

JUNGFRAU

TOP OF EUROPE

Jungfraubahn Holding AG

GESCHÄFTSBERICHT 2019



1. Teil

LAGEBERICHT

INHALTSVERZEICHNIS

1

LAGEBERICHT

S. 5

2

SEGMENTE

S. 39

1

LAGEBERICHT

1.1	GRUSSADRESSE AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE	6
1.2	DIE JUNGFRAUBAHN HOLDING AG IN KÜRZE	10
1.3	BOTSCHAFT DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG	22
1.4	SPEZIELLES	30

LAGEBERICHT

GRUSSADRESSE AN DIE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

LIEBE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

Die Jungfraubahn-Gruppe hat erneut ein erfolgreiches Jahr hinter sich. Die Nachfrage nach unseren Angeboten ist weiter gestiegen und wir haben die Chancen im Markt mit erfreulichem Resultat genutzt: Die Gruppe erzielte die höchsten Verkehrsumsätze aller Zeiten. Parallel zum Hochbetrieb wird die V-Bahn realisiert. Seit dem Bau des Jungfraubahn-Tunnels vor über hundert Jahren ist das unser spektakulärstes Projekt. Am Investitionsvolumen von insgesamt CHF 470 Mio. ist die Jungfraubahn-Gruppe mit CHF 320 Mio. beteiligt. Unser Personal, die Arbeiter und Ingenieure auf den Baustellen und die Bauleitung bewältigten diese grossen Herausforderungen. Mit der Eröffnung der neuen Männlichenbahn wurde am 13. Dezember 2019 ein weiterer grosser Meilenstein im Projekt erreicht.

Die V-Bahn stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Region und sichert damit das Einkommen der Bevölkerung. Sie ermöglicht uns, den negativen Begleiterscheinungen der grossen Besucherströme in der Hauptsaison nachhaltig entgegenzuwirken.

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

Aus den erfreulichen Umsätzen resultierte ein stolzer neuer Rekordgewinn von CHF 53,3 Mio. Die hohen Cashflows ermöglichten es, im Jahr 2019 erneut auf die Aufnahme von Krediten für die V-Bahn zu verzichten. Der Eigenfinanzierungsgrad der Gruppe wird auch nach Abschluss der intensiven Bautätigkeit einen hohen Wert erreichen. Dies trägt zur Minderung der wirtschaftlichen Risiken und zur Stärkung der Unabhängigkeit bei, was angesichts der Volatilität des Tourismus für unser Unternehmen von Bedeutung ist.

Aktuell müssen wir uns mit den Auswirkungen des Coronavirus (COVID-19) auseinandersetzen, das sich von China ausgehend zu einer Pandemie entwickelt hat. Wir haben auf den Rückgang der Reservationen im internationalen Gruppenreisegeschäft mit Kostensenkungsmassnahmen reagiert. Dabei haben wir die Gelegenheit genutzt, unsere Kostenstrukturen insgesamt ein weiteres Mal einer Überprüfung zu unterziehen. In der Marktbearbeitung reagieren wir agil und kurzfristig durch zusätzliche Verkaufsanstrengungen und durch Angebote in alternativen Märkten. Am 14. März 2020 wurden das Skigebiet sowie die Zahnradbahnen oberhalb

von Grindelwald und Wengen, namentlich die Jungfraubahn, behördlich geschlossen. Diese Schliessung dauert zum Zeitpunkt der Herausgabe dieses Lageberichts noch an. Wir müssen davon ausgehen, dass das Ergebnis 2020 deutlich unter dem des Vorjahres liegen wird.

In den vom neuen Virus heimgesuchten Regionen bleiben wir präsent. Wir dürfen nicht vergessen, dass die vom Ereignis hauptsächlich Betroffenen die gesundheitlichen und wirtschaftlichen Folgen besonders hart spüren und möglicherweise persönlich leiden. Daher pflegen die Mitarbeitenden der Jungfraubahnen ihre Kontakte auch in schwierigen Zeiten. Sie fühlen mit und helfen durch Kulanz bei der Bewältigung der Auswirkungen auf unsere Geschäftsbeziehung. Gerade im asiatischen Raum wird dieses Verhalten sehr geschätzt und trägt wesentlich zu einer guten langfristigen Kundenbindung bei.

Wie erwähnt verlief das Geschäftsjahr 2019 sehr erfolgreich. Wir haben bei der Jungfraubahn, der Harderbahn, der Mürrenbahn und der Firstbahn neue Umsatzrekorde realisiert, 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 2,7 Prozent gesteigerten Durchschnittsertrag pro Gast ein Verkehrsertrag von CHF 120,9 Mio. Im Wintersport konnte die Trendwende der letzten Jahre fortgeführt werden. Rechtzeitig zum Start in die neue V-Bahn-Ära konnten wir mit 1 069 500 Gästeeintritten wieder an den Erfolg der Nullerjahre anknüpfen.

Seit vielen Jahren besprechen wir an dieser Stelle unser V-Bahn-Projekt, das nun Realität wird. Wir haben von Fortschritten und Rückschlägen berichtet, vom Abschluss von Teilprojekten und im letzten Jahr vom Baubeginn in Grindelwald und am Eigergletscher (Gemeinde Lauterbrunnen) für das Herzstück mit den neuen Seilbahnen, der Eisenbahnstation, dem Terminal und dem Parkhaus. Mit den Investitionen in diese neuen Anlagen und in die bestehenden Zahnradbahnen können wir das Jungfraujoch – Top of Europe und seine Umgebung für weitere Generationen als eine der bedeutendsten Bergbahnattraktionen und als begehrteste Tourismus- und Freizeitmarke weltweit positionieren. Höhepunkt im vergangenen Jahr war die pünktliche Inbetriebnahme von Teilen des Terminals in Grindelwald Grund für unsere Partnerfirmen: Seit dem 14. Dezember 2019 hält die Berner Oberland-Bahnen AG mit ihren Zügen an der neuen Bahnstation und die Gondelbahn Grindelwald-Männlichen AG hat gleichentags ihre neue Anlage dem Publikum geöffnet. Obwohl wir aufgrund der harschen Wetterbedingungen am Eigergletscher einige Wochen im Rückstand sind, was das Terminprogramm betrifft, ist Stand heute unverändert unser Ziel, das gesamte V-Bahn-Terminal, mit Shops, Gastronomie und weiteren Dienstleistungen, die spektakuläre 3S-Bahn «Eiger Express» sowie das neue Parkhaus mit 1000 Plätzen am 12. Dezember 2020 zu eröffnen. Wir verfügen danach über eine im Alpenraum einzigartige touristische Drehscheibe. Die Marke Top of Europe wird gestärkt und der Gast erfährt einen echten Mehrwert.

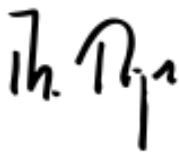
Die V-Bahn stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Region und sichert damit das Einkommen der Bevölkerung. Sie ermöglicht uns, den negativen Begleiterscheinungen der grossen Besucherströme in der Hauptsaison nachhaltig entgegenzuwirken. Wir bieten den Gästen mehr Raum, eine angenehme Besucherführung und insgesamt ein qualitativ besseres Reiseerlebnis. Aus der aktiven und digital unterstützten Gästelenkung resultiert ein Zeit- und Komfortgewinn. Die Bahnen können Massenansammlungen und Staus aktiv abbauen und bestehende Kapazitäten bestmöglich nutzen. Durch optimale Auslastung der Transportmittel eröffnen sich Perspektiven für eine verträgliche Erhöhung der jährlichen Zahl von Besuchern. Der Überbelastung des Umfelds und dem damit einhergehenden Qualitätsverlust für den Gast begegnen wir mit der Limitierung der Zahl der täglichen Besucherinnen und Besucher – zusätzlich streben wir eine solche auch im Wintersport an. Positiv für die Umwelt wird sich auswirken, dass die V-Bahn durch den Anschluss ans Eisenbahnnetz die Nutzung des öffentlichen Verkehrs fördert. Die Verbundenheit mit Lauterbrunnen und Grindelwald unterstreichen wir mit einem Nachhaltigkeitsfonds, der auf den Zeitpunkt der Eröffnung der gesamten V-Bahn aktiviert wird. Wir illustrieren unser Bekenntnis zu einer Corporate Social Responsibility (CSR) in unserem Online-Geschäftsbericht ergänzend zur Lageberichterstattung und zu unseren Zahlen mit drei Berichten zu beispielhaft gewählten CSR-Themen. Wir zeigen, wie wir uns in der Natur bewegen, über Generationen agieren und uns in der Region nachhaltig verankern. Die Vorfreude auf die Eröffnung der V-Bahn drücken wir durch die Fotomontagen beziehungsweise Visualisierungen in unserem Geschäftsbericht aus.

Während wir uns freuen, das Generationenprojekt V-Bahn für eine nachhaltige Entwicklung der Region, der Jungfrauabahn und damit zugunsten der nächsten Generationen zu nutzen, geht es auch um die Vorbereitung des Unternehmens auf die Zeit nach der Inbetriebnahme. Wir werden den Besucherinnen und Besuchern – ganz im Sinne unserer Vision von einem integrierten Tourismusunternehmen – ein Gesamterlebnis bieten, das sich aus Natur, Outdoor-Aktivitäten, Shopping, Gastronomie und Bahnfahrten zusammensetzt. Durch die Einsparungen bei der Reisezeit mit der neuen V-Bahn gewinnen unsere Gäste Zeit für andere Freizeitaktivitäten. Zudem werden die Finanzziele nach dieser Grossinvestition angepasst. Die Organisation wird weiterentwickelt und die Geschäftsleitung verbreitert. Als Resultat werden nach Inbetriebnahme der V-Bahn per 1. Januar 2021 die Leiter der Hauptfachbereiche in der Geschäftsleitung vertreten sein. Die Geschäftsleitung wird neu sechs statt drei Mitglieder umfassen. Damit sichern wir das Fortbestehen einer effizienten, entscheidungsfähigen Geschäftsleitung. Wir sind glücklich, alle Posten dank langfristiger Personalplanung mit internen Kandidaten besetzen zu können. Auch im Verwaltungsrat geht es um Nachfolgeplanung, zu diesem Zweck soll dieser durch die Zuwahl von Heinz Karrer verstärkt werden.

