Jungfraubahn Holding AG ist am Swiss Reporting Standard der SIX kotiert (JFN ISIN CH0017875789). Die Aktie wird als Bucheffekte geführt. Ausgegebene Zertifikate werden bei Einlieferung durch Wertrechte ersetzt. Es werden keine neuen Aktienzertifikate erstellt.

Die Aktionärinnen und Aktionäre konnten im Jahr 2018 den Harder Kulm besuchen. Insgesamt haben 1761 Aktionärinnen und Aktionäre von diesem Angebot Gebrauch gemacht und sich selbst vor Ort ein Bild über die Bedeutung dieses Ausflugsbergs für Interlaken verschafft. Der Harder hat für Interlaken dieselbe Bedeutung wie der Eiffelturm für die Stadt Paris. 2019 besteht das Angebot aus einer Fahrt für CHF 50 wahlweise von Lauterbrunnen oder Grindelwald zum Jungfrauoch. Damit bietet sich die Gelegenheit, mitzuerleben, wie weit der Bau der neuen Station Eigergletscher der V-Bahn bereits fortgeschritten ist, und sich die spektakuläre Landschaft vom Top of Europe anzuschauen. Beim jährlichen Aktionärsangebot handelt es sich nicht um eine Naturaldividende. Die Jungfraubahnen erachten ihre Aktionärinnen und Aktionäre vielmehr auch als ihre Botschafterinnen und Botschafter. Sie werden dazu animiert, ihr Unternehmen aus Kundensicht kennenzulernen.

Für alle Aktionärinnen und Aktionäre, die 250 Aktien und mehr besitzen, wurde ein Aktionärsclub gegründet. Mitglied wird automatisch, wer am Stichtag (nächstes Datum: 1. Oktober 2019) mit mindestens 250 Titeln im Aktienregister der Jungfraubahn Holding AG eingetragen ist. Das grosse Vertrauen der Aktionäre in unser Unternehmen soll mit speziellen Sonderkonditionen belohnt werden, die jeweils im Internet angekündigt werden.

Aktionärsstruktur (Anzahl)**Aktionärsstruktur (Kapital)**

V-BAHN

Das V-Bahn-Projekt ist ein Gemeinschaftswerk der Jungfraubahn AG, der Wengernalpbahn AG, der Gondelbahn Grindelwald-Männlichen AG, der Berner Oberland-Bahnen AG und der Grindelwald Grund Infrastruktur AG. Ab einem gemeinsamen Terminal in Grindelwald Grund wird die neue 3S-Bahn «Eigerexpress» in 15 Minuten zum Eigergletscher fahren und die Zehnergondelbahn zum Männlichen. Durch die Haltestelle Grindelwald Terminal der Berner Oberland-Bahn erhält die V-Bahn einen Anschluss an das nationale Eisenbahnnetz. Die Streckenführung der 3S-Bahn garantiert eine einmalige Aussicht auf die weltberühmte Eigernordwand. Die Reisezeiten zum Jungfraujoch und ins Skigebiet werden mit bis zu 47 Minuten Zeitgewinn deutlich verkürzt.

Am 11. Juni 2018 konnten die Bauarbeiten an den Kernelementen der V-Bahn aufgenommen werden. Der offizielle Spatenstich wurde am 3. Juli 2018 in Grindelwald, wo der neue Terminal und das Parkhaus entstehen, gefeiert. Durch die anhaltend optimalen Wetterbedingungen konnten danach vor allem in den Monaten Juli bis November 2018 wichtige Baufortschritte erzielt werden. Der Rohbau der Perronanlage für die Station Terminal Grindelwald wurde zum Jahresende fertiggestellt. Per Ende November wurden die vorfabrizierten Elemente der Personenunterführung eingebaut. Bei den Stationen Gondelbahn Grindelwald-Männlichen und 3S-Bahn «Eigerexpress» konnten die Spannschächte fertiggestellt und der Rohbau der neuen Talstationen aufgenommen werden. Zudem wurden auf der Strecke des Eigerexpress drei der sieben Stützen fertiggestellt. Um die herausfordernden Bauarbeiten für die neue 3S-Bahn in diesem Gelände bestmöglich zu unterstützen, wurde eine Materialseilbahn ab Salzegg bis zum Eigergletscher errichtet.



