



Es gilt das gesprochene Wort.

Jungfraubahn Holding AG

Generalversammlung 2014

Der präsentierte Eiger-Express ist nur ein Bestandteil eines integrierten Gesamtprojekts, welches die Hauptziele Qualität und Zukunft verfolgt.

Mit diesem Gesamtprojekt wollen wir das Beste für unsere Gäste, Grindelwald und die gesamte Jungfrau Region. Das Projekt umfasst die folgenden acht Punkte:

- 1. Haltestelle Rothenegg/BOB** – mit gedecktem Zugang zum Terminal Grund mit den Stationen Eiger-Express und GGM. Durch die Anbindung der V-Bahn an den öV werden die Anreisezeiten ab den grossen Schweizer Städten und den Einzugsgebieten markant verkürzt. Die Reisezeit ab Bern – Jungfrauoch ist heute 3 Stunden und 18 Minuten. Dank dem Anschluss Rothenegg nur noch 2 Stunden und 31 Minuten. Für den Wintersport nach Eigergletscher nur noch 1h 49 Minuten statt 2 Stunden und 36 Minuten. Laut einer vom Kanton Bern in Auftrag gegebenen Studie von Ecoplan zu den volkswirtschaftlichen Auswirkungen der V-Bahn wird die Attraktivität der Schiene durch die verbesserte Anbindung an den öV mit der Station Rothenegg überproportional erhöht. Dadurch wird auch der Bahnbetrieb der BOB längerfristig sichergestellt.
- 2. Terminal Grund:** Mit gemeinsamer Verkaufsstelle, Sportgeschäften, Skidepot für 2'200 Ski, Shopping und Verpflegung steigern wir die Convenience und setzen neue Massstäbe im Schweizer Tourismus.



3. **Parkhaus Grund** – eine politische Forderung des Gemeinderats Grindelwald – deckt mit 1'092 Plätzen die Nachfrage an über 300 Tagen mit einem sehr hohen Qualitätsstandard ab. Dank der fortgeführten Planung konnten bereits bei der Mitwirkung Anregungen der Anstösser aufgenommen und Verbesserungen berücksichtigt werden.
4. **Ersatz Männlichenbahn:** Laut der Studie von Ecoplan reicht eine reine Ersatzinvestition bei der GGM nicht, um den Abwärtstrend im Skitourismus zu brechen. Das Skigebiet bliebe im Grundsatz unverändert. Es gäbe keinen Terminal inklusive Parkhaus und keine direkte Anbindung an den öV durch die Station Rothenegg. Die Eigenständigkeit und Überlebensfähigkeit der GGM wäre in Frage gestellt. Nur wenn es uns gemeinsam gelingt, uns mit der gesamten Region als Premium-Destination zu positionieren, werden wir langfristig eine Chance im rückläufigen Wintersportmarkt haben. Eine anhaltende Trendwende im Wintersportgeschäft kann jedoch nur mit einer markanten Verbesserung der Zubringersituation erreicht werden.
Die Folie zeigt die Entwicklung der Gästeeintritte seit dem Winter 2007/08 mit einer moderaten Einbusse von rund vier Prozent bei den Saisonabonnements und von sechs Prozent bei den Tagestouristen. Dagegen haben wir bei den Feriengästen, Sportpässe von 2 – 30 Tagen, einen Rückgang von 26 Prozent. Einfach ausgedrückt: Dies entspricht 27'000 fehlenden Wochengästen, was ein deutlicher Wertschöpfungsverlust für die gesamte Jungfrau Region bedeutet. Die Entwicklung der Logiernächte in Grindelwald und Wengen fällt mit einem Minus von



je 10 Prozent aus und hinterlässt bei der Wertschöpfungskette ebenfalls deutliche Spuren.

