

JUNGFRAUBAHN HOLDING AG

GESCHÄFTSBERICHT 2016

1. Teil: Lagebericht

Offizielle Version

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS

1 LAGEBERICHT

1.1	GRUSSADRESSE AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE	3
1.2	DIE JUNGFRAUBAHN HOLDING AG IN KÜRZE	6
1.3	BOTSCHAFT DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG	16
1.4	SPEZIELLES	23

2 SEGMENTE

2.1	JUNGFRAUJOCH	31
2.2	WINTERSPORT	34
2.3	ERLEBNISBERGE	37
2.4	NEBENBETRIEBE	40



LAGEBERICHT

Lagebericht

GRUSSADRESSE AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre

Der globale Tourismus verzeichnet seit Jahren solide Wachstumsraten. Das hat auch dem Jungfraujoch – Top of Europe ein stetig steigendes Marktpotenzial eröffnet. Wir haben es nutzen können: Ende 2015 zählten wir erstmals eine Million Gäste. Der grosse Teil von ihnen kam aus dem fernen Asien. Das vergangene Jahr hat – wie schon in der Finanzkrise 2008 – aufgezeigt, dass dem weltweiten Verkauf eines touristischen Angebots auch immer wieder Hindernisse erwachsen können. Terroranschläge in Europa beeinflussten das Verhalten der internationalen Kundschaft. Trotzdem erreichte die Jungfraubahn-Gruppe in einem herausfordernden Umfeld ihr zweitbestes Resultat. Wir sind überzeugt, dass die Jungfraubahn-Gruppe durch ihre Verankerung in der Region und durch internationale Ausstrahlung ihrer Marke sowie des integrierten Angebotes auch für herausfordernde Zeiten gut gewappnet ist. Wir können dies mit einem soliden Konzerngewinn von CHF 30,9 Mio. untermauern.

Unsere Wertschöpfung soll unserem Selbstverständnis entsprechend allen «Stakeholdern» und auch Ihnen, werte Aktionärinnen und Aktionäre, zukommen.

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



Durch unsere Rolle als Motor der regionalen Tourismuswirtschaft, als bedeutender Arbeitgeber und als Investor schaffen wir Werte für unser unmittelbares Umfeld. Das stärkt unsere regionale Verankerung. In unserem

Lagebericht

Geschäftsbericht, für den wir erstmals die Möglichkeiten des Internets nutzen, möchten wir Ihnen unsere Wertschöpfung für die Region näherbringen. Sie können erfahren, wie sich regionale Verankerung und internationale Ausstrahlung gegenseitig stärken.

Wir haben im vergangenen Jahr 916 500 Gäste auf dem Jungfraujoch – Top of Europe empfangen dürfen. Dank einem gesteigerten Durchschnittsertrag resultierte daraus zum zweiten Mal in der Geschichte der Jungfrauabahn ein Verkehrsertrag von über 100 Millionen Franken. Es freut uns, dass wir im herausfordernden Umfeld das Preisniveau sogar steigern konnten. Wir führen dies auf unsere Anstrengungen zurück, das Angebot stets zu aktualisieren und die Servicequalität hochzuhalten. Aus der Erfahrung des Vorjahres wussten wir, dass ein Millionenpublikum durch die Jungfrauabahn künftig nur mit der Unterstützung eines elektronischen Sitzplatzreservationssystems reibungslos und ohne Qualitätsabstriche transportiert werden kann. Innert Monaten entwarfen wir ein entsprechendes Konzept und setzten dieses erfolgreich um. Wir stellten damit unsere Innovationskraft und unsere Bereitschaft unter Beweis, die Möglichkeiten der neuen digitalen Technologien operativ effizient zu nutzen. Dies zeigt, dass wir die Marktbedürfnisse erkennen und rasch entsprechende Massnahmen umsetzen.

Im strategischen Kontext steht seit Dezember 2012 die Umsetzung der V-Bahn im Zentrum unserer Unternehmensentwicklung: Die Dreiseil-Umlaufbahn Eiger-Express ist das prominenteste Element des Projekts. Diese 3S-Bahn bildet zusammen mit der neuen Männlichenbahn, der Hauptanlage der Gondelbahn Grindelwald-Männlichen AG, das «V», das dem gesamten Vorhaben den Namen gegeben hat. Die beiden hochmodernen Seilbahnen haben ihren Ausgangspunkt in demselben Terminal in Grindelwald mit Parkhaus und Anschluss ans Eisenbahnnetz wie unsere Allianzpartnerin, die Berner Oberland-Bahnen AG.

Das Projekt V-Bahn umfasst auch namhafte Erneuerungen im Bereich des Rollmaterials der Eisenbahnen, die mit dem Abschluss grosser Beschaffungsprogramme bei der Wengernalpbahn, Jungfrauabahn und Berner Oberland-Bahn bereits umgesetzt sind. In ihrer Gesamtheit hat die V-Bahn eine in externen Berichten nachgewiesene positive wirtschaftliche und verkehrstechnische Auswirkung von überregionaler Dimension. Die neue 3S-Bahn Eiger-Express wird es ermöglichen, dass die Reisenden das Jungfraujoch schneller und mit einfacheren Umsteigebeziehungen erreichen. So werden die ersten Gäste früher auf 3454 Metern über Meer eintreffen und die letzten später oben abreisen können. Die Besucher werden sich besser über den Tag verteilen und die Infrastrukturen auf dem Berg werden von Tagesspitzen entlastet. Gruppenintern erzeugt die neue Bahn wertvolle Synergien, indem sie 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 die Wartezeiten der Vergangenheit angehören. Die Anreise wird schneller und bequemer. Skifahrer und Snowboarder können die attraktiven langen Abfahrten ins Tal täglich gleich mehrmals absolvieren. Attraktivitätssteigerung und exzellente Dienstleistung mit dem besten Terminal der Alpen ist die einzig dauerhafte Antwort auf die Herausforderungen im hart umkämpften Wintersportmarkt.

Die Realisierung des V-Bahn-Projekts ist in eine entscheidende Phase getreten: Die neuen Seilbahnen und Bahnstationen durchlaufen das Plangenehmigungsverfahren beim Bund. Mit den wenigen verbliebenen Einsprechern, darunter auch die Stiftung für Landschaftsschutz und Pro Natura, sitzt die Bauherrschaft am Runden Tisch, in der Absicht, letztlich mit allen Parteien einvernehmliche Lösungen zu finden und die dreijährige Bauphase der Luftseilbahnen und des Terminals Grindelwald Grund bald starten zu können. Der grosse Fortschritt bei der V-Bahn führt dazu, dass der strategische Horizont des Unternehmens bereits in der Zeit nach

Lagebericht

der Eröffnung des Eiger-Express liegt. Die Herausforderung der Zukunft sieht der Verwaltungsrat in der Stärkung der Wertschöpfung im bestehenden Kontext. Seine Antwort darauf ist die Weiterentwicklung der Gruppe zu einem integrierten Freizeit- und Serviceunternehmen. Mehr dazu lesen Sie weiter hinten in der Botschaft des Verwaltungsrates.

Im bereits angelaufenen Geschäftsjahr scheint sich die Welt auf die Terrorgefahr eingestellt zu haben. Das Thema hat an Brisanz verloren. Durch Anpassung ihrer Routen gewinnen die Reisewilligen zusätzliche Sicherheit. Die Schweiz bleibt bei diesen Verlagerungen ein beliebtes Reiseziel und auch ein beliebter Aufenthaltsort für die zunehmende Zahl von Individualreisenden, die sich pro Destination mehr Zeit nehmen können. Aufgrund der Rückmeldungen aus den Märkten verzeichnen wir seit Anfangs Jahr zuversichtlich stimmende Reservationsstände. Kurzfristig könnten allerdings weitere Anschläge störend wirken, längerfristig wäre eine Abkapselung der Nationen durch den Aufbau neuer Grenzen als Überreaktion auf die Bedrohungslage nachteilig. Innerhalb der Branche wird der Preiskampf – vor allem in China – immer unerbittlicher geführt. Die Jungfraubahn-Gruppe nutzt ihre Alleinstellungsmerkmale und die Qualität der Angebote, um ihre Stellung im Markt und ihr Preisniveau zu verteidigen.

An dieser Stelle bedanken wir uns ganz herzlich bei unseren Mitarbeitenden für die erneut hervorragende Leistung, ihre täglich gelebte und echt empfundene Gastfreundschaft gegenüber unseren Kunden. Wir danken auch herzlich 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 andern Partnern wie der Hotellerie, mit denen wir eine fruchtbare Zusammenarbeit pflegen dürfen. Schliesslich danken wir Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionären, für das Vertrauen in unsere Gruppe und für die Treue, die Sie zur Jungfraubahn Holding AG halten.



Prof. Dr. Thomas Bieger

Urs Kessler

Präsident des Verwaltungsrates Vorsitzender der Geschäftsleitung

Lagebericht

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 zum Jungfraujoch – Top of Europe. Durch den langfristigen Aufbau eines Distributions- und Vertreternetzes kommt ihr eine Leaderstellung in den asiatischen Märkten zu. Die Jungfraubahn-Gruppe bietet zudem Ausflüge zu den bekannten Erlebnisbergen der Jungfrau Region und ein Wintersportangebot. Sie betreibt ferner ein eigenes Wasserkraftwerk, vermietet Räumlichkeiten für Restauration und betreibt sowie vermietet Shops.