Am 18. Dezember 2018 erfolgte der erste spektakuläre Schwertransport der V-Bahn. Ein neuer Transformator für die Stromversorgung von Grindelwald mit einem Transportgewicht von 42 Tonnen wurde angeliefert. Im Untergeschoss der künftigen Männlichenbahn-Talstation konnten die Installationsarbeiten beginnen. Nach aufwendigen Kabelarbeiten wird im Frühjahr 2019 umgeschaltet. Die alte Trafostation, die dem Parkhaus im Wege steht, kann danach zurückgebaut werden.

Der Rohbau (Bodenplatte und Wände) für den Verbindungsgang zwischen Eisenbahnhaltestelle und den Seilbahnen für den Nordtrakt des Terminals wurde auch im Winter weitergeführt. Auch die Felsabtragung am Eigergletscher für die Erweiterung der Station Jungfrauabahn und den Neubau der Bergstation Eigereexpress konnte trotz Kälte und Schnee fortgesetzt werden.

Impressionen Baustellen V-Bahn



Mit dem Baustart für die V-Bahn zeigt sich unverzüglich die grosse volkswirtschaftliche Bedeutung des Projekts für die Jungfrau Region. Insgesamt standen per Ende Jahr 220 externe Arbeiter (Planer und Bauarbeiter) für die V-Bahn im Einsatz. Bereits wurden Aufträge in der Gesamthöhe von CHF 100,5 Mio. an Unternehmen aus dem Berner Oberland vergeben. Dies entspricht 95% der Auftragssumme im Jahr 2018. Von aktuell 36 beauftragten Unternehmen stammen 26 aus der Region. Das Hauptziel für das Jahr 2019 wird die Fertigstellung der neuen Gondelbahn Grindelwald-Männlichen und die Eröffnung des ersten Teils des Terminals Grindelwald sowie der öV-Station Grindelwald Terminal am 14. Dezember 2019 sein. Mit der Eröffnung der neuen Gondelbahn Grindelwald-Männlichen wird der erste Zeitgewinn mit einer Reduktion von 30 auf 19 Minuten für unsere Gäste realisiert. Weitere wichtige Projektfortschritte im Jahr 2019 sind die Fertigstellung der Stützen vier bis sieben auf der Strecke des Eigereexpress und die Montage der Talstation für die neue 3S-Bahn. Diese wird am 12. Dezember 2020 ihren regulären Betrieb aufnehmen.



Die Vermarktung der neuen Bahnen läuft bereits auf Hochtouren. Wieviel Zeit dafür bleibt, zeigen die vier mit Tissot realisierten und öffentlich platzierten Countdown-Clocks an, welche die Tage, Stunden und Sekunden bis zur Eröffnung herunterzählen.

Die Investitionen für das Generationenprojekt V-Bahn belaufen sich auf insgesamt CHF 470 Mio., wovon CHF 320 Mio. durch die Jungfraubahn-Gruppe getragen werden. Diese Investitionen können durch eigene finanzielle Mittel und der Aufnahme von Fremdkapital (Bankkrediten) in der Höhe von voraussichtlich rund CHF 60 Mio. getätigt werden. Um die Bedeutung und den Umfang dieses Projektes aufzuzeigen, werden unten einige Zahlen aufgeführt. Diese beziehen sich auf die Fertigstellung des Gesamtprojektes per Dezember 2020.

Facts & Figures V-Bahn

	Gesamtprojekt inkl. Terminal und Parkhaus	3S-Bahn Eigereexpress	Gondelbahn Grindelwald-Männlichen
Anzahl m3 verbauter Beton	40 000 m3		
Aushub m3 gesamt	110 000 m3		
Anzahl Tonnen verbauter Stahl		310,2 t	328 t
Gewicht Stahlseile insgesamt		700 t	124 t
Gewicht Zugseil		168 t	
Gewicht Tragseil		532 t	
Länge Stahlseile insgesamt		41 324m	12 554m
Länge Zugseil		2x 6782m	
Länge Tragseil		4x 6940m	

PERSONELLES UND WÜRDIGUNG

Verwaltungsrat und Geschäftsleitung

An der Generalversammlung 2018 wurde Dr. iur. Catrina Luchsinger Gähwiler neu in den Verwaltungsrat gewählt. Sie ersetzt Bruno Hofweber, der nicht mehr für eine Wiederwahl zur Verfügung stand. Der Präsident, die übrigen vier Mitglieder des Verwaltungsrates und die Zusammensetzung des Vergütungsausschusses wurden von der Generalversammlung bestätigt.