5. **Eiger-Express:** Bringt eine Entflechtung im Grund und auf der Kleinen Scheidegg und bringt Letzterer eine markante Qualitätssteigerung als Ausflugsziel. Steigert die Attraktivität des Wintersports, insbesondere für Feriengäste, da die langen Wartezeiten wegfallen und sichert die langfristige Konkurrenzfähigkeit des Jungfraujochs. Dies ermöglicht künftige Investitionen in den Wintersport und die Firstbahn.
6. **WAB:** Hier sehen Sie bereits den ersten Nachbau von einem Panoramazug bei Stadler Rail. Wengen wird dank neuem Rollmaterial besser erschlossen und für die Feriengäste attraktiver. Insbesondere der Wengen Shuttle wird die Attraktivität steigern. Welche Bedeutung der WAB beigemessen wird, zeigt ein umfassender Vertrag, dessen Eckwerte am 11. März 2014 von den Bergteilern der Bergschaft Wärgistal als Verhandlungsbasis genehmigt wurden.. Dieser beinhaltet einen 365-Tage-Betrieb, welcher in den Grundzügen den heutigen ½-Stunden-Taktfahrplan und Stundentakt in der Zwischensaison abbildet. Darin wird der Anschluss für den Betrieb der WAB ab/bis Grindelwald-Dorf, mit Anschluss an die BOB, festgehalten. Zur rechtlichen Absicherung gilt das Überfahrtsrecht für die 3S-Bahn nur, wenn die WAB einen fahrplanmässigen Verkehr zwischen Grindelwald Bahnhof und Kleine Scheidegg aufrechterhält. Gibt es eine grössere Sicherheit für die nächsten fünfzig Jahre?
7. **Jungfraubahn:** Anschaffung von 4 neuen Zügen, welche im Halbstundentakt ab der neuen Station Eigergletscher verkehren. Die Stundenkapazität der Jungfraubahn erhöht sich von 888



Personen auf 1'160 und soll dazu beitragen, die heutigen Stehplätze zu eliminieren. Dank dem Gesamtkonzept verfügen sowohl die WAB als auch die Jungfraubahn über eine moderne Rollmaterial-Flotte.

8. **Firstbahn:** profitiert von einem First-Terminal in Grindelwald Grund mit einer direkten Anbindung der Firstbahn im Viertelstundentakt und bei grosser Nachfrage von einem direkten Firstbahn-Shuttle. Damit wird auch der Skigebietswechsel Kleine Scheidegg-Männlichen zur First an einem Skitag attraktiv. Dies alles hilft, das langfristige Bestehen der Firstbahn im Wintersport zu sichern.

Der Nachteil bei einem solchen Grossprojekt kann sein, dass es ein Teilprojekt gibt, welches den einen oder anderen weniger anspricht. Das gesamte Konzept V-Bahn bietet als Ganzes betrachtet aber so viele Vorteile und Qualität für die Zukunft, dass die positiven Aspekte deutlich überwiegen.

Wir wollen das Beste für unsere Gäste, für Grindelwald und die gesamte Jungfrau Region.

Bei der Projektplanung legen wir grossen Wert auf einen intensiven Dialog mit den Grundeigentümern, Gemeinden, Behörden und Umweltverbänden.

Nun leite ich sehr gerne zum Geschäftsjahr 2013 über – das Jahr nach dem Jubiläum „100 Jahre Jungfraubahn“ übertraf unsere Erwartungen mit neuem Rekordumsatz, höchstem Gewinn und neuen Bestwerten bei allen sechs strategischen Kennzahlen.

Mitarbeiter



Die guten Ergebnisse im Jahr 2013 basieren auf Höchstleistungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dies nicht nur bei der Jungfraubahn, sondern auch auf den Skipisten, bis hin zur kleinen Harderbahn, bei der die sechs Angestellten in der Sommersaison 2013 unglaubliche 232'000 Gäste transportierten. Für die grosse Einsatzbereitschaft gebührt dem gesamten Personal der Jungfraubahnen ein besonderes Dankeschön!

Als Wertschätzung und Anerkennung erhält jeder Mitarbeiter der Jungfraubahn Holding AG eine Prämie von 1'000 Franken.