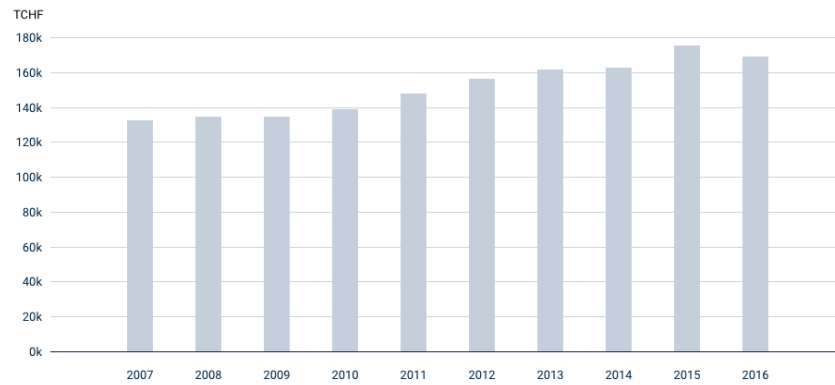


Sphinx und Aletschgletscher

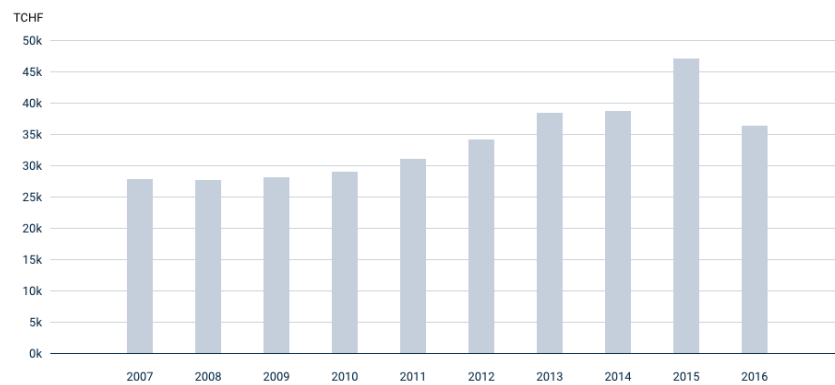
Die Kundenfokussierung steht über allen anderen Leitgedanken. Damit erreicht die Gruppe eine attraktive Positionierung auf dem Markt für Touristen und Investoren. Wir stellen einen bedeutenden regionalen Wirtschaftsfaktor dar und stehen im Tourismusbereich in einer Leaderrolle. In Zusammenarbeit mit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

Lagebericht

Betriebsertrag



Betriebsergebnis (EBIT)

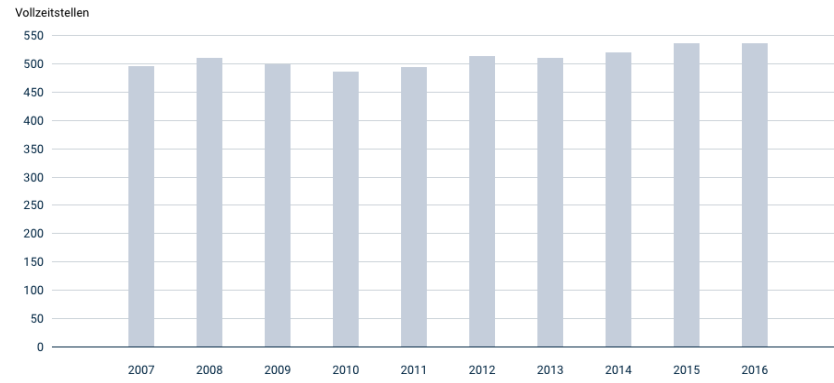


Jahresgewinn



Lagebericht

Personalbestand



Lagebericht

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 Regionen. 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 Jungfraujoche – Top of Europe als Hauptertragsquelle zu stärken. Mittels stetiger Modernisierung der Bahnen soll die vom Markt geforderte Reisezeitverkürzung realisiert werden. Internes Wachstum wird durch bessere Auslastung der Zwischensaison angestrebt. Die Jungfraubahn Holding AG hat die Initiative «10 Monate Hochsaison» ergriffen. Die Jungfraubahnen und die Gondelbahn Grindelwald-Männlichen planen, gemeinsam die sogenannte V-Bahn zu bauen, die mit einer Zehner-Gondelbahn den Männlichen und mit einer neuen 3S-Bahn den Eigergletscher erschliesst. Die Reisezeiten können damit verkürzt und die Qualität gesteigert werden. Das V-Bahn-Projekt mit den zwei 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. Sie stärkt die Konkurrenzfähigkeit des Jungfraujochs als weltweit bekannten Leuchtturm und verhilft der Wintersportdestination zu einer Spitzenposition im internationalen Wettbewerb.

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.

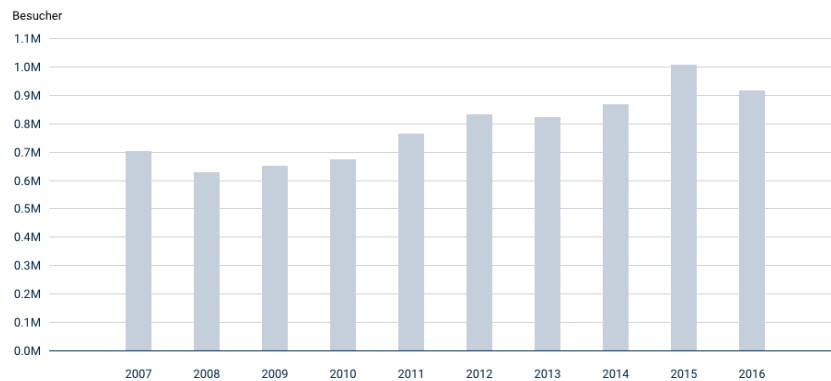
Lagebericht

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 SCHWEIZER ALPEN Jungfrau-Aletsch. Die Vermarktung des Ausflugs mit der Wengernalpbahn und der Jungfraubahn auf das Jungfrauoch ist das strategische «Herzstück» des Unternehmens. Der Besucherrekord wurde im Jahr 2015 mit 1 007 000 Gästen erzielt. Früher als erwartet, wurde auf dem Top of Europe die magische Marke von einer Million Besuchern geknackt. Diese Zahl gilt als mittelfristig angestrebte Zielgrösse.