In der Vergangenheit haben wir bereits mehrmals die Erfahrung gemacht, dass dem weltweiten Verkauf eines touristischen Angebots 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. Aktuell bereitet uns, wie bereits erwähnt, das Coronavirus (COVID-19) Sorge, ohne dass wir dabei grundsätzlich in Pessimismus verfallen. Zum Zeitpunkt der Herausgabe dieses Lageberichts sind die Folgen der Coronavirus-Krise, die inzwischen weltweit zu beobachten ist, nicht in vollem Umfang abschätzbar. Die Auswirkungen auf unsere Geschäftszahlen betrachten wir jedoch nicht als langfristig. Im Gegenteil – wir dürfen auf die gute Infrastruktur, auf unsere Verankerung in den internationalen Märkten, auf unsere solide Finanzierung und auf unsere aktuellen Innovationen vertrauen und zuversichtlich in die Zukunft schauen. Mehr dazu finden Sie in der Botschaft unserer Unternehmensführung.

Wir bedanken uns bei unseren Mitarbeitenden für die erneut hervorragende Leistung sowie ihre täglich gelebte

und echt empfundene Gastfreundschaft gegenüber unseren Kundinnen und Kunden. Wir danken auch unseren Gästen, den Bundes- und Kantonsbehörden, den Gemeinden, den Bergschaften, den Tourismusorganisationen, den benachbarten Bahnen, den Wiederverkäuferinnen und -verkäufern, den Lieferanten, der Internationalen Stiftung Hochalpine Forschungsstationen 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

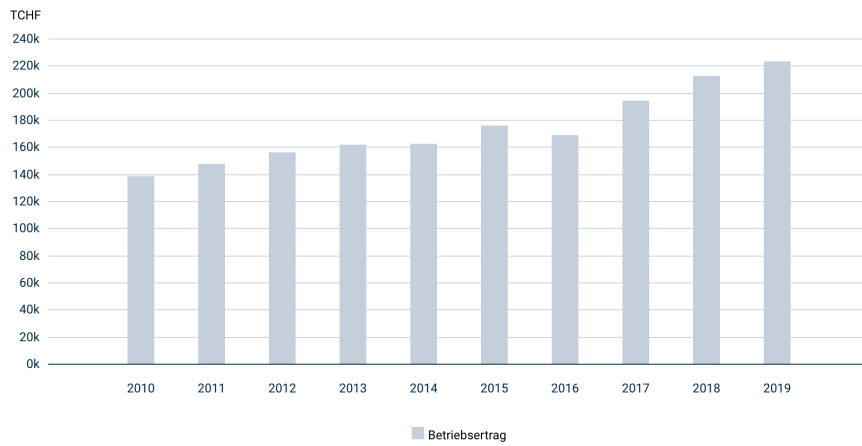
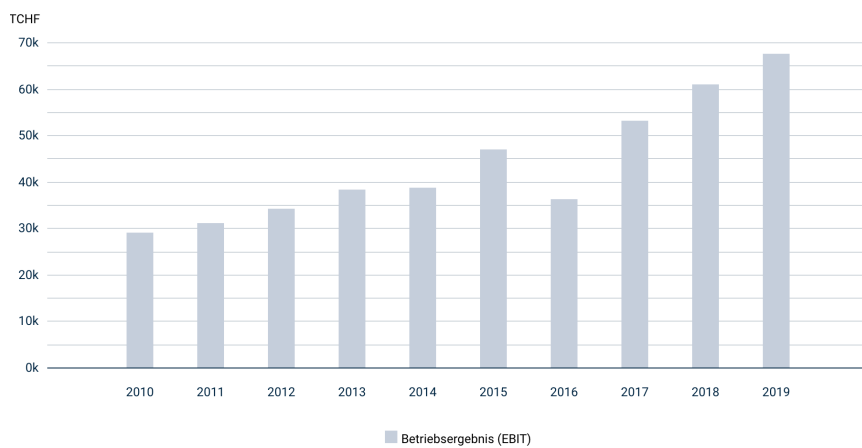
TÄTIGKEIT DER JUNGFRAUBAHN-GRUPPE

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 Leader-Stellung zu. Die Jungfraubahn-Gruppe betreibt zudem weitere Bergbahnen auf bekannte Erlebnisberge der Jungfrau Region, Wintersportanlagen, ein Wasserkraftwerk sowie entlang der touristischen Wertschöpfungskette Gastronomiebetriebe, Shops und Parkieranlagen.

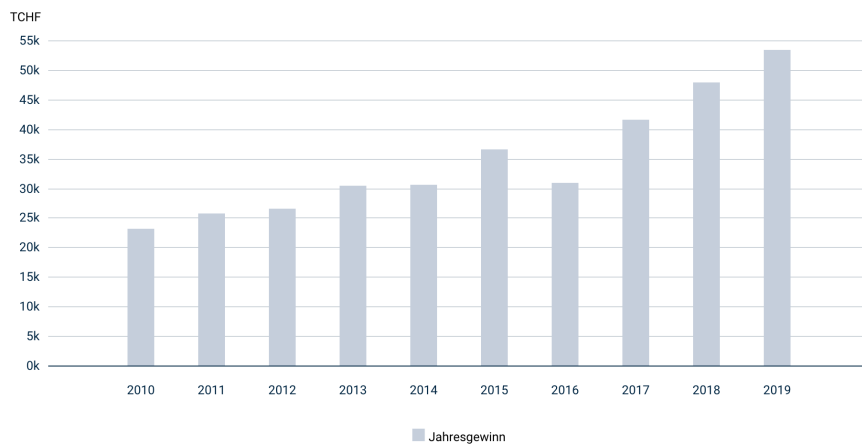


Sphinx und Aletschgletscher

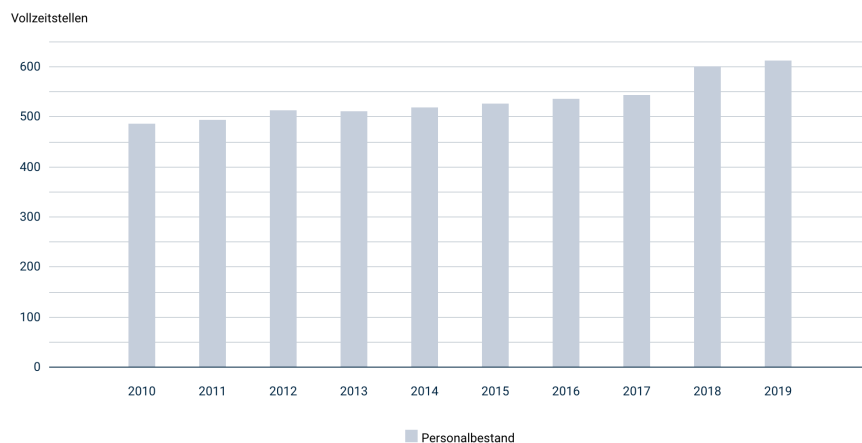
Der Kundenfokus steht als Element einer nachhaltigen Orientierung über allen anderen Leitgedanken. Damit erreicht die Gruppe eine attraktive Positionierung auf dem Markt für Touristen und Investoren. Wir stellen einen bedeutenden regionalen Wirtschaftsfaktor dar. In Zusammenarbeit mit anderen touristischen 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 und Kompetenz in den Bereichen Service und Technik.

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 Bevölkerung, fördert ihre Mitarbeitenden und trägt Sorge für die 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 bewahrt und die Attraktivität für Investoren gesteigert werden. Die Jungfraubahn-Gruppe legt grossen Wert auf Nachhaltigkeit. Im Zusammenhang mit dem Bau der V-Bahn wird ein Konzept zum verstärkten Schutz der Natur in den unmittelbar betroffenen Gebieten umgesetzt (u. a. Itramenwald, Grindelwald) und in Zusammenarbeit mit dem Management vom UNESCO-Welterbe Swiss Alps Jungfrau-Aletsch ein Monitoring dazu durchgeführt. Die Verbundenheit mit Lauterbrunnen und Grindelwald unterstreicht die Jungfraubahn-Gruppe mit einem Nachhaltigkeitsfonds, der auf den Zeitpunkt der Eröffnung der gesamten V-Bahn eingerichtet wird. Die Vorbereitungen hierzu sind zum grossen Teil erledigt. Der Fonds wird ab 2021 geöfnet und wirksam.

Ziel ist es, das Jungfraujoche – Top of Europe als Haupteintragungsquelle zu stärken. Internes Wachstum wird durch bessere Auslastung der Zwischensaison und der Tagesrandzeiten, 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 und insbesondere ein einmaliger Terminal) sichert mittel- und langfristig die erfolgreiche touristische Zukunft der gesamten Jungfrau Region als herausragende Ganzjahresdestination im Schweizer Tourismus. Primär durch die Verkürzung der Reisezeiten und eine Erhöhung des Reisekomforts stärkt das Projekt die Konkurrenzfähigkeit des Jungfraujochs als weltweit bekannten Leuchtturm und verhilft der Wintersportdestination zu einer Spitzenposition im internationalen Wettbewerb.

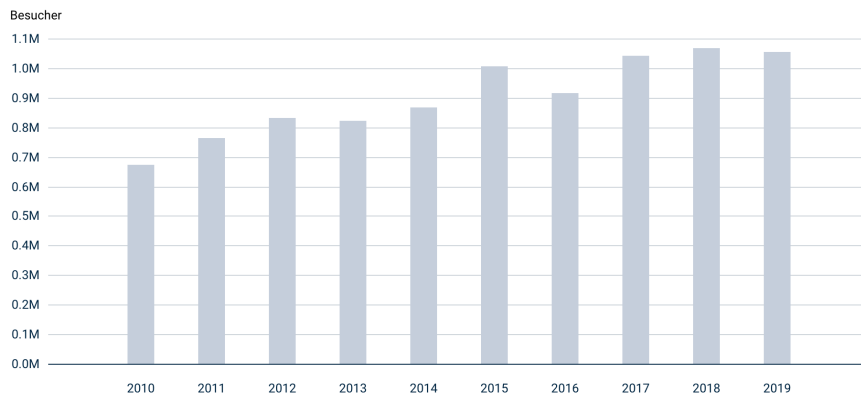
Die strategischen Finanzziele der Gruppe orientieren sich an langfristigen Zielen und an der Politik eines wertorientierten Unternehmens (Value Stock). Die wichtigsten Grössen, welche die Finanzplanung der Gruppe bestimmen, sind auf Ertragskraft (u. a. Umsatzrendite) und auf eine starke Eigenfinanzierung ausgerichtete Ziele. Die entsprechenden Zahlen finden Sie in unserem Finanzbericht. Die Finanzziele wurden vom Verwaltungsrat für die Zeit mit der V-Bahn neu justiert. Die Gründe dafür erläutern wir im Rahmen der Botschaft der Unternehmensführung.

