

Lagebericht

BOTSCHAFT DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

CHANCEN UND RISIKEN

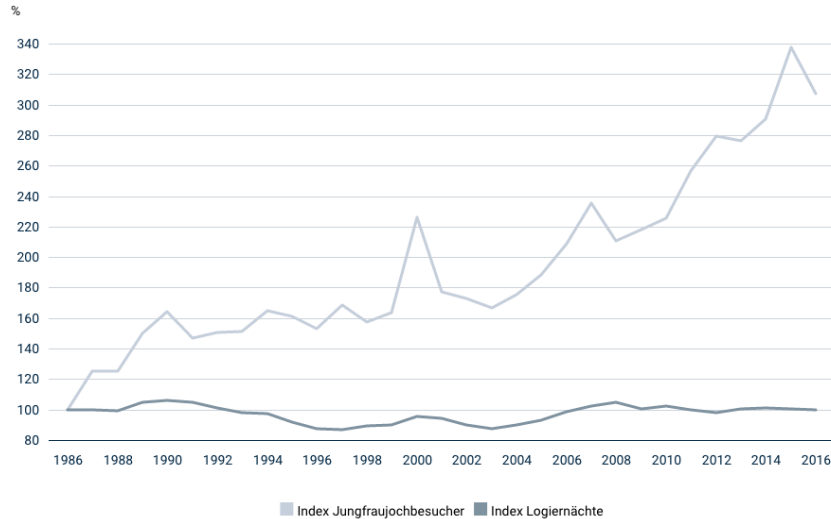
Die Jungfraubahn wurde am Übergang vom vorletzten zum letzten Jahrhundert gebaut. Seit der durchgehenden Eröffnung am 1. August 1912 befindet sich auf dem Jungfraujoch auf 3454 Metern über Meer die höchste Eisenbahnstation Europas – Top of Europe. Im Zusammenhang mit der einmaligen Bergwelt von Eiger, 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 JungfrauBahn-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 Jungfraujoch-Besucherzahl niedergeschlagen hat. Zudem wirkten andere Standbeine wie Japan, Indien oder Korea sowie generell Südostasien stabilisierend.



Gäste Jungfraujoch - Top of Europe

In der strategischen Risikoanalyse stehen den Chancen, die aus der Alleinstellung des Jungfraujochs 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 Jungfrau Group 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 Jungfrau Group. 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