Besucher Jungfrauoch



Wintersport

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

Lagebericht

Gasteintritte JUNGFRAU Ski Region

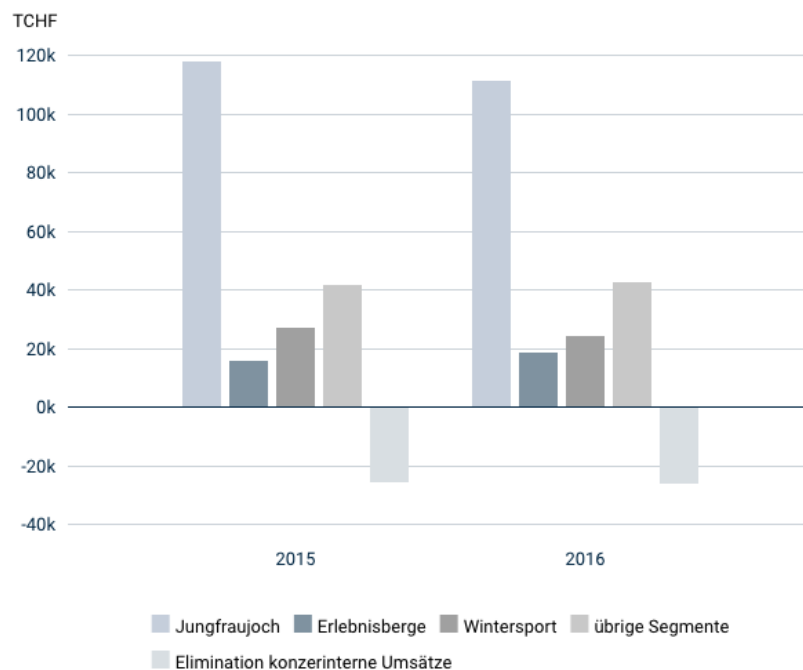


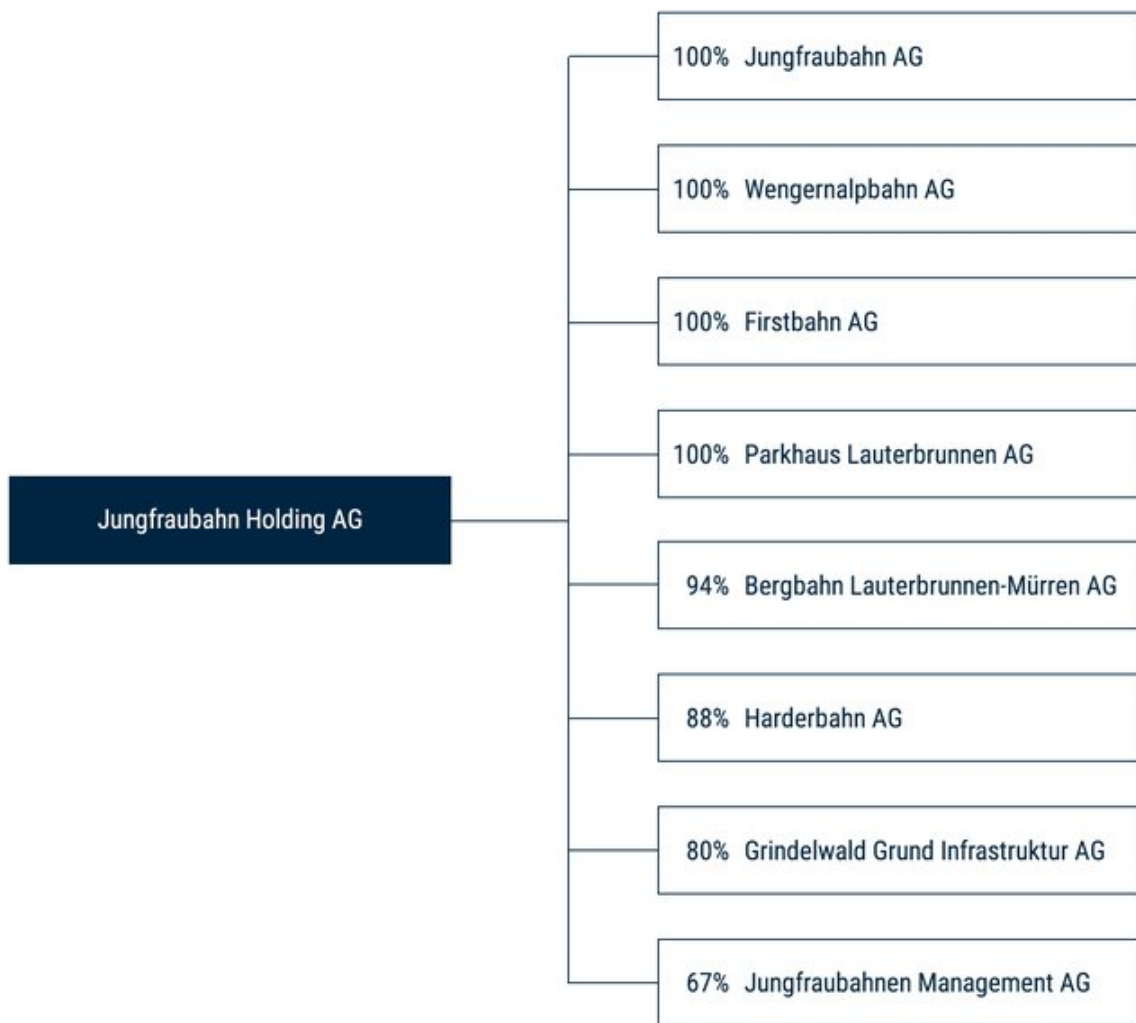
Erlebnisberge

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

Umsatz nach Segmenten

Über die Bedeutung der Segmente gibt die Höhe der Nettoumsätze Aufschluss. In der nachfolgenden Zusammenstellung sind auch noch Angaben zu den konzerninternen Eliminationen enthalten.



*Lagebericht***DIE HOLDINGGESELLSCHAFT****Konzern***Operative Gesellschaften des Konzerns*

Die von der Jungfraubahn Holding AG Ende 2015 angekündigte Vereinfachung der Konzernstruktur durch Übernahme von 100% der Aktien der Harderbahn AG und der Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren AG kam knapp nicht zustande. Dieses Ziel wird ohne Zeitdruck weiterverfolgt.

Lagebericht

Person	Funktion
Urs Kessler	Vorsitzender der Geschäftsleitung
Jürg Lauper	Leiter Infrastrukturen, Mitglied der Geschäftsleitung
Christoph Schläppi	Leiter Corporate Services, Mitglied der Geschäftsleitung
Christoph Seiler	Leiter Finanzen und Controlling, Mitglied der Geschäftsleitung
Markus Balmer	Leiter Wengernalpbahn, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung
Patrizia Bickel	Leiterin Corporate Communications, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung
Matthias Bütler	Leiter Marketing, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung
Therese Jaun Schmid	Leiterin Human Resources, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung
Marco Luggen	Leiter Firstbahn und Wintersport, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung
Gabriel Roth	Leiter Jungfraubahn, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung
Stefan Würigler	Leiter Vertrieb und Produktion, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung

Der Verwaltungsrat der Jungfraubahn Holding AG ist das oberste Entscheidgremium 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.



Lagebericht

Die Angaben zur personellen Besetzung der Organe sind aktualisiert per Erstellung des Geschäftsberichts (Anfang April 2017). Details und Angaben zu den Mutationen im Laufe des Berichtsjahres 2016 entnehmen Sie bitte dem Kapitel Spezielle Punkte / Personelles und dem Corporate-Governance-Bericht.

Kennzahlen der Konzernrechnung

Tausend CHF	2016	2015	Veränderung
Betriebsertrag	169'030	175'488	-3.7%
Verkehrsertrag	125'984	133'969	-6.0%
EBITDA	71'079	79'395	-10.5%
EBITDA in % des Betriebsertrages	42.1%	45.2%	-6.9%
EBIT	36'332	47'000	-22.7%
EBIT in % des Betriebsertrages	21.5%	26.8%	-19.8%
Jahresgewinn	30'902	36'211	-14.7%
Umsatzrentabilität (ROS)	18.3%	20.6%	-11.2%
Free Cashflow	18'111	5'443	232.7%
Eigenfinanzierungsgrad	80.9%	81.5%	-0.7%
Personalbestand (Vollzeitstellen)	536	525	2.1%

Jungfraubahn Holding AG

Die Jungfraubahn Holding AG ist eine Beteiligungsgesellschaft. Ihre Geschäftstätigkeit ist vorwiegend 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 2016 beträgt CHF 15,4 Mio. Die Darlehen an die Tochtergesellschaften von rund CHF 100 Mio. werden von diesen mit 1,0% verzinst. Zusammen mit dem übrigen Finanzertrag und nach Verrechnung des Finanzaufwandes schliesst die Finanzrechnung mit CHF 16,7 Mio. ab. Das Ergebnis beträgt CHF 15,9 Mio. Die detaillierte Jahresrechnung mit Anhang finden Sie im Anschluss an die Konzernrechnung im Finanzbericht. Sie ist Teil des Genehmigungsantrags an die Generalversammlung 2017.

Lagebericht

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

Lagebericht

BOTSCHAFT DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

CHANCEN UND RISIKEN

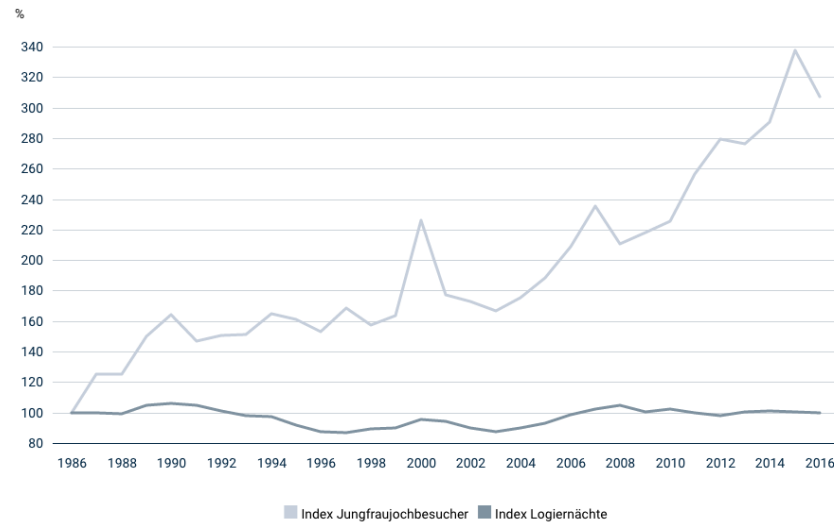
Die Jungfraubahn wurde am Übergang vom vorletzten zum letzten Jahrhundert gebaut. Seit der durchgehenden Eröffnung am 1. August 1912 befindet sich auf dem Jungfraujoch auf 3454 Metern über Meer die höchste Eisenbahnstation Europas – Top of Europe. Im Zusammenhang mit der einmaligen Bergwelt von Eiger, 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 2016 mit 3,9%. Dies war das siebente Jahr in Folge mit einer Zunahme der Tourismusnachfrage. Die UNWTO rechnet auch für 2017 mit einer Fortsetzung dieses Trends. [1]

In der Schweiz sind die Ankünfte im gleichen Zeitraum praktisch konstant geblieben. Allerdings sind die Besucherzahlen aus China markant zurückgegangen (–22%). Dieser Markt gehört seit ein paar Jahren mit zu den bedeutendsten der Jungfraubahn. Stabil hingegen waren die Übernachtungszahlen der Gäste anderer asiatischer Herkunft wie beispielsweise aus Japan, Indien und Korea. Im Berner Oberland notieren Ankünfte und Logiernächte bei einem um 1% reduzierten Angebot an Hotelbetten insgesamt mit einem Minus von 3% gegenüber dem Vorjahr. Die Zahl der Besucher auf dem Jungfraujoch hat auf diese Entwicklung im Nachfragepotenzial reagiert. Das ausserordentliche Ergebnis von 2015 mit einer Million Besuchern auf dem Jungfraujoch, das vor allem auf einen Schub im chinesischen Segment zurückzuführen war, konnte nicht wiederholt werden. Das Unternehmen ist mit dem zweitbesten Ergebnis auf den mittelfristigen Wachstumspfad zurückgekehrt (siehe Besucher Jungfraujoch). In der mehrjährigen Betrachtung fällt auf, dass die Jungfraubahn das touristische Potenzial der Schweiz in Bezug auf Jungfraujochbesucher überproportional nutzen konnte.