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 im UNESCO-Welterbe Swiss Alps Jungfrau-Aletsch. Die Vermarktung des Ausflugs mit der Wengernalp- und der Jungfraubahn auf das Jungfrauoch ist das strategische Herzstück des Unternehmens. Im Jahr 2019 wurde mit 1 056 000 Gästen zum vierten Mal die magische Marke von einer Million Besuchern überschritten.

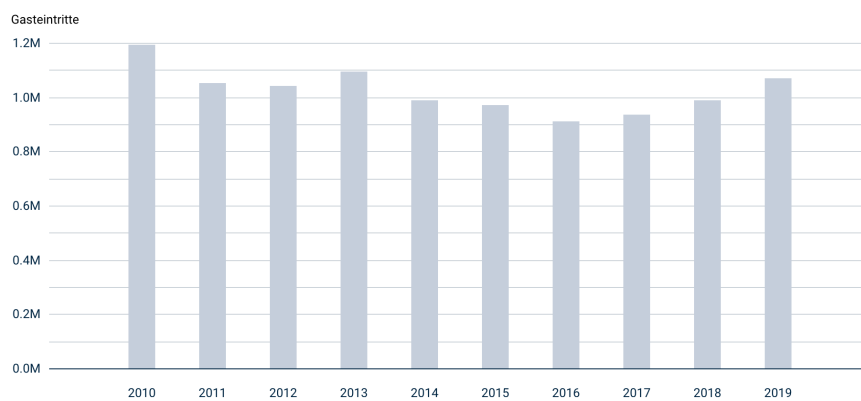
Besucher Jungfrauoch



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 Prozent hält. Zusammen mit den Partnerunternehmen führt die Gruppe im Auftrag des Verbunds eines der bedeutendsten Skigebiete der Schweiz.

Gasteintritte Jungfrau Ski Region

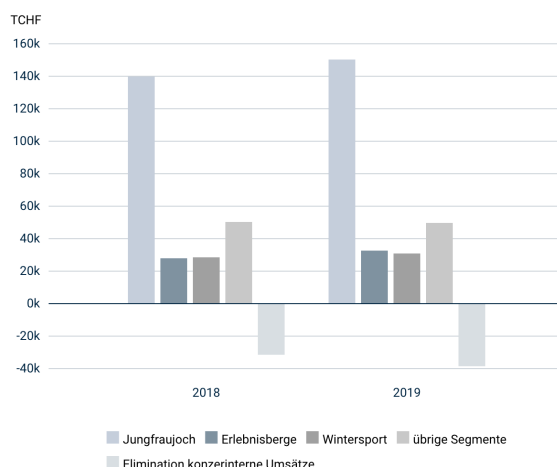


Erlebnisberge

Zum Segment Erlebnisberge zählen die Ausflugsziele im Umfeld des Jungfraujochs – 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. Die Schienenbahn von Grütschalp nach Mürren wird in den Jahren 2019 bis 2024 rundum erneuert (Investition von etwa CHF 50 Mio.).

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 Kundinnen und Kunden genutzt werden. Dazu gehören beispielsweise die Jungfraubahnen 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 wurden per 31. Dezember 2019 aktualisiert. Details und Angaben zu den Mutationen im Laufe des Berichtsjahres 2019 entnehmen Sie bitte dem Kapitel Spezielles (Personelles und Würdigung) und dem Corporate-Governance-Bericht.



Im Jahr 2019 wurde mit der Planung einer Reorganisation der Jungfraubahnen für die Zeit nach der Eröffnung der V-Bahn begonnen. In dieser Stossrichtung wird eine Abkehr von der Matrixorganisation (Segmente/Fachbereiche) verfolgt. Ende Jahr wurde die personelle Aufstockung der Geschäftsleitung zusammen mit einer stärkeren Einbindung der Fachbereiche beschlossen und es wurden entsprechende Wahlen im Hinblick auf die Umorganisation vorgenommen. Die Struktur, die im 2020 vorbereitet und mit Übernahme der Verantwortlichkeit durch die neue Geschäftsleitung per 1. Januar 2021 abschliessend eingeführt wird, sieht nach dem derzeitigen Stand der Planung wie folgt aus:



Kennzahlen der Konzernrechnung

Tausend CHF	2019	2018	Veränderung
Betriebsertrag	223'310	212'815	4.9%
Verkehrsertrag	161'807	153'833	5.2%
EBITDA	102'958	95'111	8.3%
EBITDA in % des Betriebsertrages	46.1%	44.7%	3.1%
EBIT	67'504	60'969	10.7%
EBIT in % des Betriebsertrages	30.2%	28.6%	5.6%
Jahresgewinn	53'344	47'826	11.5%
Umsatzrentabilität (ROS)	23.9%	22.5%	6.2%
Free Cashflow	-21'511	16'305	-231.9%
Eigenfinanzierungsgrad	79.0%	79.7%	-0.9%
Personalbestand (Vollzeitstellen)	612	600	2.0%

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 Dividendenzahlungen der Tochtergesellschaften und interne Zinserträge.

Der Beteiligungsertrag 2019 beträgt CHF 17,0 Mio. Die Darlehen an die Tochtergesellschaften von CHF 155,6 Mio. werden verzinst. Zusammen mit dem übrigen Finanzertrag und nach Verrechnung des Finanzaufwandes schliesst die Finanzrechnung mit CHF 17,8 Mio. ab. Das Ergebnis beträgt CHF 17,0 Mio. Die detaillierte

Jahresrechnung mit Anhang finden Sie im Anschluss an die Konzernrechnung im Finanzbericht. Sie ist Teil des Genehmigungsantrags an die Generalversammlung 2020.

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 Prozent, BOB 33 Prozent) realisiert. Die Managementgesellschaft stellt der von der JungfrauBahn Holding AG gewählten Geschäftsleitung eine Führungsinfrastruktur mitsamt Personal (Kader, Fachkräfte) zur Verfügung, die geeignet ist, die JungfrauBahn-Gruppe zu führen sowie erfolgreich Managementmandate für andere verbundene Unternehmen (Beispiel: Jungfrau Ski Region) wahrzunehmen. Die BOB hat ihre Geschäftsführung ebenfalls 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 BOB geführt.

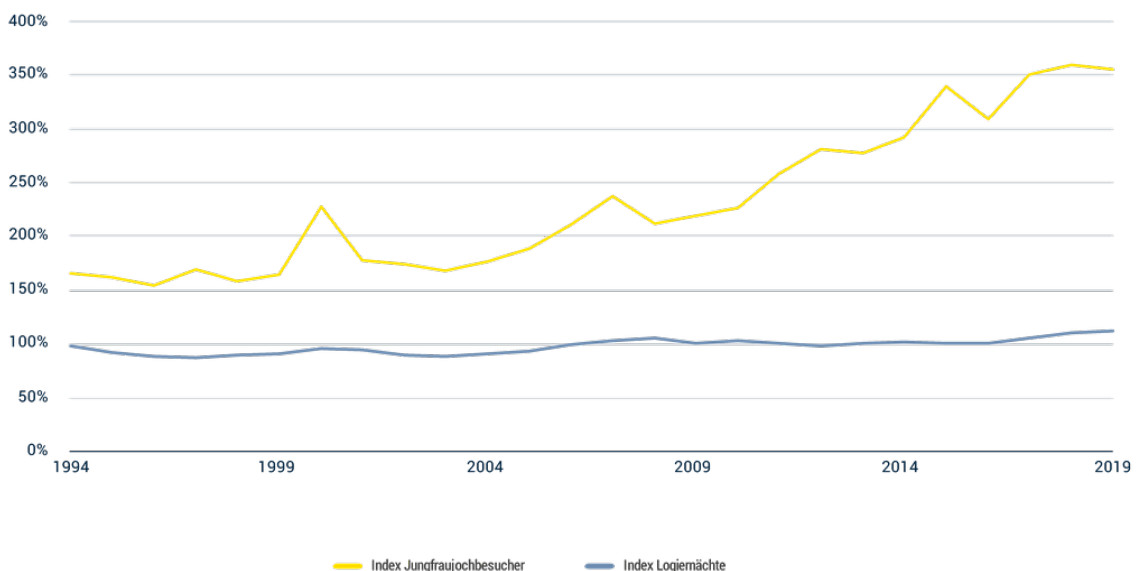
Die Betriebsgemeinschaft profitiert von der bestmöglichen Auslastung der Führungsressourcen (Personal, Kompetenzen, Instrumente), die die Managementgesellschaft für all ihre Mandanten aufbaut, unterhält und weiterentwickelt. Soweit sie ihr Vorgehen unter den Mandanten abstimmt, um im Marketing, im Kundenservice, im Versicherungswesen, in der Qualitätssicherung, im Compliance Management, in der Beschaffung sowie in der Informatik grösstmögliche Synergien anzustreben, tut sie dies als ein Vollfunktions-Gemeinschaftsunternehmen (Joint Venture) der jeweils beteiligten Gesellschaften. In ihrer Gesamtheit treten die beteiligten Gesellschaften unter der Kennzeichnung «JungfrauBahnen» und unter der eingetragenen Marke «Jungfrau – Top of Europe» auf.



BOTSCHAFT DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

CHANCEN UND RISIKEN

Am 1. August 1912 wurde auf dem Jungfraujoch auf 3454 Metern über Meer mitten in der einmaligen Bergwelt von Eiger, Mönch und Jungfrau die höchstgelegene Eisenbahnstation Europas eröffnet. Dieser Rekord besteht bis zum heutigen Tag und ist einer der Gründe, warum die Fahrt mit der Jungfraubahn zu den grossen touristischen Attraktionen der Alpen gehört. Die bewegte Baugeschichte rund um den Eisenbahnpionier Adolf Guyer-Zeller verstärkt die weltweite Ausstrahlung. Die Marke Jungfraujoch – Top of Europe ist entsprechend national und international etabliert. Die Frequenzen der Jungfraubahn wachsen im Vergleich mit den Hotelübernachtungen in der Schweiz überproportional. Im Jahr 2019 reisten zum vierten Mal über eine Million Gäste auf das Jungfraujoch.