Zum fünften Mal in Folge gelang es unserer Unternehmensgruppe, die wichtigste Ertragskomponente – den Verkehrsertrag – auf 121,5 Mio. Franken zu steigern. Die Steigerung beträgt 5,6% gegenüber dem Jubiläumsjahr 2012 und 19% über die letzten fünf Jahre.

Erfreulicherweise lieferten alle Geschäftsfelder einen Beitrag zu dieser Steigerung, wobei die Zunahme im bedeutendsten Geschäftsfeld „Jungfrauoch-Top of Europe“ mit CHF 5,4 Mio. besonders ins Gewicht fällt.

Mit Tarifierungsanpassungen und vor allem dank einer Reduktion preismindernder Aktionen im Vergleich mit den Vorjahren gelang es uns, in unserem mit Abstand bedeutendsten Geschäftsfeld den Durchschnittsertrag pro Jungfrauoch-Besucher um 7% von 104 auf 111 Franken zu steigern. Mit einem Halbp reis-Abonnement erzielten wir einen Durchschnittsertrag von 98 Franken und mit einem General-Abonnement einen von 85 Franken. Es zahlt sich zudem aus, dass wir als einziges Ausflugsziel auf dem Swiss Pass lediglich eine Ermässigung



von 25% bieten. Der übliche Standard bei Ausflugszielen ist 50% Ermässigung oder eine komplette Inkludierung.

Der Anteil der Jungfraubahn-Gruppe an den Wintersporteinnahmen der Gesamtregion beträgt gut 60%. Damit generiert das Geschäftsfeld Wintersport ein Volumen von 24,3 Mio. Franken (Vorjahr 23,4 Mio. Franken). Der Verkehrsertrag aus dem Wintersportgeschäft macht nur noch 19% am Total der Verkehrserträge aus. Dies ist der tiefste je erzielte Anteil. Oder ganz einfach ausgedrückt: Wir nehmen weniger als jeden fünften Franken im Wintersport ein. Mehr dazu unter Ausblick.

Der gesteigerte Verkehrsertrag ist denn auch die Basis für die Umsatzsteigerung. Erstmals haben wir die Grenze von CHF 160 Mio. übertroffen. Drei Viertel unseres Umsatzes erzielen wir mit dem Verkauf von Fahrausweisen.

Im Kraftwerk Lütschental wurden im Berichtsjahr 62 Gigawattstunden Strom im Wert von CHF 10,5 Mio. produziert. Die Mitte 2011 in Betrieb genommene neue Produktionsanlage übertrifft unsere Erwartungen um rund 10%. Alles in allem hat der Betriebsertrag um 3,9% zugenommen.

Zum neuen Rekordergebnis hat aber nicht nur die Umsatzsteigerung beigetragen, sondern auch die Tatsache, dass diese mit praktisch unveränderten Betriebskosten erzielt werden konnte.

Dadurch erreichten wir einen 10% höheren EBITDA von CHF 66,5 Mio. und einen EBIT von CHF 38,4 Mio.

Schliesslich resultiert ein Ergebnis von CHF 30,2 Mio. Dieses liegt 16% über dem Vorjahr.



In den letzten zehn Jahren konnte das Ergebnis der Jungfraubahn-Gruppe verdoppelt werden. Die konstante, „treppenähnliche“ Entwicklung zeigt unser solides Geschäftsmodell, welches sich auch in turbulenteren Zeiten – als Beispiele seien SARS, Finanz- und Währungskrise oder Fukushima erwähnt – als resistent erwiesen hat.

2013 konnten alle unsere Finanzziele übertroffen werden – zum Teil sogar sehr deutlich. Die EBIT-Marge betrug sehr hohe 23,4%. Nie zuvor hatten wir diesen Wert nur annähernd erreicht.

Das gleiche Bild sehen wir beim Return on Sales. Nach einigen Jahren der Stagnation ist mit 18,4% Umsatzrendite eine sehr eindrückliche Margenverbesserung auf hohem Niveau erzielt worden.