Lagebericht

Benchmarking mit Logiernächte-Entwicklung Schweiz



Als eine Pionierin auf den asiatischen Märkten hatte die Jungfrauabahn-Gruppe schon vor Jahrzehnten das Potenzial Asiens erkannt. Davon profitierte insbesondere in den letzten zehn Jahren die gesamte Jungfrau Region. Heute schützt die breite Verankerung im Inland, in Europa und in verschiedensten Ländern und Wirtschaftsräumen Asiens vor allzu grossen Nachfrageschwankungen (Volatilität der Tourismusbranche). So ist zu erklären, dass der erwähnte negative Ausschlag in der Zahl der Ankünfte aus China – dort kumulierten sich im Jahr 2016 verschiedene negative Effekte wie Terrorismusangst, umständlichere Visaadministration und Umstrukturierung der Tour-Operator-Branche – sich nicht stärker auf die Jungfrauoch-Besucherzahl niedergeschlagen hat. Zudem wirkten andere Standbeine wie Japan, Indien oder Korea sowie generell Südostasien stabilisierend.



Gäste Jungfrauoch - Top of Europe

In der strategischen Risikoanalyse stehen den Chancen, die aus der Alleinstellung des Jungfrauochs und des besonderen Renommées der Schweiz erwachsen, Risiken der touristischen Nachfrage gegenüber. Hinter diesen

Lagebericht

Gefahren stehen jeweils die allgemeinen Umweltfaktoren wie Währungsschwankungen, geopolitische Sicherheitslage und Bedrohung durch Terror. Aufgrund der Überkapazitäten in den eigenen Reihen, getrieben durch eine Subventionspolitik in allen Alpenregionen, und des weltweiten Angebots an alternativen Freizeitangeboten gerät die Bergbahnbranche unter zunehmenden Preisdruck.

Der Zeitbedarf bzw. 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 den Bau von Doppelspurstrecken bei der Wengernalpbahn oder durch ein ausgeklügeltes Reservationssystem bei der Jungfraubahn. Ein weiterer Komfortgewinn steht mit der Realisation der V-Bahn bevor. Dieses Grossprojekt wird nichts weniger, als mittel- und langfristig die erfolgreiche touristische Zukunft der gesamten Jungfrau Region als wichtige Ganzjahres-Destination im Schweizer Tourismus sichern. Entsprechend wird dieses Projekt im Lagebericht separat im Detail vorgestellt.

[1]

UNWTO World Tourism Barometer, Volume 15 - Advance Release 2017

Lagebericht

EIN INTEGRIERTES FREIZEIT- UND SERVICEUNTERNEHMEN ALS ANTWORT AUF DIE HERAUSFORDERUNGEN UND POTENZIALE

Um sich gegenüber der Volatilität der Tourismusbranche zu schützen, hat die Jungfraubahn Holding AG besondere Stärken entwickelt: Basis bildet der hohe Eigenfinanzierungsgrad von 80,9%. Die Finanzierung der laufenden Grossinvestitionen in die V-Bahn ist so ausgestaltet und geplant, dass dieser Wert nur vorübergehend während fünf bis zehn Jahren und nur maximal um 15 Prozentpunkte sinken wird. Stabilität garantiert neben der Minimierung von Fremdkapital auch die breite Abstützung in drei verschiedenen Segmenten und lukrativen Nebengeschäften wie Stromproduktion 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 Jungfraubahn-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 wie Tissot, Coop und ABB. Die Bekanntheit des Jungfraujochs wird durch prominente Gäste gefördert. Aus der Inszenierung der Besuche 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»), werden gefördert und durch das Jungfraubahnen-Verkaufsteam tagtäglich begleitet und betreut. Eigene Vertreter in diversen asiatischen Metropolen unterstützen die Kontakte und die Distribution der Produkte der Jungfraubahnen. Sie sorgen dafür, dass sie in die Tour-Operator-Programme bzw. in die Kataloge Aufnahme finden. Die zum Träumen und Planen einladende neu gestaltete 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 Jungfraubahnen sind auf diese Anforderung ausgelegt und die Entwicklung wird in diesem Bereich weiterhin mit rund CHF 2 Mio. pro Jahr vorangetrieben.

Die Nachfrage nach touristischen Angeboten, die für den Kunden ausserhalb des Gewohnten liegen oder diesem 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 die Nachfrage gelenkt werden. Kombi-Angebote und Pakete ermöglichen eine attraktive Preisgestaltung. In diesem Umfeld darf sich die Bergbahn nicht mehr nur auf die Erbringung von Transportdienstleistungen fokussieren. Die Jungfraubahn-Gruppe ist durch ihre verschiedenen Segmente, die Vielfalt der von ihr erschlossenen Erlebnisberge und ihre enge Verbundenheit mit den übrigen Leistungsträgern der Region bereits 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.

Mit dem ausdrücklichen Bekenntnis zu seiner neusten Strategie, die Jungfraubahn-Gruppe in Richtung eines integrierten Freizeit- und Serviceunternehmens zu entwickeln, hat der Verwaltungsrat nun die Weichen definitiv gestellt. Neben den bisherigen Kernkompetenzen in der Eisenbahntechnik wird die Informatik immer wichtiger

Lagebericht

werden. Sie wird zum eigenen Fachbereich ausgestaltet und so organisatorisch gleichwertig neben Marketing und Technik gestellt. Im Geschäftsfeld Jungfrauojoch – Top of Europe hat der Verwaltungsrat beschlossen, die in der Wertschöpfungskette des touristischen Ausflugs so zentrale Gastronomie zu integrieren. Die bestehenden Mietverhältnisse mit den selbstständigen Gastro-Unternehmern auf der Kleinen Scheidegg und auf dem Jungfrauojoch werden je per Ende Sommersaison 2017 bzw. 2019 aufgelöst. Eine neue Tochtergesellschaft der Jungfraubahn-Gruppe wird abgestimmt auf das Ausflugsangebot der Bahnen und unter den Qualitätsvorstellungen der Jungfraubahnen die Gäste verwöhnen. In diesem Zusammenhang wird das Umsatzvolumen in den nächsten zwei Jahren um rund 10% zunehmen.

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.

*Lagebericht***ATTRAKTIVITÄT UND PRODUKTIVITÄT ALS REAKTION AUF DEN PREISDRUCK**

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 und zu grossen Teilen aus erarbeiteten Free Cashflows finanziertes Projekt ist die V-Bahn. Dieses 450-Millionen-Franken-Projekt (Anteil Jungfraubahn-Gruppe: CHF 300 Mio.) wurde Ihnen in der Grussadresse bereits vorgestellt. Die im Projekt vorgesehene 3S-Bahn Eiger-Express und das neue Rollmaterial der Jungfraubahn, das 2016 in Betrieb genommen wurde, sind leuchtende Beispiele der Verbesserung von Attraktivität und Produktivität. Diese Investitionen ermöglichen ein schnelleres und bequemer Reisen. Mit einer lediglich leichten Erhöhung des Platzangebots um 15% in den Zügen kann allen Passagieren ein Sitzplatz angeboten werden. Zudem werden auch die Infrastrukturen auf dem Berg von Tagesspitzen entlastet. All dies bedeutet Gewinn an Convenience und an Produktivität der bestehenden Infrastrukturen. Dies zumal die neuen Züge einen rationellen Umlauf ermöglichen, der den Rollmaterialbedarf und die Zahl der Fahrdiensttouren um 25% senkt. Neu konnten wichtige, ohnehin anstehende Anliegen aus dem Bereich der Betriebssicherheit der Eisenbahn und die Anpassung der bestehenden Anlagen an die Anforderungen gemäss Behindertengleichstellungsgesetz ins V-Bahn-Projekt mit einbezogen werden. Das erklärt den grössten Teil des Anstiegs des Investitionsvolumens um knapp 20% gegenüber der Berichterstattung im Vorjahr. Nochmals überzeugte sich der Verwaltungsrat unter Beizug von externen Experten von der Funktionalität, der Tragbarkeit der Risiken und den positiven Ertragsaussichten des Gesamtprojekts V-Bahn.