Seit Juni 2017 besteht die Geschäftsleitung unverändert aus den drei Mitgliedern Urs Kessler, CEO, Christoph Seiler, CFO, und Christoph Schläppi, Corporate Secretary. Der Verwaltungsrat verzichtete vorerst auf die erneute Aufstockung durch ein weiteres Mitglied.

Die Angaben zu den Personen und zu den Entschädigungen für Verwaltungsrat und Geschäftsleitung finden Sie im Vergütungsbericht und im Corporate-Governance-Teil dieses Geschäftsberichts.

Führung der operativen Einheiten

Per 1. Januar 2018 wurde die Aufbauorganisation formell an die prozessorientierte Ablauforganisation angepasst. In den Hauptprozessen der Ablauforganisation wird die Tätigkeit der drei Geschäftsfelder beschrieben. Etliche Fach- und Supportbereiche unterstützen die Wertschöpfung in den Geschäftsfeldern. Den grossen Wertschöpfungsprozessen, sprich den Geschäftsfeldern, wird neu eine Leitungsfunktion im Organigramm der Aufbauorganisation zugeordnet:

- Markus Balmer, Geschäftsfeld Top of Europe
- Marco Luggen, Geschäftsfelder Erlebnisberge und Wintersport
- Thomas Aebischer, Geschäftsfeld Berner Oberland-Bahnen (Partnerunternehmen)

Den Geschäftsfeldleitern kommt in der Organisationsmatrix die Rolle der Besteller der Leistungen der Fach- und Supportbereiche zu. Diese werden von folgenden Kadern geleitet:

- Markus Balmer, Technik
- Patrizia Bickel, Corporate Communications
- Matthias Bütler, Marketing
- Dominik Liener, Infrastruktur
- Reto Mettler, Gastronomie
- Andreas Piattini, Human Resources
- Christoph Seiler, Finanzen
- Urs Siegenthaler, Informatik
- Stefan Würigler, Betrieb

Die Betriebsleiter Werner Amacher, Martin Loosli, Stefan Wittwer und Nils von Allmen führen ihre bisherige Arbeit in gleicher oder erweiterter Form innerhalb der neuen Strukturen weiter.

SEGMENTE

SEGMENTE

JUNGFRAUJOCH

GESCHÄFTSMODELL UND UMFELD

Das Segment Jungfrauoch – Top of Europe ist das strategische Herzstück des Unternehmens. Hauptattraktion ist die höchstgelegene Eisenbahnstation Europas. Sie liegt auf 3454 Metern über Meer, innerhalb des UNESCO-Welterbes Swiss Alps Jungfrau-Aletsch. Die Gäste besuchen und fühlen eine hochalpine Erlebniswelt inmitten von imposanten Berggipfeln, Gletschern und Schnee. Die Zahnradbahnen von Lauterbrunnen und Grindelwald zum hochalpinen Begegnungszentrum Kleine Scheidegg und weiter durch die Massive des Eigers (3970 m ü. M.) und Mönchs (4108 m ü. M.) zählen international zu den bedeutendsten Tourismusattraktionen der Schweiz. Die Internationale Stiftung Hochalpine Forschungsstation Jungfrauoch und Gornergrat trägt mit ihrer Präsenz und ihren Forschungsergebnissen zur Attraktivität des Jungfrauochs bei. Die Bedeutung des Segments lässt sich am Netto-Verkehrsertrag von CHF 111,8 Mio. messen. Der Umsatz verteilt sich auf die Jungfraubahn AG und die Wengernalpbahn AG (Angaben zu den Tochtergesellschaften finden sich im Finanzbericht).

Mit Jungfrauoch – Top of Europe wird ein umfassendes Naturerlebnis als komplettes Angebot aus einer Hand vermarktet. Das Angebot basiert nur in einigen Ergänzungs- und Nebenleistungen auf Dienstleistungen von Partnern (z.B.: Touren im Bereich des Alpinismus, Snow Fun, Mönchsjochehütte). Nach der vollständigen Integration der Restauration auf der Kleinen Scheidegg Ende 2017 wird Ende 2019 auch die Restauration auf dem Jungfrauoch und am Eigergletscher eingegliedert. Das Jungfrauoch ist während 365 Tagen im Jahr offen. Zur Sicherung der Qualität ist die Besucherzahl auf 5000 Gäste pro Tag ($\pm 10\%$) limitiert. Ein Platzreservationssystem sichert zudem den Reisekomfort.