Benchmark Jungfraujoch-Besucher und Logiernächteentwicklung Schweiz indexiert

Als eine Pionierin auf den asiatischen Märkten erkannte die Jungfraubahn-Gruppe schon vor Jahrzehnten das Potenzial Asiens. Davon profitierte immer auch die gesamte Jungfrau Region. Eine besondere Stärke ist die Angebotsvielfalt auf engstem Raum. Mit den Erlebnisbergen, dem ergänzenden Segment im Sommergeschäft, können Kundinnen und Kunden mit kleinerem Reisebudget angesprochen werden beziehungsweise kann der Ausflug auf das Jungfraujoch im Rahmen eines verlängerten Aufenthalts sinnvoll ergänzt werden (Crossmarketing). Mit dem Segment Wintersport hat die Jungfraubahn-Gruppe ein bedeutendes Standbein in der Schweiz, im nahen Ausland sowie in den Beneluxstaaten und in Grossbritannien. Die Erlebnisberge erzielten im Jahr 2019 Rekordergebnisse, die auf eine deutliche Nachfragesteigerung bei jungen internationalen Gästen und Familien aus aller Welt zurückzuführen ist. Durch Gestaltung des Erlebnisses mit sanften Adventure-Angeboten, durch eine besondere Möblierung des Aussenraumes mit beispielsweise einem leicht erreichbaren

und ohne besondere körperliche Fähigkeiten begehbaren Erlebnispfad, einer besonderen Aussichtsplattform oder einem attraktiven Spielplatz gelingt es, die Erwartungen dieser Gäste zu erfüllen. Im Zentrum unserer Leistung stehen immer unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die die Anlagen täglich engagiert betreiben, unterhalten und reinigen. Sie empfangen unsere Gäste, erteilen Auskünfte beziehungsweise Instruktionen und helfen im Notfall. Als zuvorkommende Gastgeber sind sie unser Aushängeschild.

Wir sind gefordert, die hohen Erwartungen an unser Unternehmen zu erfüllen, ohne dabei der Belastung der Umwelt Vorschub zu leisten. Aufgrund der globalen Bedeutung ist dies ein für alle Unternehmen verpflichtender Risikofaktor. In diesem Kontext nehmen wir die neue V-Bahn als Chance wahr: Wir können dem Fahrgast künftig höheren Fahrkomfort bei niedrigerem Zeitbedarf und höherer Flexibilität in der Routenwahl anbieten. Das wird beim Besucher ein individuelleres und flexibleres Reiseverhalten auslösen und eröffnet uns damit neue Möglichkeiten für die smarte Gästelenkung. Massenansammlungen und Staus werden abgebaut, die Kapazitäten besser genutzt. Durch bessere Auslastung der Transportmittel bieten sich Perspektiven für eine Erhöhung der jährlichen Zahl von Besuchern, ohne dabei die natürlichen Limiten einer nachhaltigen Nutzung der Umwelt zu strapazieren. Positiv für die kommenden Generationen wird sich auch auswirken, dass die V-Bahn durch den Anschluss ans Eisenbahnnetz die Nutzung des öffentlichen Verkehrs fördert.

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 Skiurlaubstages 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 Verbesserungen erzielt werden, etwa durch leistungsfähigere Triebfahrzeuge, durch Streckenausbauten oder durch ein Reservationssystem. Ein weiterer Komfort- und damit Reisezeitgewinn steht mit der Fertigstellung der V-Bahn Ende 2020 bevor. Dieses Grossprojekt wird mittel- und langfristig die erfolgreiche touristische Zukunft der gesamten Jungfrau Region als wichtige Ganzjahresdestination im Schweizer Tourismus und damit das Einkommen der Bevölkerung sichern.

In unserer Risikoanalyse sind den Chancen und Erfolg versprechenden Potenzialen die für das Tourismusgeschäft typischen Risiken gegenüberzustellen: Die touristische Nachfrage ist von Währungsschwankungen, der geopolitischen Sicherheitslage, Gesundheit/Pandemien oder der Bedrohung durch Terror abhängig. Langandauernde Schlechtwetterlagen und grosse Unwetter schmälern die Umsätze, Schönwetterperioden lassen sie ansteigen.

Zu Beginn des Jahres 2020 sehen wir uns mit einer besonderen Lage konfrontiert. Die Bemühungen der Behörden, die Verbreitung einer neuen Corona-Viruskrankheit zu unterbinden, schränkt in China und inzwischen auf der ganzen Welt die Bewegungsfreiheit und damit die Möglichkeiten zum Reisen ein. Airlines haben wichtige Flugverbindungen vorübergehend eingestellt. Inzwischen sind auf Basis der Neuverordnung des Bundesrates alle touristischen Anlagen und namentlich die JungfrauBahn geschlossen worden. Die Angst vor einer Ansteckung beeinflusst das Buchungsverhalten. Damit tritt eine in unserem Portfolio abgebildete Risikosituation ein. Mit unserem Risk Management begegnen wir dieser Situation in mehrfacher Weise: Tiefe Verschuldung und Outsourcings senken die Fixkosten und ermöglichen eine rasche und effiziente Reaktion auf der Ausgabenseite. Mit der Diversifikation der Märkte haben wir uns Ausweichmöglichkeiten erschlossen. Mit fortschreitender Digitalisierung ist unsere Agilität in der Angebots- sowie Preisgestaltung gestiegen. Digitalisierte Kommunikation und Distribution ermöglichen eine rasche Umsetzung der sofort eingeleiteten

Marketingmassnahmen. Eine hohe Qualität der Dienstleistungen, Treue in der Beziehung zu den Tour Operators und den Agenturen – auch in schwierigen Zeiten – sowie die konsequente Pflege und Stärkung der Marke sind äusserst wichtig, um rasch in einen von einer Krise betroffenen Markt zurückkehren zu können.

STRUKTURELLE STABILITÄT, MARKENPFLEGE UND PARTNERSCHAFTEN

Um sich gegenüber der Volatilität der Tourismusbranche zu schützen, hat die Jungfraubahn Holding AG besondere Stärken entwickelt: Die Basis bildet der hohe Eigenfinanzierungsgrad von 79,0 Prozent. Die Finanzierung der laufenden Grossinvestitionen in die V-Bahn ist so ausgestaltet und geplant, dass das verzinsliche Fremdkapital maximal 10 Prozent erreichen wird. Stabilität garantiert auch die breite Abstützung in drei verschiedenen Segmenten. Das Portfolio ist so gestaltet, dass sich die diversifizierten Geschäfte gegenseitig befruchten.

Unsere Vertreterinnen und Vertreter in mehrheitlich asiatischen Metropolen unterstützen die Kontakte und die Distribution der Jungfraubahnen. Sie werden von einem kompetenten Sales Team und durch persönliche Verkaufsfahrten des CEO unterstützt. Die Agenturen sorgen dafür, dass unsere Produkte in die Tour-Operator-Programme beziehungsweise in die Kataloge Aufnahme finden. Zur Ausschöpfung des Nachfragepotenzials hat die Jungfraubahn-Gruppe Markenführung und Distribution über Tour Operator zu einer Kernkompetenz entwickelt. Die zum Träumen und Planen einladende Website jungfrau.ch richtet sich an Individualreisende, die 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 Bekanntheit des Jungfraujochs wird auch weiterhin durch prominente Gäste gefördert. Im 2019 hat der Handballer Andy Schmid, Schweizer Starspieler aus der deutschen Bundesliga, der Gletscherwelt einen Besuch abgestattet. Aus der Inszenierung solcher Auftritte, diesmal mit einem Handballländerspiel Schweiz gegen Korea, entstehen Geschichten, die weltweit erzählt werden und entsprechend für Medienpräsenz sorgen. Der Besuch von Delegationen, die sich zur Reiseberichterstattung oder zur Vorbereitung von Reisearrangements mit der Jungfrau Region vertraut machen («familiarization trips», kurz «fam-trip»), wird gefördert und durch das Jungfraubahnen-Verkaufsteam tagtäglich begleitet und betreut. Zur Stärkung unserer Bekanntheit 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 Industrie und Handel, zum Beispiel Swatch Group, Coop, ABB, Mammut und Lindt & Sprüngli.

INTEGRIERTES FREIZEIT- UND SERVICEUNTERNEHMEN

Die Nachfrage nach touristischen Angeboten, die in möglichst kurzer Zeit eine grosse Erlebnisvielfalt bieten, wächst. Daher wird die Integration der Dienstleistungskette wichtiger. Die aufeinander abgestimmten Services und Bestellvorgänge erleichtern sowohl dem Tour Operator und als auch dem Individualreisenden die Planung und Organisation einer Ferienreise massgeblich. Kombi-Angebote und Pakete ermöglichen eine attraktive Angebots- und Preisgestaltung. Das integrierte Unternehmen kann das Potenzial der eigens akquirierten Kundinnen und Kunden vollständig nutzen. Es kann die Kundenzufriedenheit selbstständiger sicherstellen und über den eigens definierten Qualitätsstandard den Kundennutzen wirksamer optimieren.

Die Jungfraubahn-Gruppe ist durch ihre verschiedenen Segmente, die Vielfalt der von ihr erschlossenen Erlebnisberge und die wachsende Integration sehr gut aufgestellt, um umfassende Freizeiterlebnisse anzubieten. Lücken in der Integration schliesst sie durch Kooperation mit leistungsfähigen Partnern in der Region. Der Online-Verkauf wurde von Beginn an mit Blick auf die Integration konzipiert. Die einzelnen Elemente einer Ferienreise können im Warenkorb kombiniert und in einem Schritt gebucht werden.

Ins Geschäftsfeld Jungfrauoch – Top of Europe wird die Gastronomie verstärkt integriert. Anstelle von selbstständig agierenden Unternehmern, welche die Restaurants der Jungfraubahn-Gruppe mieten, übernimmt eine Tochtergesellschaft die Gastronomiebetriebe. Auf der Kleinen Scheidegg wurde der Wechsel Ende 2017, auf dem Jungfrauoch per Ende Sommersaison 2019 vollzogen. Im Terminal der V-Bahn entsteht eine logistisch optimal gelegene Zentralküche, um die gastronomische Effizienz im Bereich unseres Hauptgeschäfts zu steigern. Eine integrierte Gastronomie kann nahtlos in das Verkaufssystem eingebunden werden. Die Tischreservation und der Apéro werden mit der Bahnreise zusammen geordert. Die IT-Vision dahinter ist die digitalisierte Integration aller Dienstleistungen, die der Kunde auf seiner Reise in Anspruch nimmt, und steht unter dem Motto «Eine Reise – ein Ticket».