*Lagebericht***ZIELVORSTELLUNGEN / ERWARTUNGEN UND MESSGRÖSSEN**

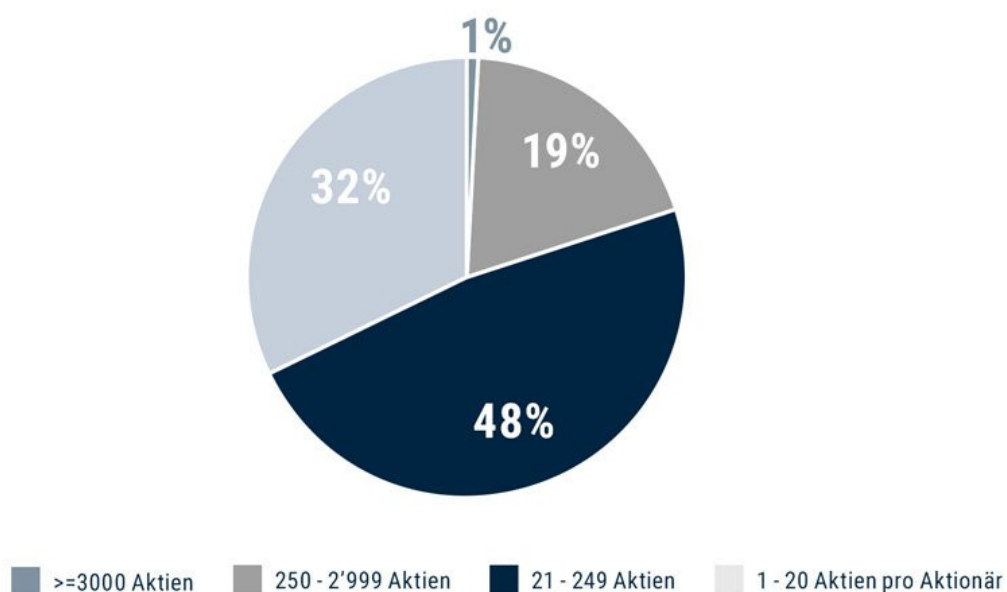
Der Verwaltungsrat hat sich zum Ziel gesetzt, die Frequenzen in der Hochsaison auch längerfristig zu halten. Ein Steigerungspotenzial besteht nach wie vor in der besseren Auslastung der Zwischensaison. Daher gilt das Motto «10 Monate Hochsaison» unseres CEO Urs Kessler unverändert. Im Wintersport wird 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 Strukturen wird eine markante Steigerung des Shoppingumsatzes angestrebt. In diesem Sinne bleiben die Verkehrserträge und die Umsätze der Nebengeschäfte wichtige Messgrössen. 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.

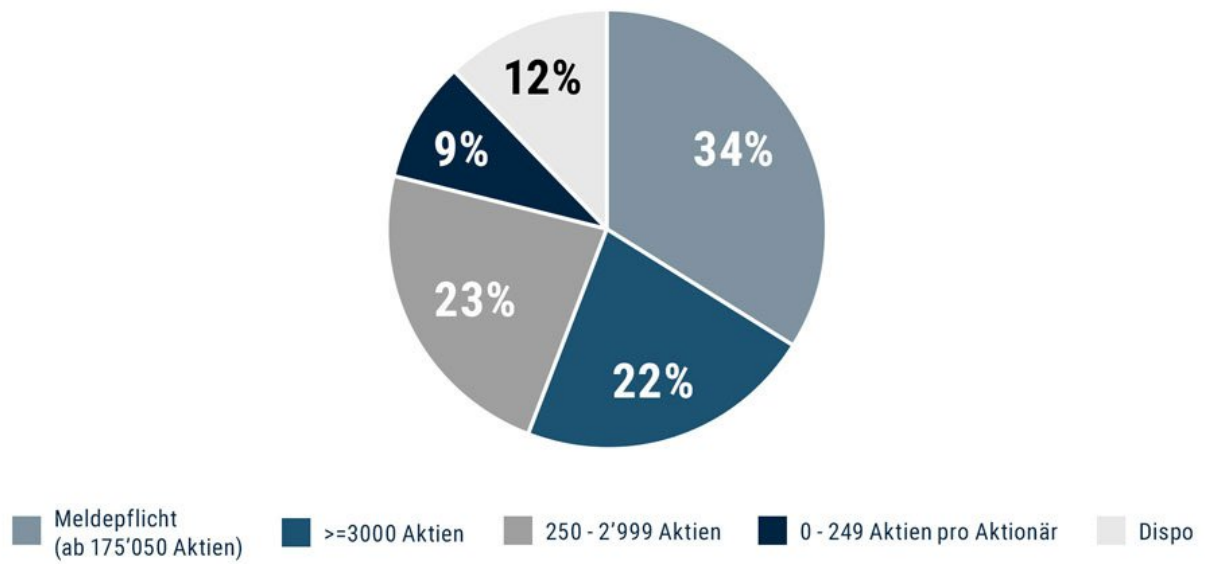
*Lagebericht***SPEZIELLES****AKTIONÄRSBINDUNG**

Die Aktie der Jungfraubahn Holding AG ist am Local-Caps-Segment 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 erhielten im Jahr 2016 eine verbilligte Retourfahrt Grindelwald–First und eine Konsumation an der neuen Cliff Walk-Bar. Insgesamt haben 1437 Aktionärinnen und Aktionäre von diesem Angebot Gebrauch gemacht und sich vor Ort ein Bild verschafft, was denn den besonderen Nervenkitzel eines Spaziergangs über den neuen First Cliff Walk by Tissot ausmacht. 2017 besteht das Angebot aus einer freien Fahrt wahlweise von Lauterbrunnen oder Grindelwald zur Kleinen Scheidegg. Damit bietet sich die Gelegenheit, mitzuerleben, warum sich hier trifft, wer unterwegs ist, die Jungfrau Region zu erkunden. 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: 3. Oktober 2017) 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 Aktionäre)

*Lagebericht***Aktionärsstruktur (Kapitalanteil)**

Lagebericht

V-BAHN

Das V-Bahn-Projekt ist ein Gemeinschaftswerk der Jungfraubahn AG, der Wengernalpbahn AG, der Gondelbahn Grindelwald-Männlichen AG und der Berner Oberland-Bahnen AG. Ab einem gemeinsamen Terminal in Grindelwald Grund soll eine neue 3S-Bahn [2] in 15 Minuten zum Eigergletscher fahren und eine Zehnergondelbahn zum Männlichen. Durch die Station Rothenegg der Berner Oberland-Bahn erhält die V-Bahn einen Anschluss an den öffentlichen Verkehr. Die Streckenführung der 3S-Bahn garantiert eine einmalige Aussicht auf die weltberühmte Eigernordwand. Die Reisezeiten zum Jungfraujoch und ins Skigebiet werden um 47 Minuten deutlich verkürzt.

Das V-Bahn-Projekt ist ein strategisches Investitionsprogramm für die gesamte Jungfrau Region mit acht aufeinander abgestimmten Elementen. Diese lassen sich wie folgt umschreiben:

1. Bau einer neuen Station Rothenegg an der Bahnlinie Interlaken–Grindelwald der Berner Oberland-Bahnen AG. Beschaffung von sechs neuen Triebzügen und drei neuen Niederflursteuerwagen, die eine Transportkapazitätserhöhung von 682 auf 912 Personen pro Stunde ermöglichen und eine Verkehrsverlagerung auf die Schiene mit sich bringen. Derzeit läuft das Plangenehmigungsverfahren für die Station Rothenegg und der Bau von Steuerwagen für die längeren Züge nach Grindelwald.
2. Ein Terminal für die beiden Talstationen der neuen Männlichenbahn und der 3S-Bahn Eiger-Express mit direkter Anbindung an die neue Station Rothenegg und an das Parkhaus Grund. Er bietet Raum für Sportgeschäfte, eine Bar, einen Food Corner, einen Kiosk, einen Infopoint mit Ticketverkauf, Materialservice, Einstellmöglichkeiten für Skimaterial und diverse Shops.
3. Ein neues Parkhaus Grund mit Platz für 1000 Personenwagen auf 5 Etagen (zwei davon unterirdisch). Derzeit läuft das Baubewilligungsverfahren beim Regierungsstatthalter von Interlaken-Oberhasli.
4. Ersatz der Vierergondelbahn Grindelwald–Männlichen durch eine moderne Zehnergondelbahn. Die Fahrzeit wird beinahe auf die Hälfte reduziert, die Förderleistung auf 1800 Personen pro Stunde verdoppelt. Derzeit läuft das Plangenehmigungsverfahren beim Bundesamt für Verkehr.
5. Neue 3S-Bahn von Grindelwald Grund zum Eigergletscher mit 44 Gondeln und 7 Stützen: Der sogenannte Eiger-Express hat eine Förderleistung von 2400 Personen pro Stunde und bringt die Passagiere in 15 Minuten zum Eigergletscher. Die 44 Gondeln verfügen über je 28 Sitzplätze. Derzeit läuft das Plangenehmigungsverfahren beim Bundesamt für Verkehr.
6. Wengernalpbahn^{PLUS}: Sechs neue Panoramazüge und eine Doppelspurstrecke auf der Seite Lauterbrunnen zwischen Wengen und der Station Allmend lassen sich nahtlos ins Betriebskonzept der V-Bahn integrieren. Dieses sieht weiter auf der Seite Grindelwald drei Züge mit einer Förderleistung von 300 Personen pro Stunde vor. Auf der Wengen-Seite sollen vier Züge zum Einsatz kommen mit einer Förderleistung von 760 Personen pro Stunde (Sitzplätze). Auf beiden Linien wird wie bisher in der Hauptsaison im Halbstundentakt gefahren. Die Investitionen sind mit Ausnahme des Umbaus Bahnhof Kleine Scheidegg praktisch abgeschlossen. Das Betriebskonzept wird mit der Fertigstellung der 3S-Bahn umgestellt werden.
7. Jungfraubahn^{PREMIUM}: Bei der Jungfraubahn wurden vier neue dreiteilige Niederflurtriebswagen beschafft. Die Triebzüge der vorangehenden Generation werden bezüglich Fahrleistung laufend aufgerüstet. Nach Fertigstellung der 3S-Bahn werden zwei Züge zwischen Eigergletscher und Jungfraujoch pendeln, deren drei pendeln zwischen Kleine Scheidegg und Jungfraujoch. Die Kapazität wird aufgrund der neuen Züge und des effizienteren Einsatzes des gesamten Rollmaterials von 888 auf 1180 Personensitzplätze pro Stunde (Jungfraujoch an) ansteigen.