AKTUELLE LAGE: MARKTBEURTEILUNG AUFGRUND DES ERGEBNISSES

Das Geschäftsjahr 2018 verlief sehr erfolgreich. Bereits zum dritten Mal in der Geschichte der Jungfraubahn besuchten mehr als eine Million Gäste das Jungfraujoch – Top of Europe. Daraus resultierte bei einem um 1,8% gesteigerten Durchschnittsertrag ein Netto-Verkehrsertrag von 111,8 Millionen Franken. Der Ausflugsverkehr auf das Jungfraujoch – Top of Europe profitierte weiterhin von der Diversifikation der Märkte. Besonders wichtig ist trotz steigender Zahl individueller Gäste nach wie vor das Geschäft mit den Reiseveranstaltern.

Der internationale Tourismusmarkt wächst in den letzten Jahren kontinuierlich. Die UNWTO Tourismusorganisation der UNO, rechnet mit einer Fortsetzung dieses Trends. Dieses Potenzial kann die Jungfraubahn gezielt nutzen. Die Marktbearbeitung in Asien genießt unverändert hohe Priorität, um das hohe Niveau aus dem Jahr 2018 zu halten. Dem Wachstum sind dabei gewisse Limiten gesetzt. Kapazitätsengpässe in den Sommermonaten und die dem Beschleunigungstrend widersprechende lange Reisezeit stellen die Geschäftsfeldentwicklung vor besondere Herausforderungen. Als Antwort auf diese Gegebenheiten, werden die Auslastung der Zwischensaison («Zwölf Monate Hochsaison») gefördert und die V-Bahn realisiert, welche die Reisezeit zum Jungfraujoch markant verkürzt. Damit soll den Gästen ein individuell passendes und flexibles Reiseverhalten ermöglicht werden. Dieses wird sich positiv auf die Verteilung der Frequenzen über den Tag auswirken.

START INS JAHR 2019

Der Start ins Geschäftsjahr 2019 verlief beim Segment Jungfraujoch zufriedenstellend. Trotz vier Tagen mit Ausfällen besuchten von 1. Januar bis 28. Februar 2019 75 246 Gäste das Jungfraujoch. Im Vergleich zur selben Periode im Vorjahr wurde eine Zunahme von 7 863 Gästen beziehungsweise 11,7% verzeichnet. Dies steht aber auch im Zusammenhang mit dem verhaltenen Start im Jahr 2018 (zehn Ausfalltage im Januar aufgrund von Sturm).



Snow Fun Jungfraujoch

WINTERSPORT

GESCHÄFTSMODELL UND UMFELD

Die JUNGFRAU Ski Region ist ein Kooperationsprodukt, an dem die Jungfraubahn-Gruppe mit über 60% beteiligt ist. Zwölf Unternehmen bilden zusammen den Abonnementsverbund JUNGFRAU Ski Region. Zur Skiregion gehören die Teilgebiete Grindelwald-First, Kleine Scheidegg-Männlichen und Mürren-Schilthorn. Die Schneesportler können mit ihrem Abonnement Anlagen in der gesamten Destination benutzen. Gemessen an den 991 000 Skier Visits (gesamte Wintersaison 2017/2018) gehört dieses Skigebiet zu den grössten der Schweiz.

Gut die Hälfte des Wintersportertrags erzielt die JUNGFRAU Ski Region mit Gästen, die in der Region Winterferien machen. Die Region profiliert sich im internationalen Umfeld mit einem unvergleichlichen Naturerlebnis und einem abwechslungsreichen Pistenangebot mit einer Vielfalt langer Talabfahrten. Die Skigebiete werden direkt aus den historischen Ferienorten Grindelwald, Wengen und Mürren erschlossen. Eine Spitzenposition hält die Region mit ihren Winterwander- und Schlittelangeboten.

Die Tagesgäste, die die andere Hälfte der Wintersportkunden bilden, sind stärker auf die sportliche Aktivität fokussiert. Das äussert sich in den Anforderungen an die Pistenqualität sowie an die Kapazitäten der Zubringeranlagen und Verkehrswege (Parkierung). Unverändert liegt ein starker Fokus auf der Bindung der Kinder. Die Aktion «Kinder fahren samstags gratis» wurde im Winter 2017/2018 insgesamt 11 000 Mal genutzt.

