

Lagebericht

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

Um sich gegenüber der Volatilität der Tourismusbranche zu schützen, hat die Jungfrau 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 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 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 Jungfrau-Verkaufsteam tagtäglich begleitet und betreut. Eigene Vertreter in diversen asiatischen Metropolen unterstützen die Kontakte und die Distribution der Produkte der Jungfrau-Gruppe. 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 Jungfrau-Gruppe 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 Jungfrau-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 Jungfrau-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 Jungfraujoch – 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 Jungfraujoch 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.