Obschon wir im Berichtsjahr fast CHF 30 Mio. investiert haben, mussten wir bloss 45% des Cashflows dafür aufwenden. Das ist für Bergbahnen sehr bemerkenswert. Viele Mitbewerber – welche v.a. winterlastig sind – investieren im langfristigen Durchschnitt mehr als den ganzen Cashflow und sind daher von Zeit zu Zeit auf neues Kapital angewiesen.

Nach der Realisierung von WAB 2005 – der Modernisierung der Wengernalpbahn auf der Grindelwaldseite, welche damals rund CHF 70 Mio. gekostet hatte – hatten wir uns das Ziel gesetzt, in den nächsten zehn Jahren – also von 2004-2013 – insgesamt CHF 130 Mio. Free Cashflow zu erwirtschaften. Damit wollten wir den Unternehmenswert steigern und Spielraum für die nachhaltige Weiterentwicklung unserer Unternehmung schaffen.



Bereits in den letzten Jahren hat sich abgezeichnet, dass wir dieses langfristige Ziel erreichen dürften. Dank dem herausragenden Ergebnis 2013 gelang es sogar, die Grenze von CHF 200 Mio. zu knacken und damit die langfristige Zielsetzung um 60% zu übertreffen.

Dank der klaren Investitionspolitik und der erfreulichen Geschäftsentwicklung hat die Jungfraubahn-Gruppe die Basis geschaffen, um das Grossprojekt V-Bahn finanzieren zu können. Per Ende 2013 betrug der Cash-Bestand fast CHF 60 Mio.

Die Erreichung der langfristigen Free Cashflow-Zielsetzung per Ende 2013 wird 2014 mit der Ausschüttung der Nachhaltigkeitsprämie honoriert. In den letzten zehn Jahren wurden dafür jeweils 1.75% des Free Cashflows für diese Prämie reserviert. So kommen rund CHF 3,7 Mio. zur Auszahlung. Die Nachhaltigkeitsprämie wird zwischen Verwaltungsrat, erweiterter Geschäftsleitung und Mitarbeitenden aufgeteilt, wobei letztere 75% des Betrages erhalten. In den Genuss einer Zahlung kommen Mitarbeitende, welche mindestens seit fünf Jahren in unseren Diensten stehen.

Ausblick

Nach dem neuen Rundgang „Alpine Sensation“ im April 2012 wurden weitere wichtige qualitative Ausbauten für das Jahr 2014 fertig gestellt. Für die Sanierung und Modernisierung der Gletscherrestaurants investierten wir 11 Mio. Franken in die Infrastrukturen auf dem Jungfraujoch. Mit der neuen Fensterfront vermitteln wir unseren Gästen ein ganz besonderes „Feeling“. Sie sollen den Eindruck erhalten, mitten auf dem Aletschgletscher ein Mittagessen zu geniessen. Zur insgesamt deutlichen Qualitätssteigerung tragen weiter die 44 zusätzlichen Sitzplätze bei. Das Restaurant Bollywood wurde bereits am 18. April



eröffnet und das Gruppenrestaurant Eiger stand ab 1. Mai 2014 unseren Gruppengästen zur Verfügung.

Im Verborgenen bleiben dabei die technischen Verbesserungen, wie die neuen Anker, die das Gebäude am Fels hoch über dem Aletschgletscher festhalten oder die energieoptimierte Haustechnik. Eine höhere Servicequalität schaffen ebenso die neuen Satellitenküchen.

Die Eröffnung, nur rund acht Monate nach der Schliessung, erforderte von allen Beteiligten Höchstleistungen.