Die Jungfraubahnen sind der Spezialist für Zubringer- und Beschäftigungsanlagen, Pisten und Funparks im Skigebiet. Die übrigen Teile der Wertschöpfungskette werden nur teilweise beziehungsweise in Kooperation abgedeckt. Die Vermietung von Ausrüstungen wird in einem gemeinsamen Unternehmen mit den lokalen Sporthändlern gefördert (Intersport Rent-Network). Entsprechend eng ist die Zusammenarbeit mit der regionalen Wirtschaft, den Hoteliers, dem Detailhandel und den lokalen Tourismusorganisationen.

AKTUELLE LAGE: MARKTBEURTEILUNG AUFGRUND DES ERGEBNISSES

Trotz turbulenten Witterungsverhältnissen im Januar und oftmals ungünstigem Wetter an den Wochenenden der Hochsaison verlief der Geschäftsgang von Jahresbeginn bis zum Saisonschluss im Frühling 2018 dank guten Schneebedingungen befriedigend. Die Zahl der Skier Visits für das Geschäftsjahr 2018 stieg in der gesamten Jungfrau Ski Region im Vergleich zum Vorjahr um 5,4% auf 987 000. Für die Jungfraubahn-Gruppe resultierte ein Netto-Verkehrsertrag aus dem Wintersportgeschäft von CHF 22,1 Mio. Trotz der Steigerung gegenüber 2017 liegt das Ergebnis nach wie vor weit hinter den guten Wintersportjahren 2007/2008 zurück.

Im hart umkämpften und gesättigten Wintersportmarkt haben Wintersportdestinationen mit Schneesicherheit, qualitativ guten, abwechslungsreichen Pisten und viel Convenience durchaus eine Chance. Der Verlauf der Wintersaison 2017/2018 zeigt beispielhaft, wie stark Wetter und Wetterprognosen die Nachfrage beeinflussen können. Mit neuen Angeboten und Preismodellen ist dem Trend zu Kurzfristigkeit und Spontanität zu begegnen. Jenen Angeboten, welche die Kunden frühzeitig beziehungsweise länger binden, kommt wachsende Bedeutung zu. Die Jungfrau Ski Region hat sich mit den grossen Skigebieten des Berner Oberlandes zusammengeschlossen und ein im Vorverkauf sehr preiswertes Saisonabonnement für CHF 666 auf den Markt gebracht. Mit dem Erwerb eines solchen Abonnements vor Beginn der Saison wird die Nachfrage von den Faktoren, die den kurzfristigen Kauf beeinflussen, entkoppelt. Dass der Kunde das Risiko für die meteorologischen Bedingungen und für sein Spontanverhalten mitträgt, rechtfertigt den Rabatt von rund 33%. Die Partner vereinbarten eine mindestens dreijährige Einführungsphase. Auch im zweiten Jahr (Saison 2018/2019) hat sich das Abonnement bewährt und die Zahl der verkauften Pässe konnte um 7% gesteigert werden.

Weniger volatil und daher sehr wertvoll ist das Wintersportgeschäft mit Feriengästen. Um dieses zu fördern beziehungsweise um mit dem weltweiten Qualitätsstandard mitzuhalten, muss die Integration der touristischen Dienstleistung laufend verbessert werden. Als traditioneller Anbieter für Transportdienstleistungen und Pisten fokussiert die Jungfraubahn-Gruppe neu auf die Komplettierung der Wertschöpfungskette. Als integriertes Tourismusunternehmen wird mit dem neuen Terminal der V-Bahn die Tätigkeit entlang der Wertschöpfungskette ausgebaut und erweitert. Für den Wintersportler werden die Dienstleistungen im Bereich Skidepot, Vermietung, Skischule und Gastronomie verbessert.

Die Jungfrau Ski Region profitiert von der einmaligen Kulisse der Berner Alpen und den entsprechenden Möglichkeiten, die Zubringerbahnen auch im Winter immer stärker mit internationalem Ausflugstourismus auszulasten. Die neue 3S-Bahn von Grindelwald zum höchsten Punkt des Skigebiets, einem Element des V-Bahn-Projekts, ist von Beginn weg für diese gemischte Nutzung konzipiert.