Lagebericht

8. Das Skigebiet First wird durch eine bessere Anbindung ans Skigebiet Kleine Scheidegg-Männlichen und einen eigenen Busterminal im Grund gestärkt. Die Skibuslinie verkehrt im Viertelstundentakt und wird in Spitzenzeiten verstärkt.

Die Zielsetzungen des V-Bahn-Projekts lassen sich wie folgt zusammenfassen: Durch die neue Station Rothenegg bei der Berner Oberland-Bahnen AG erhalten die neuen Seilbahnen einen Anschluss an den öffentlichen Verkehr. Dank der damit verbundenen Reisezeitverkürzung gewinnt der Wintersport an Attraktivität und die Konkurrenzfähigkeit von Jungfrauoch – Top of Europe wird gestärkt. Der direkte Anschluss und das neue Rollmaterial erhöhen die Attraktivität der Bahn und sorgen für eine Verkehrsverlagerung von der Strasse auf die Schiene. Zentrale Knotenpunkte werden entflechtet, langjährige Verkehrsprobleme gelöst. Mit neuen modernen Zubringerbahnen, gemeinsamem Terminal im Tal, verkürzter Anreisezeit, direktem öV-Anschluss und attraktiver Skigebietsverbindung baut die Jungfrau Region im internationalen Vergleich ihre Spitzenposition als Wintersport- und Feriendestination aus.

Die V-Bahn hat sowohl während der Bau- wie auch der Betriebsphase eine grosse volkswirtschaftliche Bedeutung für die Jungfrau Region mit positiven Auswirkungen auf die Beschäftigung und die Wertschöpfung. [3] Ohne V-Bahn ist hingegen in allen Szenarien mit einer Nachfragereduktion sowie einem Arbeits- und Wertschöpfungsverlust in der Region zu rechnen. Die Linienführung der 3S-Bahn wurde unter Berücksichtigung von Naturgefahren und der Prüfung auf Umweltverträglichkeit als die ökologisch beste Variante festgelegt. Die Eidgenössische Natur- und Heimatschutzkommission (ENHK) attestiert der 3S-Bahn, dass diese das BLN-Schutzgebiet nur in leichtem Masse beeinträchtigt. Sämtliche notwendigen raumplanerischen Massnahmen wurden von der Regionalkonferenz Oberland-Ost (RVK) sowie den Gemeinden Grindelwald und Lauterbrunnen beschlossen. Die Nutzungsplanung (Anpassung kantonale Richtplanung, Aufnahme in das regionale Gesamtverkehrs- und Siedlungskonzept, Zonenplan, Überbauungsordnungen) haben die politischen Hürden, insbesondere in den Gemeindeabstimmungen in Grindelwald und Lauterbrunnen, genommen. Sie sind erstinstanzlich genehmigt. Die betroffenen Bergschaften (Alpkorporationen) Wärgistal und Itramen haben den Durchleitungsrechten zugestimmt. Am 29. März 2016 wurden die Konzessions- und Plangenehmigungsgesuche beim Bundesamt für Verkehr deponiert. Gleichzeitig wurden die Baugesuche für die Nebenanlagen beim Regierungsstatthalter von Interlaken eingereicht. Von den ursprünglich 15 Einsprachen konnten bisher neun auf dem Verhandlungsweg erledigt werden. Mit dem Entscheid des Bundesamtes und des Regierungsstatthalters wird 2017 gerechnet. Grosse Teile der Rollmaterialerneuerungen bei der Jungfrauobahn, Wengernalpbahn und der Berner Oberland-Bahn sind bereits umgesetzt. Die beteiligten Bahnen rechnen damit, dass – bei optimalem Verfahrensablauf – die neue Männlichenbahn Ende 2018 und die 3S-Bahn Ende 2019 eröffnet werden können.

[2]

Das 3-Seil-System besteht aus zwei fest verankerten und vollverschlossenen Tragseilen als Fahrbahn und einem umlaufenden Zugseil, auf das die 8-rolligen Laufwerke geklemmt werden. So ist dieses kuppelbare Umlaufsystem äusserst leistungsstark und zuverlässig; selbst bei extremen Bedingungen. Hohe Windstabilität, niedriger Energieverbrauch und die langen Seilfelder sind die unverkennbaren Stärken der 3S-Bahn.

[3]

Quelle: Schlussbericht Ecoplanstudie vom 1. April 2014

Lagebericht

PERSONELLES UND WÜRDIGUNGEN

Verwaltungsrat, Geschäftsleitung, Leitung von Betriebseinheiten und Fachbereichen

Der Verwaltungsrat wurde in seiner Gesamtheit an der Generalversammlung 2016 für ein Jahr wiedergewählt. Auch der Präsident und die Mitglieder des Vergütungsausschusses wurden von der Generalversammlung bestätigt. Mit Ausnahme von Dr. Jürg Rieben stehen alle Mitglieder des Verwaltungsrates sowie der Präsident für eine Wiederwahl an der Generalversammlung 2017 zur Verfügung.

Die Geschäftsleitung führt die Jungfraubahnen seit 2008 in unveränderter Zusammensetzung. Auf den 31. Mai 2017 geht Jürg Lauper in Pension. Bis auf Weiteres wird die Geschäftsleitung aus den drei Mitgliedern Urs Kessler, CEO, Christoph Seiler, CFO, und Christoph Schläppi, Corporate Secretary / Council, bestehen. Im Laufe des neuen Geschäftsjahres soll vom Verwaltungsrat ein weiteres Mitglied bestimmt werden. Am bewährten Vergütungssystem werden keine Änderungen vorgenommen. Daher wird der Generalversammlung 2016 unverändert ein Vergütungsrahmen für vier Geschäftsleitungsmitglieder zur Genehmigung vorgelegt. Die Angaben zu den Personen und zu den Entschädigungen für Verwaltungsrat und Geschäftsleitung finden Sie im Vergütungsbericht und im Corporate-Governance-Teil dieses Geschäftsberichts.

Die operativen Betriebseinheiten der Gruppe werden von je einem gesamtverantwortlichen Leiter vor Ort geführt. Damit wird die Führungs- und Entscheidungskompetenz in nächster Nähe zum Geschehen und damit in engem Kundenkontakt wahrgenommen. Die Leiter der Betriebseinheiten sind (Stand 31.12.2016):

- Werner Amacher, Harderbahn
- Marco Luggen, Firstbahn und Wintersport
- Martin Loosli, Top of Europe Shops
- Markus Balmer, Wengernalpbahn
- Gabriel Roth, Jungfraubahn
- Stefan Wittwer, Mürrenbahn und Aufsicht Parkhaus Lauterbrunnen
- Nils von Allmen, Kraftwerk Lütschental

Die Fachbereiche unterstützen die Betriebsleiter. Folgende Fachbereichsleiter gehören zum obersten Kader der Gruppe:

- Patrizia Bickel, Leiterin Corporate Communications
- Matthias Bütler, Leiter Marketing
- Therese Jaun Schmid, Leiterin Human Resources
- Stefan Würigler, Leiter Vertrieb und Produktion

Am 31. Mai 2017 geht Therese Jaun Schmid, Leiterin Human Resources, in Pension. Als Nachfolger haben die Verwaltungsräte der Jungfraubahn Holding AG und Berner Oberland-Bahnen AG übereinstimmend Andreas Piattini, bisher Leiter HR bei der Zentralbahn, gewählt.

Lagebericht

Jürg Rieben

Dr. Jürg Rieben ist am 19. Juni 1992 in die Verwaltungsräte der Jungfraubahn-Gesellschaft und der Wengernalpbahn-Gesellschaft gewählt und zum Vizepräsidenten ernannt worden. Er begann seine langjährige Arbeit für das Unternehmen am Übergang von der alten in eine neue Ära: Nach über 70 Jahren des Zusammengehens von Jungfraubahn und Wengernalpbahn war 1994 der Zeitpunkt gekommen, sich zusammenzuschliessen. Die junge Holdingstruktur brauchte damals führungserfahrene Unternehmer vom Format des Jürg Rieben, um solide, «börsentaugliche» Strukturen aufzubauen und dennoch die Identität nicht zu verlieren. Als gebürtiger Interlakner fühlte sich Jürg Rieben der Geschichte der Jungfraubahn verbunden und kannte die regionale Bedeutung des Unternehmens sowie die Identifikation der Bevölkerung mit ihren Bergbahnen bestens. Darauf basierte sein Eintreten für wirtschaftlich ausgewogene Entscheide und für ein gesundes Risikobewusstsein, das der Volatilität der Tourismuswirtschaft stets gerecht werden sollte. Jürg Rieben wusste, dass nur auf einem soliden und in der Region verankerten Fundament jene Ertragskraft und jenes «Engagement mit Herzblut», wie er zu sagen pflegt, gedeihen können, die zur erfolgreichen Fortführung der Jungfraubahn-Geschichte unabdingbar sind.