Lindt & Sprüngli

Jungfrauoch-Top of Europe wird von einer neuen Kooperation mit Lindt & Sprüngli profitieren. Der weltberühmte Schokoladenproduzent eröffnet auf dem Jungfrauoch die höchstgelegene Schokoladenshow der Welt mit Verkaufsgeschäft. Diese Show wird attraktive Elemente enthalten, welche es weltweit nur auf dem Jungfrauoch gibt. Damit sorgen wir für einen weiteren Attraktionspunkt für unsere Kunden rund um den Globus. Seit Mitte Mai verteilen unsere Zugbegleiter den Gästen auf der Rückfahrt vom Jungfrauoch eine kleine Schokolade als „Dankeschön“. Zusammen mit dem im Jahr 2012 eingeführten Jungfrau Passport, welcher auf der Reise zum Jungfrauoch abgegeben wird und die Weiterempfehlung fördert, werden wir die Dienstleistungsqualität beim Jungfrauoch-Besucher damit weiter stärken.

Die strategische Partnerschaft mit Lindt & Sprüngli wird ab der Eröffnung im Juli 2014 von weiteren Promotionen begleitet.

Start in das Geschäftsjahr 2014

Der Wintersport stagnierte im Geschäftsjahr 2014 weiterhin und konnte trotz ausgezeichneter Schneeverhältnisse erneut nicht wieder in eine



Wachstumsphase überleiten. Dies alleine auf die Wetterkapriolen mit Föhntagen anfangs Februar abzuschieben, wäre zu einfach. Wir verzeichneten sowohl bei Tagesgästen als auch bei Wochengästen Einbussen. Ab Jahresbeginn bis zum 30. April liegen wir beim Umsatz 1,3 Mio. Franken unter dem Vorjahr, bzw. – 4,6 Prozent.

Die gesamte Wintersaison 2013/14 fällt vom 1. November 2013 bis 30. April 2014 mit einem leichten Minus von 0,6 Prozent besser aus, ist aber ausschliesslich auf den guten Start im Dezember 2013 zurückzuführen.

Beim Jungfraujoch verzeichnen wir per 30. April 2014 eine Frequenzzunahme von knapp 19'000 Personen, bzw. 14%.

Die Gruppenreservierungen beim Jungfraujoch verzeichnen auch nach den Rekordvorjahren weiterhin eine leicht steigende Tendenz. Für die Entwicklung der asiatischen Märkte sind wir dank unserer starken Marktpositionierung mit der Marke Jungfraujoch-Top of Europe weiterhin zuversichtlich.

Für das langfristige Wachstum bauen wir konsequent weitere neue Märkte auf. Die Entwicklung neuer Märkte wird bei der aktuellen Marktsituation in Bezug auf die traditionellen Märkte unserer Feriengäste noch zentraler, um eine langfristig erfolgreiche Zukunft der Jungfraubahnen und der Jungfrau Region sicherzustellen.

Die einzigen Wolken am Himmel sind die Wechselkurse wichtiger Quellmärkte, welche sich in den letzten neun Monaten zu Ungunsten der Jungfraubahnen verändert haben. Die indische Rupie und der japanische Yen haben deutlich an Wert gegenüber dem Schweizerfranken verloren.

Auf den europäischen Märkten erwarten wir keine nachhaltige Belebung der Nachfrage. Gerade in Deutschland und Grossbritannien ist noch kein



Turnaround in Sicht. Dies wirkt sich in unserer Gruppe bei den Geschäftsfeldern Erlebnisberge und Wintersport aus.

Trotzdem sind wir zuversichtlich, dass uns auch im Jahr 2014 ein gutes Geschäftsjahr gelingt.

Danke

Ich danke allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, meinen Kollegen der Geschäftsleitung, der erweiterten Geschäftsleitung und den Leitern Betriebseinheiten sowie dem Verwaltungsrat für die Unterstützung und konstruktive Zusammenarbeit. Euch, liebe Aktionärinnen und Aktionäre danke ich für die Treue zum Unternehmen. Ein stabiler Aktionärskreis, ganz besonders auch auf der Basis von 12'015 Aktionären ist ein guter Boden für eine weiterhin fruchtbare Entwicklung unserer Unternehmung. Bleiben Sie unserem Unternehmen treu, wir brauchen Sie!