START INS JAHR 2019

Das Wintersportgeschäft gestaltet sich weiterhin herausfordernd. Die Besucherzahlen der Jungfrau Ski Region haben sich vom 1. Januar bis 28. Februar 2019 um 11,3% gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Trotz der Verbesserung setzen die Jungfraubahnen auf kontinuierliche Qualitätssteigerung. Mit dem Projekt V-Bahn werden die Reisezeiten mit einem direkten Anschluss an den öffentlichen Verkehr massiv verkürzt. Am 14. Dezember 2019 wird mit der neuen Zehnergondelbahn Grindelwald-Männlichen zudem eine erste Anlage von internationalem Standard eröffnet. Für unsere Wintersportgäste bedeutet dies höheren Komfort durch eine smarte Gästelenkung und eine bessere Ausnutzung der Kapazität. Die gesamte Anlage mit der neuen 3S-Bahn Eigerexpress wird am 12. Dezember 2020 in Betrieb genommen.



Snowpark Grindelwald-First

ERLEBNISBERGE

GESCHÄFTSMODELL UND UMFELD

Die Erlebnisberge sind ein strategisches Ergänzungsangebot. Sie gewinnen laufend an Bedeutung. Im Geschäftsjahr 2018 erzielten sie 13% des Konzernumsatzes. Die Bergbahnen und die von ihnen teilweise eigens kreierten und unterhaltenen Erlebniswelten sind eine solide Basis für die lokale Tourismuswirtschaft und die mit ihr vernetzte Landwirtschaft. Sie schaffen so Mehrwerte für die gesamte Region, indem sie Anlass sind, länger vor Ort zu verweilen, zu übernachten oder ganz klassisch Sport- und Wanderferien zu machen. In der nachhaltig gestärkten, entsprechend intakten und lebendigen Umgebung lässt sich auch unser Primärangebot Jungfrauoch – Top of Europe noch erfolgreicher positionieren.

Das Segment Erlebnisberge umfasst folgende Attraktionspunkte:

- Grindelwald-First, Top of Adventure
- Harder Kulm, Top of Interlaken
- Winteregg-Mürren, Top of Family

Die Jungfraubahn-Gruppe ergänzt ihr Angebot mit folgenden Kooperationen: Kleine Scheidegg-Eigergletscher (aus dem Segment Jungfrauoch – Top of Europe), Schynige Platte-Bahn (eine Bahn der Allianzpartnerin Berner Oberland-Bahnen AG), Gondelbahn Grindelwald-Männlichen (Beteiligung von 35,5%), Luftseilbahn Wengen-Männlichen und Autoverkehr Grindelwald. Verbindendes Element für diese Ausflugsziele bildet das Mehrtages-Abonnement «Jungfrau Travel Pass». Dieser Pass eröffnet den Gästen die grosse Palette von Ausflugszielen mit einer Gültigkeit von bis zu sechs aufeinanderfolgenden Tagen.

AKTUELLE LAGE: MARKTBEURTEILUNG AUFGRUND DES ERGEBNISSES

Bei sämtlichen Erlebnisbergen, die den Ausflugsverkehr auf den Harder Kulm, nach First und Winteregg-Mürren umfassen, registrierte die Jungfraubahn-Gruppe Rekordergebnisse. Der Netto-Verkehrsertrag konnte mit einer Zunahme von insgesamt 26,7% erneut deutlich gesteigert werden. Die Harderbahn erzielte einen Anstieg beim Netto-Verkehrsertrag von weiteren 36,2%. Die Firstbahn verzeichnete ein Plus von 31,2%. Die Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren erreichte einen Zuwachs beim Netto-Verkehrsertrag von 7,6%. Insgesamt wurde bei den Erlebnisbergen mit CHF 20,2 Millionen ein um CHF 4,3 Millionen höherer Verkehrsertrag als im Vorjahr erwirtschaftet.

Das gute Ergebnis der Harderbahn bestätigte den Entscheid des Unternehmens, die Harder-Saison um einen Monat zu verlängern. Mit der guten Sichtbarkeit aus dem Zentrum und dem limitierten Zeitbedarf hat sich der Berg als «Must» für jeden Besucher von Interlaken etabliert und erschliesst damit auch Märkte ausserhalb der Jungfraubahn. Dass sich auch die anderen Ausflugsziele weiterhin positiv entwickeln, ist darauf zurückzuführen, dass sie den Trend zu sportlicher und spasserfüllter Tätigkeit in freier Natur aktiv aufnehmen. Die Firstbahn kann sich mit dem First Cliff Walk, den beiden Erlebnisseilbahnen «First Flieger» und «First Glider», den Mountain Carts sowie den Trottibikes im Soft-Adventure-Bereich für jedermann erfolgreich positionieren. Im Geschäftsjahr 2018 wurde erstmalig auch der First Bagjump den Abenteuersuchenden während des Sommers zur Verfügung gestellt. Die Winteregg stärkt laufend ihre Attraktionen für die Familie. Mit der 2017 eröffneten Freeride-Strecke verfügt sie über eine einzigartige Attraktion für den ambitionierten Biker. Im Geschäftsjahr 2018 konnte gemeinsam mit Mürren Tourismus der Detektiv-Trail eröffnet werden, um das «Top of Family» noch deutlicher zu positionieren. Die Mürrenbahn profitierte vor allem vom Crossmarketing mit dem Jungfraujoch.