Ein weiterer Fokus liegt auf dem Bereich Shopping, der 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. In Interlaken an zentraler Lage entstand der Top of Europe Flagship Store. Auch hier eröffneten sich dank Integration neue Perspektiven: Unser «Rail Info», ein bedeutender Point of Sale, der schon zuvor an diesem Standort betrieben wurde, ist neu in eine grosse, lebendige und unterhaltsame Shopping-Welt eingebettet.

MOTOR TOURISTISCHER ENTWICKLUNG (NACHHALTIGKEIT)

Unsere Geschäftsmodelle richten sich an den Bedürfnissen einer nationalen und internationalen Kundschaft aus, die das einmalige Bergerlebnis sucht. Dank besonderer Ausstrahlung werden wir als lohnendes Reiseziel wahrgenommen. Nur mit sozialer regionaler Verankerung können wir den Erwartungen dieser Kundschaft entsprechen. Als integriertes und partnerschaftliches Unternehmen ist die Jungfraubahn-Gruppe eine bedeutende Treiberin der wirtschaftlichen Entwicklung der Region. Sie leistet einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der Jungfrau Region. Dabei berücksichtigt sie die Interessen der Bevölkerung, fördert ihre Mitarbeitenden und trägt Sorge für die Natur, die eine wichtige Ressource für die Tourismuswirtschaft darstellt. Die regionalen Wertekreisläufe werden durch die Wertschöpfung der Jungfraubahnen in Schwung gehalten. Sie bieten für die meisten der rund 1000 Mitarbeitenden Aufstiegs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten.

Die Natur soll im Sinne der Vision des Gründers der Jungfraubahn für künftige Generationen erhalten und zugänglich gehalten werden. So verstehen und erledigen wir auch jene Verpflichtungen, die wir im Rahmen des V-Bahn-Projekts eingegangen sind und die über die gesetzlich vorgeschriebenen Ersatzmassnahmen hinausgehen: Wir werden die Strättli-Galerien der Wengernalpbahn besser in die Natur eingliedern, wir verschönern das Ortsbild auf der Kleinen Scheidegg, wir bewirtschaften aktiv den Nachhaltigkeitsfonds für die Gemeinden Grindelwald und Lauterbrunnen und wir schützen Fauna und Flora im Raum der V-Bahn (Itramenwald).

Aus diesem 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. Daraus entsteht ein Nachfragepotenzial, aus dem die Jungfraubahn-Gruppe Werte schöpft, die über gefestigte Partnerschaften, Steuern, Lohnzahlungen und Investitionen wiederum die lokale Verankerung stärken.

ZIELVORSTELLUNGEN, ERWARTUNGEN UND MESSGRÖSSEN

Im Zentrum unserer Zielvorstellungen steht immer die Sicherung des Erfolgs des Geschäftsfelds Jungfraujoch, Hauptattraktionspunkt der Region und margenstärkstes Segment der Gruppe. Der Verwaltungsrat hat sich zum Ziel gesetzt, die hohen Frequenzen in der Hochsaison längerfristig zu halten und die Durchschnittserträge in massvollen Schritten zu erhöhen.

Die Einbettung in die geschützte Bergwelt und die technischen Gegebenheiten im Gebirge setzen dem Wachstum in Bezug auf die Frequenzen natürliche Grenzen. Ein Steigerungspotenzial besteht immer noch in der besseren Auslastung der bestehenden Infrastrukturen in der Zwischensaison. Treffend wird dieses Ziel mit «zwölf Monate Hochsaison» von CEO Urs Kessler in einem Slogan zusammengefasst. Die Firstbahn beispielsweise fährt mittlerweile während elf Monaten im Jahr. Unser Fokus liegt jedoch grundsätzlich nicht auf der Menge, sondern auf der Ertragskraft und der Markenstärke. Mit Blick auf die Kauf- und Zahlungsbereitschaft der Gäste heisst das immer auch «Qualität vor Quantität». Dass die vielen kleinen Verbesserungsschritte sich positiv auswirken, zeigt der Anstieg des Durchschnittsertrags pro transportierten Gast im Jahr 2019 um 2,7 Prozent beim Segment Jungfraujoch - Top of Europe.

Mit der Fertigstellung der V-Bahn wird die Qualität unseres Angebots im Hauptsegment sprunghaft ansteigen. Daher ist es nicht verwunderlich, dass es das erklärte primäre Ziel des laufenden Jahres ist, dieses Projekt erfolgreich, termingerecht und unfallfrei abzuschliessen. Im 2021 werden wir dann noch die notwendigen Abschlussarbeiten erledigen und schwerpunktmässig die neuen Betriebsabläufe und die angepassten Prozesse überprüfen und optimieren. Mit der V-Bahn werden die Veränderungen so markant sein, dass wir von einer neuen Ära der Jungfrau bahnen sprechen. Wir unterstützen diesen Wechsel per 1. Januar 2021 auch durch eine Reorganisation und eine Verstärkung der Geschäftsleitung, in der dann auch die Fachbereiche personell vertreten sind. Mit der V-Bahn werden wir den Wiederaufstieg in die «Champions League» im Wintersport anstreben können. Das wird uns allerdings nur in Zusammenarbeit mit der gesamten Region gelingen, welche insbesondere im Bereich der Hotellerie qualitativ mitziehen muss. Aus eigener Kraft wollen wir die stärksten Besucherzahlen aus dem vorigen Jahrzehnt wieder erreichen. Auf dieser Basis ist der Komfortbereich der Infrastrukturen nach dem Bau der V-Bahn ausgelegt. Daher sprechen wir bereits von einer Limitierung der täglichen Besucherzahlen an den wenigen Spitzenwochenenden. Das Entwicklungspotenzial im Bereich der Winterferien beziehungsweise der mehrtägigen Aufenthalte wird dadurch nicht tangiert.

Mit angepassten Tarifen werden wir künftig auch auf die saisonalen Unterschiede in der Nachfrage reagieren. Dabei sind uns Transparenz und Nachvollziehbarkeit in der Preisgestaltung wichtig. Unterschiedliche Preise für verschiedene Perioden erfüllen diese Kriterien. Wir entwickeln das Online-Verkaufssystem weiter, mit dem Ziel, uns die Möglichkeiten der gesamten Vielfalt von Geräten und Multimediadiensten zu erschliessen. Wir nutzen damit neue Verkaufskanäle und erfolgreiche Plattformen. Unser zentrales Verkaufssystem konfigurieren wir so, dass es mit der Vielfalt heutiger Kundenschnittstellen zurechtkommt und interne Abläufe (wie Angebotsgestaltung, Reservation, Disposition oder Abrechnung) digital unterstützt. Mit ihrer Digitalisierung erhöhen die Jungfrau bahnen ihre Marktpräsenz und die Effizienz ihrer Prozesse. Schwerpunktmässig wird das System im Jahr 2020 für die Integration der neuen V-Bahn optimiert.

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. Den Erfolg der Strategien und der operativen Zielsetzungen misst der Verwaltungsrat anhand von ausgewählten Finanzkennzahlen. Er passt diese aus Gründen der Kontinuität der Berichterstattung nur sehr zurückhaltend an. Für die Zeit mit der V-Bahn (ab 2021) sieht er jedoch den Zeitpunkt gekommen, die Finanzkenngrößen an die grossen Entwicklungen der letzten Jahre und die Erneuerungen anzugleichen. Die Zielsetzungen werden erhöht und die Eigenkapitalquote durch den Grad der Fremdverschuldung – um den es ja letztlich aufgrund unserer Risikoexposition geht (siehe oben) – ersetzt. An die Ertragskraft (Umsatzrendite) werden höhere Erwartungen gestellt.

SPEZIELLES

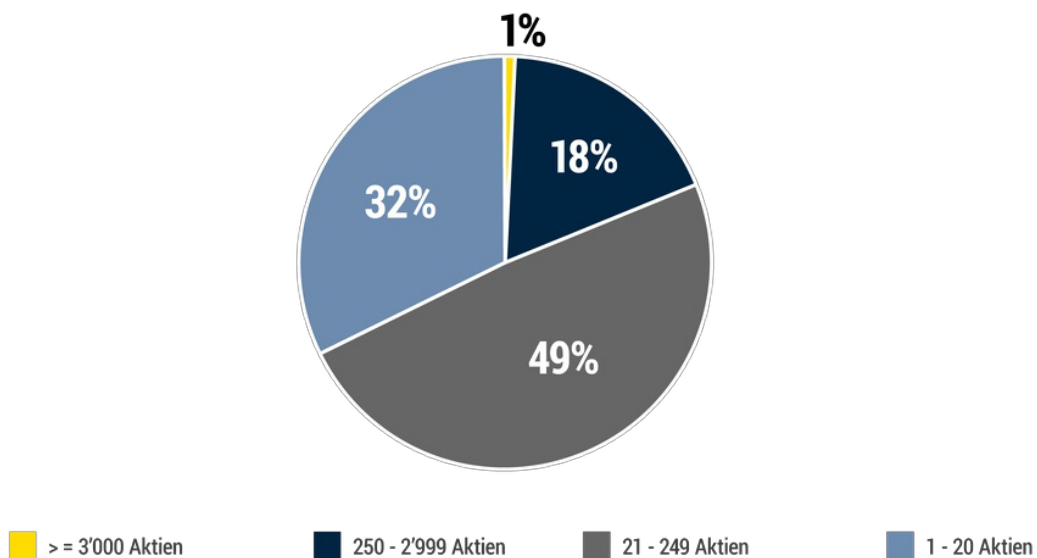
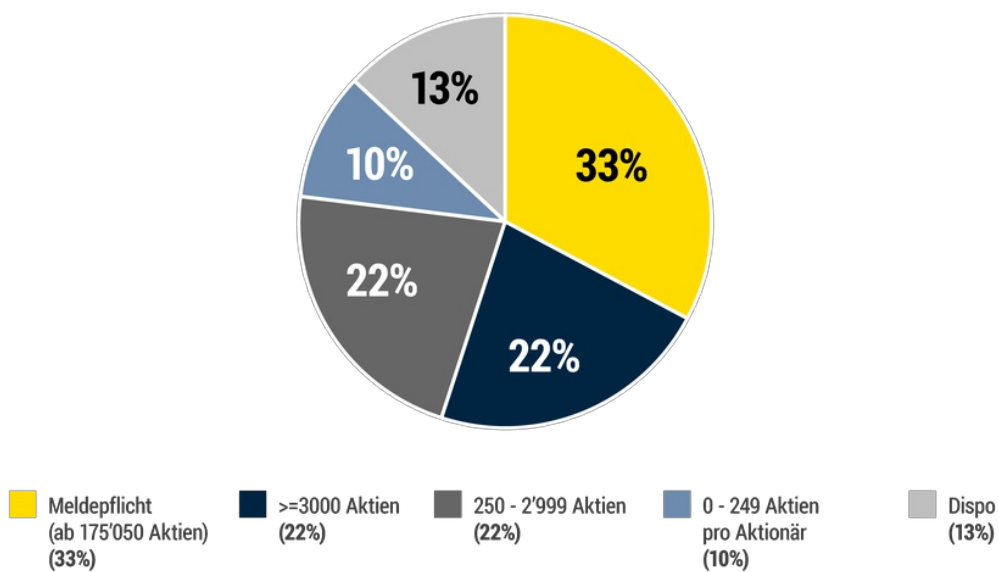
AKTIONÄRSBINDUNG

Die Aktie der Jungfraubahn Holding AG ist am Swiss Reporting Standard der SIX kotiert (JFN ISIN CH0017875789) und 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 2019 das Jungfraujoch zu einem Spezialpreis von CHF 50 wahlweise von Lauterbrunnen oder Grindelwald besuchen. Insgesamt haben 1680 Aktionärinnen und Aktionäre von diesem Angebot Gebrauch gemacht und die majestätische Kulisse aus Eis, Schnee und Fels mit atemberaubender Weitsicht genossen.