Als 2002 bei der Jungfraubahn Holding AG Verwaltungsratsausschüsse eingeführt wurden, übernahm Jürg Rieben das anspruchsvolle Präsidium des Revisionsausschusses. Durch seine prägnante und konzise Art und Weise, wirtschaftliche Zusammenhänge und Fakten auf den Punkt zu bringen, war er in dieser Funktion stets eine grosse Hilfe und Stütze für die Jungfraubahn-Gruppe und ein fordernder Sparringpartner für den CFO und die Revisionsstelle. Jürg Rieben zeichnete sich weiter durch seine Bereitschaft aus, auch ausserhalb des Verwaltungsrates für die Region zu arbeiten. Er präsierte beispielsweise bis zur Fusion im Jahre 2004 die Firstbahn. Das grosse Engagement für die Jungfraubahn-Gruppe während so vielen Jahren ist aussergewöhnlich und verdient grosse Anerkennung. Jürg Rieben hat letztlich die ganze Zeit des Aufbruchs der neuen Jungfraubahn Holding AG mitgestaltet, um den Wandel zum neuen Selbstverständnis einmal so umschrieben: «Zu Beginn sprachen wir an jeder Verwaltungsratssitzung fast ausschliesslich über Eisenbahn, jetzt sprechen wir praktisch nur noch über Tourismus und Marketing!»

Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung waren auch in jüngster Zeit froh, bei der Gestaltung des Projekts V-Bahn auf die grosse Erfahrung von Jürg Rieben zurückgreifen zu können. In bester Erinnerung bleiben uns die Begehungen in der freien Natur, bei denen der Alpinist Jürg Rieben immer wieder mit Begeisterung dabei war. Er hat den Verwaltungsrat sogar als erfolgreicher Finisher am Jungfrau-Marathon vertreten und hat die Jungfrau erklommen. Die Kollegen und die Geschäftsleitung sind ihm für das grosse Engagement als Ratsmitglied sehr dankbar.

Jürg Lauper

Jürg Lauper war 32 Jahre für die Jungfraubahnen tätig. Im Jahr 1985 begann seine Karriere als stellvertretender Leiter Bau; 1986 übernahm er die Leitung der Abteilung. Er war für die Fertigstellung des neuen Berghauses auf dem Jungfraujoch verantwortlich, dem zeitlosen Meisterwerk des Architekten Anderegg. Seither hat er das Aussehen der Jungfraubahnen in Hoch- und Tiefbau geprägt. Ein Anliegen war ihm die Bewahrung historischer Substanz. Gleichzeitig bekannte er sich zu einer modernen zeitgemässen Architektur. Etliche Bauten zeugen von seiner Fähigkeit, Altes mit Modernem zu verbinden. Ihm kam nebst der Projektleitung oft auch die Aufgabe der Vermittlung und Differenzbereinigung im Spannungsfeld von Bauherr, Behörden, Heimat- / Naturschützern, Ingenieuren, Architekten, Grundeigentümern und Nachbarn zu. Hier zahlten sich seine Fachkenntnis, seine Geduld, seine Hartnäckigkeit und seine Diplomatie besonders aus. Der Jungfraubahnen-

Lagebericht

Bauchef «komponierte» mit all diesen Akteuren aus Bestehendem und Neuem unter Einbezug der Umwelt jeweils Lösungen, die begeisterten und funktionierten. Leuchtende Beispiele sind der Bahnhof Wengen, die Doppelspurstrecke Wilderswil–Zweilütschinen oder der Bahnhof Interlaken Ost. Letzterer wird – als zufällige Würdigung des Schaffens von Jürg Lauper – im Jahr 2017, dem Jahr seines Rücktritts, auf einer offiziellen Briefmarke der Schweizerischen Post verewigt.

Jürg Lauper wurde 2006 als Leiter Technik in die Geschäftsleitung der Jungfraubahnen gewählt. Er war – obwohl «Auswärtiger» mit Wohnort Spiez – im ganzen Amtsbezirk bekannt. Sein Wirken hatte Einfluss weit über die Bahnen hinaus. Bei der Raumplanung, bei der Verkehrsplanung, beim Hochwasserschutz und beim Schutz vor Naturgefahren hatte er stets ein gewichtiges Wort mitzureden und hat sich verdienstvoll und konstruktiv mit eingebracht. Sein weites Beziehungsnetz und sein grosses Ansehen bei den Behörden sind der Lohn eines Engagements für die Sache und die Allgemeinheit. Respektiert wurde Jürg Lauper auch von den Unternehmern, gegenüber denen er als wirtschaftlich denkender, gleichzeitig fairer, den Unternehmenszielen und den öffentlich rechtlichen Vorschriften (Vergaberecht) verpflichteter Bauherr gegenübertrat.

Jürg Lauper durfte zum Abschluss seiner Karriere den mehrjährigen Bau des Buechitunnels der Berner Oberland-Bahnen AG leiten und erfolgreich abschliessen. Dieses Projekt war schon bei seinem Amtsantritt in den Achtzigerjahren beinahe beschlossene Sache. So steht Jürg Lauper mit seiner langen, erfolgreichen Karriere auch als ein lebendiger Beweis für die Tatsache, dass im Bereich der Infrastrukturen nicht in Tagen und Wochen, sondern in Jahren und Jahrzehnten gedacht, geplant und gehandelt werden muss. Jürg Lauper verkörperte im Unternehmen die beständigen Werte. Er hat die laufende Modernisierung der Jungfraubahnen mit entsprechend langfristiger Perspektive auch in jener Zeit sichergestellt, in der es noch keine Netzzustandsberichte gab. Die Verwaltungsräte der Jungfraubahn Holding AG und der Berner Oberland-Bahnen AG danken ihm dafür.

Therese Jaun Schmid

Therese Jaun Schmid hat ihre Stelle im Dezember 2008 angetreten, damals als «Leiterin Personalabteilung». Sogleich hat sie sich beim Personal Anerkennung und Respekt als kompetente Vertretung der Unternehmensführung verschafft. In den gut achteinhalb Jahren ihrer Tätigkeit hat sie viele Instrumente des modernen HR eingeführt. Besonders geprägt hat sie dabei die institutionalisierte Aus- und Weiterbildung, verbunden mit wirksamer Talentförderung und erfolgreicher interner Kaderrekrutierung. Sie war für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wichtige Ansprechperson und für jene, die aus beruflichen oder privaten Gründen eine schwierige Zeit zu bewältigen hatten, die richtige Anlaufstelle. Ihre offenen Türen und ihr unermüdliches persönliches Engagement waren geeignet, den Betroffenen einen neuen Weg mit neuen Perspektiven zu öffnen. Sie wird daher sehr vielen Familien in bester Erinnerung bleiben. Eindrücklich ist die Entwicklung, die der Fachbereich unter ihrer Leitung durchlaufen hat. Um den Ansprüchen der modernen Personalführung zu genügen und um die wachsende Regulierungsdichte zu bewältigen, formte sie aus der vormals kleinen «Personalabteilung» eine prozessorientierte Einheit mit acht Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sie wird ihrem Nachfolger Andreas Piattini eine äusserst interessante Aufgabe und die geeigneten Strukturen zu deren Bewältigung übergeben können. Die Jungfraubahnen danken ihr für ihren Einsatz.



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 SCHWEIZER ALPEN 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 Verkehrsertrag von CHF 100,3 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 (Bsp.: Touren im Bereich des Alpinismus, Snow Fun, Mönchsjochehütte). Die Restauration ist derzeit an Drittfirmen vermietet. Sie wird derzeit in zwei Schritten (Ende 2017 Kleine Scheidegg und Ende 2019 Jungfrauoch) vollständig ins Angebot und in den Betrieb des Segments integriert. Das Jungfrauoch ist während 365 Tagen im Jahr offen. Zur Sicherung der Qualität ist die Besucherzahl auf 5000 Gäste pro Tag ($\pm 10\%$) limitiert. Seit 2016 sichert zudem ein Platzreservationssystem den Reisekomfort.

Segmente

AKTUELLE LAGE: MARKTBEURTEILUNG AUFGRUND DES ERGEBNISSES

Im Jahr 2016 konnte das zweitbeste Ergebnis, sowohl bei den Frequenzen wie auch beim Verkehrsertrag, in der Geschichte der Jungfraubahn erzielt werden. Obwohl sich die Terroranschläge in Europa, die Unruhen in der Türkei sowie die Flüchtlingsthematik spürbar auf die Besucherzahlen auswirkten – insbesondere auf das Gruppengeschäft aus Asien – reisten im Jahr 2016 insgesamt 916 500 Gäste zum Top of Europe. Der Verkehrsertrag beim Segment Jungfrauoch ging im Vergleich zum Rekordvorjahr um 7,6% zurück. Dennoch konnte zum zweiten Mal überhaupt die Grenze von CHF 100 Mio. übertroffen werden. Dazu war es wichtig, dass das Unternehmen die Bearbeitung der asiatischen Märkte nochmals intensivierte, um die Marke Jungfrauoch – Top of Europe weiter zu stärken. Der internationale Tourismusmarkt wächst, der schweizerische Tourismusmarkt stagniert, die europäischen Märkte leiden unter der Frankenstärke. Jungfrauoch – Top of Europe konzentriert sich daher stark auf die Märkte in Übersee. Besonders wichtig ist, trotz steigender Zahl individueller Gäste, nach wie vor das Business-to-Business Geschäft mit den Reiseveranstaltern.