AUSSICHTEN

Die Erlebnisberge bauen ihre erfolgreichen Angebote im Outdoor- und Soft-Adventure-Bereich weiter aus. Auf der First wird an zonenplanerischen Grundlagen gearbeitet, um das Adventure-Angebot weiter zu ergänzen. Mit dem geplanten Gondel-Einsprechsystem wird für die Gäste zudem die Qualität der Kundeninformation erhöht. Bei der Harderbahn sollen im Jahr 2019 die Effizienz und Qualität durch eine Verbesserung der Gästelenkung an der Talstation, den Ersatz des Mobiliars auf der Aussenterrasse und den Umbau der Selfservice-Station noch weiter gesteigert werden.

Für die Nachfrage in diesem Segment spielt immer auch das Wetter eine bedeutende Rolle. Innerhalb der meteorologischen Rahmenbedingungen sind die Produkte des Segments jedoch sehr vorteilhaft positioniert, und es können auch Kombinationen mit den anderen Segmenten angeboten werden. Diese gute Ausgangslage lässt auf eine weiterhin erfreuliche Entwicklung hoffen.



NEBENBETRIEBE

KRAFTWERK

Das Kraftwerk fördert die Unabhängigkeit der Jungfraubahn-Gruppe bei einer der bedeutendsten Ressourcen, der Energie, und erbringt Dienstleistungen im Bereich der Energieversorgung. Im Besonderen dank intensiven Regenfällen im Winter konnte in Sachen Produktionsmenge mit gut 66 GWh ein absolutes Erfolgsjahr verzeichnet werden. Der Energieumsatz, der aufgrund des Handels die Produktion von 66 GWh übersteigt, beträgt insgesamt 77,3 GWh, was einer Zunahme von 5,2% gegenüber 2017 entspricht.

PARKHAUS

Das Parkhaus Lauterbrunnen ist dank seiner Lage am Bahnknotenpunkt der zentrale Transferpunkt zwischen dem Individualverkehr und den autofreien Kurorten Mürren und Wengen und dementsprechend gut positioniert. Im Berichtsjahr war das Parkhaus durchschnittlich zu 68,4% ausgelastet, was Steigerung von 1,0% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Mietertrag erreichte 2018 CHF 2,3 Mio.

JUNGFRAUBAHNEN MANAGEMENT AG

Für die Bereitstellung der Führungsinfrastruktur und zur Erbringung der Dienstleistungen von Fach- sowie Supportbereichen hält die Jungfraubahn Holding AG die Jungfraubahnen Management AG. Das bedeutendste Aktivum dieser Gesellschaft sind die zentralen IT-Anlagen der Jungfraubahnen. Die Entschädigung von CHF 5,8 Mio., welche die Jungfraubahnen Management AG für Dienstleistungen an Dritte erhält, stammt aus Kostenschlüsseln, insbesondere mit der Berner Oberland-Bahnen AG, und direkter Verrechnung von Dienstleistungen. Zunehmend generiert die Management AG auch Provisionseinnahmen aus Verkäufen, insbesondere von Fahrkarten, über das Internet.

VERANTWORTLICHE HERAUSGEBERIN

Jungfraubahn Holding AG
Harderstrasse 14
CH-3800 Interlaken
Schweiz

KONTAKTSTELLEN

Medien

Patrizia Bickel
patrizia.bickel@jungfrau.ch

Investor Relations

Christoph Seiler
christoph.seiler@jungfrau.ch

Touristische Informationen

Rail Info
info@jungfrau.ch

© 2019 Jungfraubahn Holding AG





Mehr auf
WWW.JUNGFRAU.CH/GESCHAEFTSBERICHT