2020 besteht das Angebot darin, einen der drei Erlebnisberge zum Spezialpreis zu besuchen. Wahlweise steht dazu der Harder Kulm – Top of Interlaken, die First – Top of Adventure oder die Winteregg – Top of Family zur Verfügung. Damit bietet sich die Gelegenheit, mitzuerleben, wie sich die Erlebnisberge mit neuen Angeboten stetig weiterentwickeln. Beim jährlichen Aktionärsangebot handelt es sich nicht um eine Naturaldividende. Die Jungfraubahn Holding AG betrachtet 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 2020) mit mindestens 250 Titeln im Aktienregister der Jungfraubahn Holding AG eingetragen ist. Das grosse Vertrauen der Aktionärinnen und Aktionäre in unser Unternehmen soll mit speziellen Sonderkonditionen belohnt werden, die jeweils im Internet angekündigt werden.

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

V-BAHN

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. Ein in diesem Zusammenhang herausragendes Projekt, bei dem in beachtlichem Masse selbst erarbeitete Mittel zur Steigerung der Ertragskraft eingesetzt werden, ist die V-Bahn. Es 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. Das geplante Investitionsvolumen für das Gesamtprojekt beträgt CHF 470 Mio. (Jungfraubahn-Gruppe CHF 320 Mio.).

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 Jungfrauoch in einem einfacheren Umlauf verkehren, der den Rollmaterialbedarf und die Zahl der Fahrdiensttouren um 25 Prozent senkt. Die bereits bestehenden Infrastrukturen werden von Tagesspitzen und sich kreuzenden Besucherströmen insbesondere auf der Kleinen Scheidegg entlastet. Daraus resultiert ein Gewinn an Convenience und Tagesleistung ohne grundlegende Anpassungen an der historisch gewachsenen Substanz auf der Kleinen Scheidegg beziehungsweise auf dem Jungfrauoch. Nach dem Baustart von Terminal, Eisenbahnstation, Parkhaus, Seilbahnen zum Männlichen und zum Eigergletscher im Juni 2018 konnten im Berichtsjahr 2019 auf allen Baustellen grosse Fortschritte erzielt werden:

Terminal

Das Jahr 2019 stand im Zeichen der Betonarbeiten, welche in Grindelwald Grund bis zur Teilinbetriebnahme im Dezember 2019 abgeschlossen werden konnten. Auch die Innenausbauarbeiten im Terminalgebäude konnten rechtzeitig zur Teileröffnung der neuen 10er-Gondelbahn Grindelwald-Männlichen (GGM) fertiggestellt werden. Mit der neuen Station Grindelwald Terminal der Berner Oberland-Bahn wurde ein direkter Anschluss an den öffentlichen Verkehr geschaffen.

Anfang Mai 2019 konnte die neue Unterstation der Berner Kraftwerke (BKW) in das Stromnetz der Gemeinde Grindelwald eingebunden und die alte Station vom Netz genommen werden.

Im Bereich der Talstationen der beiden neuen Bahnen wurden die Stahl- und Holztragwerke aufgerichtet. Die Montage der neuen Skibrücke konnte im November 2019 abgeschlossen werden. Diese war bereits in der Wintersaison 2019/2020 als Zugang von den Ersatzparkplätzen und der Skipiste in Betrieb.

Eisenbahnstation Grindelwald Terminal der Berner Oberland-Bahnen AG

Die Bauarbeiten und der bahntechnische Ausbau konnten termingerecht abgeschlossen werden. Neben dem Zugang zum Terminal wurde der öffentliche Weg ab Kantonsstrasse beim Kreisel Rothenegg in Betrieb genommen. Die Fertigstellungsarbeiten an der Umgebung erfolgen im Frühjahr 2020.

Am 13. Dezember 2019 konnten die neue 10er-Gondelbahn Grindelwald-Männlichen und die neue Station der

Berner Oberland-Bahn, Grindelwald Terminal, Eröffnung feiern. Seit dem Folgetag können die Gäste mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen und haben direkt Anschluss an die Männlichenbahn. Deren Fahrt verkürzt sich um elf Minuten (neu: 19 Minuten Fahrzeit). Mit der Teileröffnung des Terminals erhalten die Gäste zudem einen ersten Vorgeschmack auf die geplante Gesamteröffnung am 12. Dezember 2020. Der Kassenbereich, die WC-Anlagen im Terminal, die Zugänge zum Nordtrakt sowie die Büro- und Personalräume der Grindelwald Grund Infrastruktur AG und der Gondelbahn Grindelwald-Männlichen AG wurden in Betrieb genommen.



Parkhaus

Im Frühsommer 2019 wurde mit dem Bau des fünfgeschossigen Parkhauses gestartet. Die Aushubarbeiten konnten im Herbst termingerecht abgeschlossen und die Betonrohbauarbeiten in Level -4 über die gesamte Fläche fertiggestellt werden. Auf der Parkhaus-Westseite konnte bereits ein Teil der Arbeiten an Wänden und Decken von Level -3 und -2 ausgeführt werden. Das Parkhaus wird nach Fertigstellung am 12. Dezember 2020 über 1000 Parkplätze verfügen.

Eigergletscher

Die Felsabtrags- und Ausbrucharbeiten konnten durch die ausgelösten Winterbaumassnahmen termingerecht beendet werden, sodass im April 2019 mit den Betonarbeiten gemäss Bauprogramm gestartet werden konnte.

Bis Ende Jahr wurden gut 9000 m³ Beton am Eigergletscher verbaut. Die Betonarbeiten an der Station Eigergletscher wurden trotz schwerer Witterungsbedingungen im Frühjahr 2020 abgeschlossen, sodass mit den Innenausbauarbeiten gestartet werden konnte. Durch die Sturmwinde Ende 2019 sowie Anfang 2020 sind die Rohbauarbeiten an der Bergstation Eiger Express mehrere Wochen in Verzug geraten.

Beschleunigungsmassnahmen und punktuelle Schichtarbeit werden den Rückstand jedoch in den nächsten Monaten aufholen.

Im Berichtsjahr 2019 wurden 43 384 Tonnen Material, was 3944 Güterzügen entspricht, mit der Bahn zur Baustelle am Eigergletscher respektive zum Umschlagplatz an der Salzegg transportiert. Dank dieser Transportmethode konnte sowohl die Anzahl Lastwagenfahrten als auch die Anzahl Helikopterflüge reduziert werden. Auch die eigens für den Bau der V-Bahn installierte Transportseilbahn vom Umschlagplatz an der Salzegg zum Eigergletscher hat sich bewährt.

Strecke 3S und Pisten

Die Anlieferung aller Trag- und Zugseile für den Eiger Express nach Grindelwald ist in der zweiten Jahreshälfte 2019 mittels mehrerer Schwertransporte erfolgt. Die Arbeiten für den Seilzug Eiger Express starten Ende April 2020.

Die neue blaue Piste oberhalb der Fallbodengalerie konnte pünktlich zur Wintersaison 2019/2020 dem Wintersportbetrieb übergeben werden. Die Fertigstellungsarbeiten und der Zusammenschluss mit der Piste vom Eigergletscher folgen im Sommer 2020.

Kommunikation und Informationsmassnahmen

Die Webseite www.jungfrau.ch/v-bahn enthält die aktuellen Informationen zum Projektstand. Die lokale Bevölkerung wird durch monatliche Inserate im Anzeiger über den Baustand orientiert.

Die Baustellenführungen erfreuten sich grosser Beliebtheit, sodass im Berichtsjahr 2019 rund 100 Führungen angeboten wurden. Zudem gab es einen Tag der offenen Baustelle in Grindelwald Grund.

Ausblick

Auch im Jahr 2020 laufen die Arbeiten zum Generationenprojekt auf Hochtouren weiter. Der Bau des Parkhauses und der Innenausbau des Terminals werden fortgeführt. Nach dem Abschluss der Betonarbeiten am Eigergletscher wird mit dem Innenausbau und Einbau der Seilbahntechnik fortgefahren. Bereits gegen Ende April 2020 startet der Seilzug für die neue 3S-Bahn. Am Eigergletscher stehen die Arbeiten an Gleis 1 und 2 sowie die Tunnelportalverlängerung der Jungfrauabahn an.

Die Arbeiten sind Stand heute auf Kurs, damit am 12. Dezember 2020 der gesamte Terminal mit Shops, Bistro und Produktionsküche, die neue 3S-Bahn Eiger Express sowie das Parkhaus unseren Gästen zur Nutzung übergeben werden können.



SNOWPENAIR, 4. APRIL 1998 BIS 4./5. APRIL 2020

Um die Auslastung der gesamten Jungfrau Region im Frühjahr zu steigern und um neue Kunden zu gewinnen, fand am 4. April 1998 das erste SnowpenAir-Konzert auf der Kleinen Scheidegg statt. 23 Jahre lang wurden seitdem jeden Frühling 200 Tonnen Material auf die Kleine Scheidegg transportiert – ganz ohne Helikopter. Von den insgesamt 23 Konzerten waren vier zweitägig und es wurden Besucherzahlen von bis zu 10 000 Gästen pro Tag erreicht. Leider musste das für beide Tage vollständig ausgebuchte Konzert am 4. und 5. April 2020 wegen der Massnahmen zur Eindämmung des Coronavirus (COVID-19) abgesagt werden.