Zwei Faktoren bilden die Leitplanken für das Segment: die beschränkte Kapazität der Jungfraubahn und eine dem Beschleunigungstrend widersprechende lange Reisezeit ab Interlaken, Lauterbrunnen oder Grindelwald. Um diese Fesseln zu sprengen, werden die Auslastung der Zwischensaison («Zehn Monate Hochsaison») gefördert und die V-Bahn realisiert, welche die Reisezeit zum Jungfrauoch markant verkürzt.

Segmente

START INS 2017

Der Start ins Geschäftsjahr 2017 verlief beim Segment Jungfrauoch erfreulich. Vom 1. Januar bis 31. März 2017 besuchten 121 928 Gäste das Top of Europe, womit das bisherige Rekordjahr 2015 übertroffen wurde. Im Vergleich zur selben Periode im Vorjahr konnte ein Zuwachs von 22 580 Gästen, respektive 22,7% verzeichnet werden.



Alpine Sensation

Segmente

WINTERSPORT

GESCHÄFTSMODELL UND UMFELD

Die JUNGFR AU Ski Region ist ein Kooperationsprodukt, an welchem die Jungfraubahn-Gruppe mit über 60% beteiligt ist. Zwölf Unternehmen bilden zusammen den Abonnementsverbund JUNGFR AU 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 909 000 Skier Visits gehört dieses Skigebiet zu den grössten der Schweiz.

Gut die Hälfte des Wintersportertrags erzielt die JUNGFR AU 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. Diese bezahlen generell 50% des Listenpreises und fahren samstags in Begleitung Erwachsener gratis.

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

Segmente

AKTUELLE LAGE: MARKTBEURTEILUNG AUFGRUND DES ERGEBNISSES

Beim Segment Wintersport ging der Verkehrsertrag um 10,9% auf CHF 19,6 Mio. zurück. Die Nachfrage von Jahresbeginn 2016 bis zum Saisonschluss im Frühling 2016 fiel unterdurchschnittlich aus. Trotz guter Pistenverhältnisse wurden sowohl bei den Tages- wie auch bei den Feriengästen rückläufige Besucherzahlen verzeichnet. Dank eines frühen Wintereinbruchs konnten die Jungfraubahnen bereits nach Mitte November 2016 in die neue Wintersportsaison starten. Leistungsfähige Beschneiungsanlagen ermöglichten trotz des andauernden Hochdruckwetters im Dezember gute Pistenverhältnisse im Skigebiet Kleine Scheidegg. Im Skigebiet Grindelwald-First war im ausserordentlich schneearmen Frühwinter 2016 ein reduzierter Betrieb für Freestyler möglich.

Im hart umkämpften und gesättigten Wintersportmarkt haben Wintersportdestinationen mit Schneesicherheit, qualitativ guten, abwechslungsreichen Pisten und viel Convenience durchaus eine Chance. Weiter stagnieren wird die Nachfrage im Tagestourismus. Die Kompensation durch eine höhere Zahl an Feriengästen bedingt eine stetige Verbesserung der Integration der touristischen Dienstleistungen. Als spezialisierter Anbieter für Transportdienstleistungen und Pisten ist die Jungfraubahn-Gruppe auf die Leistung Dritter zur Komplettierung der Wertschöpfungskette angewiesen. In der Jungfrau Region leisten die DMO [4] einen wichtigen Beitrag zur Integration. Direkte Partnerschaften mit Hotels, die eine genügende Zahl von Betten in der für Skisportler geeigneten Qualität bereitstellen, werden an Bedeutung gewinnen.

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 Ausflugs-tourismus 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.

[4]

Destination Management Organisation (in der Region namentlich Jungfrau Region Tourismus AG und Interlaken Tourismus)

Segmente

START INS 2017

Wie erwartet gestaltet sich das Wintersportgeschäft weiterhin herausfordernd. Die Rückgänge der letzten Jahre setzen sich fort. Grund dafür ist insbesondere der schwierige Start in die laufende Saison. Der Stimmungseinbruch wird auch durch die ausgezeichneten Verhältnisse, die sich seit Ende Januar 2017 zeigen, nicht mehr ganz wettzumachen sein. Gegen den latenten Abwärtstrend im Wintersport setzen die Jungfraubahnen auf kontinuierliche Qualitätssteigerung. Mit dem geplanten Projekt V-Bahn sollen die Reisezeiten mit einem direkten Anschluss an den öffentlichen Verkehr massiv verkürzt sowie Anlagen von internationalem Standard geschaffen werden.



Skifahren vor Eiger, Mönch und Jungfrau

Segmente

ERLEBNISBERGE

GESCHÄFTSMODELL UND UMFELD

Die Erlebnisberge sind ein strategisches Ergänzungsangebot. Sie können an Bedeutung stetig zulegen und erzielten im Geschäftsjahr 2016 knapp 11% des Konzernumsatzes. Das Segment ist darauf ausgerichtet, einen Mehrwert für die gesamte Region zu schaffen. In einer intakten Ferien- und Freizeitumgebung kann unser Primärangebot Jungfrauoch – Top of Europe noch besser positioniert und verkauft werden. Es geht somit letztlich darum, eine gute Basis für die Tourismuswirtschaft zu schaffen. Das engmaschige Netzwerk der Bergbahnen zeichnet die Jungfrau Region besonders aus. 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.

Segmente

AKTUELLE LAGE: MARKTBEURTEILUNG AUFGRUND DES ERGEBNISSES

Bei den Erlebnisbergen, registrierte die Jungfraubahn-Gruppe durchwegs positive Ergebnisse. Der Verkehrsertrag konnte mit einer Zunahme von insgesamt 16,8% erneut deutlich gesteigert werden. Die Firstbahn verzeichnete ein Plus von 22,7%. Die Harderbahn steigerte ihren Verkehrsertrag um 17,4%. Die Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren erreichte einen Zuwachs beim Verkehrsertrag von 6,1%. Insgesamt wurde bei den Erlebnisbergen mit CHF 13,3 Mio. ein um knapp zwei Millionen höherer Verkehrsertrag als im Vorjahr erwirtschaftet.

Die Harderbahn profitiert von einem intensiven Cross-Marketing mit dem Jungfraujoch. Mit der guten Sichtbarkeit aus dem Zentrum und dem limitierten Zeitbedarf etabliert sich der Berg immer mehr als «Must» für jeden Besucher von Interlaken und erschliesst damit auch Märkte ausserhalb der Jungfraubahn. Dass sich auch die anderen Ausflugsziele 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 und den Mountain Carts im Soft-Adventure-Bereich für jedermann erfolgreich positionieren. Die Winteregg stärkt laufend ihre Attraktionen für die kleinen Kinder.

Segmente

AUSSICHTEN

Die Erlebnisberge bauen ihre erfolgreichen Angebote im Outdoor- und Soft-Adventure-Bereich weiter aus. Mit der Eröffnung der rasanten Mountainbike-Abfahrt nach Lauterbrunnen im Sommer 2017 erschliesst sich die Mürrenbahn im Segment einem neuen Publikum. Die Firstbahn baut die Flieger-Linie mit dem neuen Glider aus. Der Harder wird am 1. August 2017 eine Erweiterung der Restauration eröffnen.

Dieses Segment bleibt eng mit dem Erfolg der Tourismuswirtschaft verbunden. Auch das Wetter spielt für die Nachfrage eine bedeutende Rolle. Innerhalb dieser 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 auch auf eine weiterhin erfreuliche Entwicklung hoffen.



Erlebnisberge

*Segmente***NEBENBETRIEBE****KRAFTWERK**

Das Kraftwerk fördert die Unabhängigkeit der Jungfraubahn-Gruppe bei einer der bedeutendsten Ressourcen, der Energie, und erbringt Dienstleistungen im Bereich der Energieversorgung. Aufgrund der sehr trockenen Wetterbedingungen im Herbst floss weniger Wasser in der Schwarzen Lütschine. Aus diesem Grund liegen die Produktionszahlen im Berichtsjahr deutlich unter den Vorjahren. Der Energieumsatz, welcher aufgrund des Handels die Produktion von 54,3 GWh übersteigt, beträgt insgesamt 72,2 GWh, was einer Zunahme von 0,5% gegenüber 2015 entspricht.

Segmente

PARKHAUS

Das Parkhaus Lauterbrunnen ist dank seiner Lage am Bahnknotenpunkt der zentrale Transferpunkt zwischen dem Individualverkehr und den autofreien Kurorten Mürren und Wengen dementsprechend gut positioniert. Im Berichtsjahr war das Parkhaus durchschnittlich zu 64,2% ausgelastet, was einem leichten Rückgang von 1,3% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Mietertrag erreichte 2016 CHF 1,9 Mio.

Segmente

JUNGFRAUBAHNEN MANAGEMENT AG

Für die Bereitstellung der Führungsinfrastruktur und zur Erbringung der Dienstleistungen von Fachbereichen 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 4,9 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

© 2017 Jungfraubahn Holding AG



Mehr auf
WWW.JUNGFRAU.CH/GESCHAEFTSBERICHT