Neben grossen internationalen Künstlern, wie Bryan Adams, Joe Cocker, Status Quo, Amy Macdonald oder Zucchero, spielten auch an jedem Konzert Schweizer Acts auf. Die Künstler waren begeistert von der einzigartigen Kulisse und dem sehr speziellen Ambiente im Schnee. «It's the most beautiful place I've ever played» – ein tolles Feedback von Jenex, einem Bandmitglied von Joe Cocker.

Aufgrund einer Vereinbarung mit einem Anstösser muss auf die Durchführung dieser Veranstaltung künftig verzichtet werden. Damit endet eine Ära, die in die Geschichte der Jungfrauabahn eingegangen ist. Zu unserem grossen Bedauern, hatte dieses besondere Highlight doch deren Renommee schweizweit viele Jahre positiv geprägt. Das SnowpenAir ist untrennbar mit unserem CEO Urs Kessler verbunden, der den Anlass als Marketingchef ins Leben gerufen, aufgebaut und zu einem Top-Event gemacht hat. Das SnowpenAir war für ihn immer – auch noch nach der Wahl zum CEO – eine Herzensangelegenheit. Dafür verdient er unsere Anerkennung – herzliche Gratulation und vielen Dank!



PERSONELLES UND WÜRDIGUNG

Verwaltungsrat und Geschäftsleitung

Der Präsident, die fünf Mitglieder des Verwaltungsrates und die Zusammensetzung des Vergütungsausschusses wurden von der Generalversammlung 2019 bestätigt.

Seit Juni 2017 besteht die Geschäftsleitung unverändert aus den drei Mitgliedern Urs Kessler, CEO, Christoph Seiler, CFO, und Christoph Schläppi, Corporate Secretary.

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

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 eine Leitungsfunktion im Organigramm der Aufbauorganisation zugeordnet (per 31. Dezember 2019):

- 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 von Fach- und Supportbereichen zu. Diese werden von folgenden Kadern geleitet (per 31. Dezember 2019):

- Markus Balmer, Technik
- Matthias Bütler, Marketing
- Dominik Liener, Infrastruktur
- Reto Mettler, Gastronomie
- Andreas Piattini, Human Resources (bis 29. Februar 2020)
- Christoph Seiler, Finanzen
- Urs Siegenthaler, Informatik
- Stefan Würigler, Betrieb

Die vorliegende Ablauforganisation wird bis 31. Dezember 2020 bestehen. Ab 1. Januar 2021 organisiert sich die Jungfraubahn-Gruppe neu. Auch die Geschäftsleitung wird entsprechend neu zusammengestellt und vergrössert. Christoph Schläppi geht in Pension und seine Nachfolge wird nicht mehr in der Geschäftsleitung vertreten sein. Sie wird jedoch als Sekretär an den Sitzungen teilnehmen. Die zusätzlichen Mitglieder der erneuerten Geschäftsleitung konnten bereits allesamt intern rekrutiert werden (Matthias Bütler, Dominik Liener, Marco Luggen und Stefan Würigler). Die Funktion der Geschäftsfeldleitung und die Bezeichnung «Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung» werden aufgehoben. Die aktuellen Geschäftsfeldleiter und die Mitglieder der erweiterten Geschäftsleitung nehmen weiterhin bedeutende Leitungsfunktionen im Unternehmen wahr. Vereinzelte werden sich neu orientieren.

Patrizia Bickel

Patrizia Bickel betreute als Leiterin Corporate Communications während sieben Jahren den Auftritt der Jungfraubahnen in den Medien. Sie hatte die Funktion der Medienverantwortlichen für die Jungfraubahnen am 1. Januar 2013 übernommen – nur wenige Wochen nach der Vorstellung des V-Bahn-Projekts. Sie begleitete dieses Jahrhundertprojekt durch die mehrjährige politische Debatte, wohnte den langwierigen Verhandlungen mit den Grundeigentümern und den Einspracheverfahren bei. Die immer effiziente Vorbereitung der Medienarbeit, ihre Präzision bei der Erstellung von Informationskonzepten sowie der klare Ausdruck in Medienmitteilungen und mündlichen Statements waren in dieser so wichtigen Kampagne von grösstem Wert. Sie betreute zusätzlich das UNESCO-Dossier zur V-Bahn und den Aufbau des V-Bahn-Corporate Social Responsibility-Fonds. Ihre erfolgreiche Arbeit zugunsten der V-Bahn steht als leuchtendes Beispiel und stellvertretend für sehr viele andere Projekte, Vorfälle und Events, die sie mit grosser Professionalität medial begleitet hat. Verwaltungsrat, CEO und die Kader danken ihr für den grossen Einsatz, das persönliche Engagement und die kompetente direkte, persönliche Unterstützung – oft auch in schwierigen Situationen und unter grossem Zeitdruck. Anfang 2020 trat sie aus der erweiterten Geschäftsleitung zurück. Die Jungfraubahnen schätzen sich glücklich, dass Frau Bickel nach der Geburt ihres Sohnes und Reduktion ihres Pensums die Führung in anderer Funktion weiterhin unterstützt.

Andreas Piattini

Andreas Piattini leitete ab dem 1. Mai 2017 den Bereich Human Resources. Ende Februar 2020 hat er die Jungfraubahnen verlassen, um eine neue Herausforderung anzunehmen. Er hat das HR der Jungfraubahnen in kurzer Zeit stark modernisiert und eine prozess- und qualitätsorientierte Arbeitsweise eingeführt. Mit der HR-Suite, einem Paket von aktualisierten und neuen HR-Tools, setzte er zudem eine konsequente Digitalisierung des Bereichs in Gang. Neben diesen organisatorischen Massnahmen hat Andreas Piattini den direkten Kontakt zu den Mitarbeitenden und Führungskräften stets gesucht und gepflegt. Er war oft an der Front anzutreffen und hatte für die besonderen Anliegen des Personals immer ein offenes Ohr. Die Entwicklung der Personalstrategie des Unternehmens hat er in einem sehr positiven Sinne mitgeprägt. So waren ihm beispielsweise die transparente Lohnpolitik und die konsequente Talentförderung zwei besondere Anliegen. Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung danken ihm für sein Engagement. Er hat in wenigen Jahren viel erreicht. Dies ist das Resultat seiner grossen Verbundenheit mit dem Unternehmen und eines vorbildlichen Engagements.

2

SEGMENTE

2.1	JUNGFRAUJOCH	40
2.2	WINTERSPORT	42
2.3	ERLEBNISBERGE	45
2.4	NEBENBETRIEBE	48

SEGMENTE

JUNGFRAUJOCH - TOP OF EUROPE

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 dem Meer im Gebiet des UNESCO-Welterbes Swiss Alps Jungfrau-Aletsch. Die Gäste besuchen und erleben eine hochalpine Welt inmitten von imposanten Gipfeln, Gletschern und Schnee. Die Zahnradbahnen von Lauterbrunnen und Grindelwald zum hochalpinen Begegnungszentrum Kleine Scheidegg und weiter durch die Massive von Eiger und Mönch (3970 und 4108 Meter hoch) zählen bei Gästen aus aller Welt zu den bedeutendsten Attraktionen 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, wozu auch die Top of Europe Shops gehören, lässt sich am Segmentumsatz von CHF 149,8 Mio. ermassen. Der Umsatz verteilt sich auf die Jungfraubahn AG, die Wengernalpbahn AG sowie die Jungfrau Gastronomie AG (Angaben zu den Tochtergesellschaften finden sich im Finanzbericht).

Mit Jungfrauoch – Top of Europe wird ein umfassendes Naturerlebnis als Komplettangebot aus einer Hand vermarktet. Nur wenige Ergänzungs- und Nebenleistungen werden als Partnerdienstleistungen hinzugezogen (etwa Touren im Bereich Alpinismus, Snow Fun oder auch Mönchsjochehütte). Nach der vollständigen Einbindung der Restauration auf der Kleinen Scheidegg Ende 2017 wurden Ende 2019 auch die Restaurants auf dem Jungfrauoch und am Eigergletscher eingegliedert. Das Jungfrauoch ist während 365 Tagen im Jahr geöffnet. Zur Sicherung der Qualität ist die Besucherzahl limitiert und ein Platzreservationssystem sorgt für hohen Reisekomfort.

MARKTBEURTEILUNG AUFGRUND DES ERGEBNISSES

Das Geschäftsjahr 2019 verlief sehr erfolgreich. Bereits zum vierten Mal in der Geschichte der Jungfraubahn besuchten mehr als eine Million Gäste das Jungfrauoch – Top of Europe. Daraus resultierte bei einem um 2,7 Prozent gesteigerten Durchschnittsertrag ein Verkehrsertrag von CHF 120,9 Mio. Der Ausflugsverkehr auf das Jungfrauoch – Top of Europe profitierte zudem von der Diversifikation der Märkte, wobei das Geschäft mit den Reiseveranstaltern trotz steigender Zahl individueller Gäste nach wie vor besonders wichtig ist.

Die Marktbearbeitung in Asien geniesst unverändert hohe Priorität, da es gilt, das hohe Niveau aus den Vorjahren zu halten. Weiterem Wachstum sind allerdings gewisse Grenzen gesetzt. Daher wird die Auslastung der Zwischensaison («zwölf Monate Hochsaison») gefördert und die V-Bahn realisiert, welche die Reisezeit zum Jungfrauoch markant verkürzt. Damit soll den Gästen ein individuell passendes und flexibles Reiseerlebnis ermöglicht werden. Dies wird sich positiv auf die Verteilung der Frequenzen über den Tag auswirken.

Die Integration der Gastronomiebetriebe entlang unserer Hauptachse zum Jungfrauoch folgt der Strategie einer integrierten Tourismusunternehmung und hat das Ziel, dem Gast ein Ausflugsangebot inklusive gastronomischer Leistungen aus einer Hand anzubieten. Nachdem vor zwei Jahren mit dem Bergrestaurant Kleine Scheidegg ein erster Betrieb an die Jungfrau Gastronomie AG übergegangen ist, erfolgte per 1. November 2019 die Übernahme der Restaurationsbetriebe auf dem Jungfrauoch und dem Eigergletscher. Insgesamt erzielten wir in der Gastronomie einen Umsatz von CHF 5,7 Mio.

Die Jungfraubahn-Gruppe baut ihr Souvenirgeschäft laufend aus. 2019 konnte im Oktober der neue Top of Europe Flagship Store in Interlaken eröffnet werden. Hier erhält der Gast nicht nur wertvolle Infos und Tickets für eine Reise mit den Jungfraubahnen, sondern kann auch aus einem grossen Sortiment an Souvenirs und Schweizer Spezialitäten das ideale Geschenk besorgen. Der Flagship Store in Interlaken ergänzt die Top of Europe Shops auf dem Jungfrauoch, auf der Kleinen Scheidegg und auf First. Weitere Shops werden 2020 im Terminal Grund folgen. 2019 erwirtschafteten die Top of Europe Shops einen Umsatz von CHF 8,8 Mio.



Snow Fun Jungfrauoch

WINTERSPORT

GESCHÄFTSMODELL UND UMFELD

Die Jungfrau Ski Region ist ein Kooperationsprodukt, an dem die Jungfraubahn-Gruppe mit über 60 Prozent beteiligt ist. Zwölf Unternehmen bilden den Abonnementsverbund Jungfrau Ski Region, der die Teilgebiete Grindelwald-First, Kleine Scheidegg-Männlichen und Mürren-Schilthorn umfasst. Die Schneesportler können mit ihrem Abonnement Anlagen in der gesamten Destination nutzen. Dieses Skigebiet mit über einer Million Skisportbesuchern (gesamte Wintersaison 2018/2019) gehört zu den grössten der Schweiz.

Gut die Hälfte des Wintersportertrags erzielt die Jungfrau Ski Region mit Gästen, die dort 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 nimmt die Region mit ihren Winterwander- und Schlittelangeboten ein.

Die Tagesgäste, die die andere Hälfte der Wintersportkunden bilden, konzentrieren sich stärker auf sportliche Aktivitäten. Das äussert sich in den Anforderungen an die Qualität der Pisten sowie die Kapazitäten der Zubringeranlagen und Verkehrswege (zum Beispiel bei der Parkierung). Unverändert liegt ein starker Fokus auf der Bindung der Kinder. Die Aktion «Kinder fahren samstags gratis» wurde im Winter 2018/2019 insgesamt 12 288 Mal genutzt. Die Jungfrau Ski Region hat sich ausserdem an der Aktion «Kids4free» von Schweiz Tourismus beteiligt, welche zum Ziel hat, Familien und Kinder fürs Skifahren zu begeistern.

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

MARKTBEURTEILUNG AUFGRUND DES ERGEBNISSES

Die Zahl der Skibesucherinnen und -besucher in der Wintersaison 2018/2019 stieg in der gesamten Jungfrau Ski Region im Vergleich zum Vorjahr um 8,4 Prozent, also auf 1 069 500. Damit wurde die Marke von einer Million erstmals seit dem Jahr 2013 wieder übertroffen. Für die Bilanz der Jungfrau-bahn-Gruppe ergab dies einen Verkehrsertrag von CHF 23,5 Mio. aus dem Wintersportgeschäft.

Im hart umkämpften und gesättigten Wintersportmarkt haben Destinationen mit Schneesicherheit, qualitativ guten, abwechslungsreichen Pisten und hohen Standards bei ihren Angeboten durchaus gute Karten. Mit neuen Angeboten und Preismodellen lässt sich dem Trend hin zu Kurzfristigkeit und Spontaneität begegnen. Zugleich kommt aber auch den Angeboten, welche die Kunden frühzeitig beziehungsweise länger binden, wachsende Bedeutung zu. Hier kommt zum Tragen, dass sich die Jungfrau Ski Region mit den grossen Skigebieten des Berner Oberlandes zusammengeschlossen und ein im Vorverkauf sehr preiswertes Saisonabonnement (666 Franken) auf den Markt gebracht hat. Mit dem Angebot eines solchen Tickets für die gesamte Saison wird die Nachfrage von den Faktoren entkoppelt, die den kurzfristigen Kauf beeinflussen. Als Entgegenkommen an den Kunden dahingehend, dass er dabei das Risiko für witterungsbedingte Nutzungseinschränkungen trägt, wird der Rabatt von einem Drittel des Normalpreises gewährt. In der dritten Saison erstanden 42 198 Personen ein Abonnement zum Vorverkaufspreis von 666 Franken – erneut eine Steigerung gegenüber der Vorsaison (damals 38 000 Verkäufe). Die beteiligten Partner sind übereingekommen, auch in der Wintersportsaison 2020/2021 eine «Dauerkarte» anzubieten, werden allerdings den Preis für Erwachsene auf 777 Franken erhöhen; die Preise für Kinder und Jugendliche bleiben unverändert. Diese Verteuerung erklärt sich aus den Investitionen aller beteiligten Skigebiete in neue Anlagen und in Qualitätssteigerungen.

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 von Transportdienstleistungen und Pisten legt die Jungfrau-bahn-Gruppe ein besonderes Augenmerk auf die Komplettierung der Wertschöpfungskette. In diesem Zusammenhang bauen wir – als integriertes Tourismusunternehmen – mit dem neuen Terminal der V-Bahn unser Tätigkeitsspektrum in der Wertschöpfungskette aus, und zwar, indem wir die Dienstleistungen im Bereich Skidepot, Vermietung, Skischule und Gastronomie für die Wintersportlerinnen und Wintersportler verbessern.

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

START INS JAHR 2020

Das Wintersportgeschäft gestaltet sich weiterhin herausfordernd. Trotz turbulenter Witterungsverhältnisse haben sich die Besucherzahlen der Jungfrau Ski Region vom 1. Januar bis zum 29. Februar 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4,9 Prozent gesteigert. Die Jungfraubahnen setzen auf eine kontinuierliche Qualitätssteigerung. Beispielsweise werden mit dem Projekt V-Bahn die Reisezeiten mit einem direkten Anschluss an den öffentlichen Verkehr massiv verkürzt. Am 13. Dezember 2019 konnten die neue 10er-Gondelbahn Grindelwald-Männlichen und die neue Station der Berner Oberland-Bahn, Grindelwald Terminal, Eröffnung feiern. Für unsere Wintersportgäste bedeutet dies eine verkürzte Fahrzeit und mehr Komfort.



Snowpark Grindelwald-First

ERLEBNISBERGE

GESCHÄFTSMODELL UND UMFELD

Die Erlebnisberge sind ein strategisches Ergänzungsangebot. Sie gewinnen laufend an Bedeutung. Im Geschäftsjahr 2019 erzielten sie 15 Prozent des Konzernumsatzes. Die Bergbahnen und die von ihnen teilweise eigens kreierten und unterhaltenen Erlebniswelten sind eine solide Basis für die lokale Tourismusbranche und die mit ihr vernetzte Landwirtschaft. Sie schaffen somit 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 Attraktionen:

- 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 Prozent), Luftseilbahn Wengen-Männlichen und Grindelwald Bus. Als verbindendes Element steht das Mehrtagesabonnement «Jungfrau Travel Pass» zur Verfügung. Dieser eröffnet den Gästen die grosse Palette an Ausflugszielen bei einer Gültigkeit von bis zu sechs aufeinanderfolgenden Tagen.

MARKTBEURTEILUNG AUFGRUND DES ERGEBNISSES

Bei sämtlichen Erlebnisbergen, die den Ausflugsverkehr auf den Harder Kulm, nach First und Winteregg-Mürren umfassen, registrierte die Jungfraubahn-Gruppe erneut Rekordergebnisse. Der Verkehrsertrag stieg mit einer Zunahme von insgesamt 21,1 Prozent erneut deutlich. Die Harderbahn erzielte einen Anstieg beim Verkehrsertrag von weiteren 18,8 Prozent, während die Firstbahn gar ein Plus von 27,2 Prozent verzeichnete. Und die Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren erreichte einen Zuwachs von 8,6 Prozent. Insgesamt wurde bei den Erlebnisbergen mit CHF 25,0 Mio. ein um CHF 4,3 Mio. höherer Verkehrsertrag als im Vorjahr erwirtschaftet.

Dank der guten Sichtbarkeit aus dem Zentrum und der kurzen Reisezeit hat sich der Harder als absolutes Muss für jeden Besucher von Interlaken etabliert und erschliesst damit auch Märkte ausserhalb der Region. Dass sich die Erlebnisberge weiterhin positiv entwickeln, ist darauf zurückzuführen, dass sie den Trend zu sportlicher und spassbetonter Tätigkeit in freier Natur aktiv aufgreifen. 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. Die Winteregg stärkt laufend ihre Attraktionen für die Familie und verfügt mit einer Freeride-Strecke über eine einzigartige Attraktion für ambitionierte Biker.

AUSSICHTEN

Die Erlebnisberge bauen ihre erfolgreichen Angebote im Outdoor- und Soft-Adventure-Bereich weiter aus. Auf der First beispielsweise wird an zonenplanerischen Grundlagen gearbeitet, die darauf ausgerichtet sind, das Angebot um eine Aussichtsplattform zu erweitern.

Für die Nachfrage in diesem Segment spielt immer auch das Wetter eine bedeutende Rolle. Bezüglich 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 Konstellation 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. Mit einer Jahresproduktion von rund 61,5 Gigawattstunden (GWh) fällt die Bilanz für 2019 positiv aus. Der Energieumsatz, der die Produktion von 61,5 GWh aufgrund des Handels übersteigt, beläuft sich auf insgesamt 75,1 GWh, was eine leichte Abnahme (ein Minus von 2,9 Prozent) gegenüber 2018 bedeutet.

PARKHAUS

Das Parkhaus Lauterbrunnen ist dank seiner Lage am Bahnknotenpunkt der zentrale Ort für Transfers zwischen dem Individualverkehr und den autofreien Kurorten Mürren und Wengen; es ist dementsprechend gut positioniert. Im Berichtsjahr war das Parkhaus durchschnittlich zu 67,5 Prozent ausgelastet, was einer Abnahme von 0,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Mietertrag erreichte 2019 CHF 2,4 Mio.

VERANTWORTLICHE HERAUSGEBERIN

Jungfraubahn Holding AG
Harderstrasse 14
CH-3800 Interlaken
Schweiz

KONTAKTSTELLEN

Medien

Kathrin Naegeli
kathrin.naegeli@jungfrau.ch

Investor Relations

Christoph Seiler
christoph.seiler@jungfrau.ch

Touristische Informationen

Rail Info
info@jungfrau.ch

© 2020 Jungfraubahn Holding AG



Mehr auf
WWW.JUNGFRAU.CH/GESCHAEFTSBERICHT