

Informationen zum Geschäftsjahr 2006, zur Unternehmensstrategie und zu zukünftigen Projekten

Ausführungen von Prof. Dr. Thomas Bieger, Präsident des Verwaltungsrates

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren

Bestes Jahr der Geschichte der Jungfraubahn Holding bezüglich Umsatz und Gewinn

Ich begrüße Sie herzlich zur Jahres - Bilanzpressekonferenz 2006. Walter Steuri, CEO der JBH AG, Christoph Seiler, CFO und ich als VRP freuen uns, Sie über ein ausserordentlich erfolgreiches 2006 informieren zu dürfen. Ferner steht Ihnen unsere neue Informations- und Medienverantwortliche Frau Kathrin Naegeli für Auskünfte und Dokumentationen zur Verfügung. Die Jungfraubahn Gruppe erzielte das beste Ergebnis in ihrer Geschichte.

Slide: Referenten

Erfolgsfaktoren und Motoren des Wachstums - Internationalisierung und Premium Marke Jungfrauoch - Top of Europe

Zum ausgezeichneten Resultat hat massgeblich unser "Lead Produkt", das Jungfrauoch - Top of Europe, das den Zugang zum Unesco Welterbe Jungfrau - Aletsch - Bietschhorn bietet, beigetragen. 623' 114 Kundinnen und Kunden besuchten im 2006 das Jungfrauoch - es ist nach dem ausserordentlichen Raiffeisenjahr 2000 zum zweiten Mal, dass die Marke von 600'000 Ankünften auf dem Joch übertroffen werden konnte.

Slide: Frequenzen der letzten 10 Jahre

Möglich wurde dies dank unserer hervorragenden Positionierung als alpine Top Attraktion in den internationalen Reisemärkten und insbesondere in den Wachstumsmärkten Asiens. Wir konnten deshalb von der ausgezeichneten globalen Reisekonjunktur (gute Konjunkturlage, keine besonderen Ereignisse) profitieren. Gleichzeitig zeigten unsere primär von Schweizern und europäischen Gästen frequentierten Geschäftsbereiche Ski und die Wander- und Ausflugsziele eine etwas flachere Entwicklung. Dies entspricht auch der gesamtschweizerischen Entwicklung mit einem starken Wachstum bei den internationalen Gästen und einer eher verhaltenen Entwicklung bei den Schweizerinnen und Schweizer (vgl. auch Logiernächteentwicklung der Schweiz 2006 mit plus 7,2 % Ausländer und plus 4,0 % Schweizer). Die Jungfraubahn-Gruppe als grösstes Bergbahnunternehmen der Schweiz verdankt damit ihr nachhaltiges Wachstum ihrer internationalen Ausrichtung, der Topmarke und Attraktion Jungfrauoch - Top of Europe. Die Diversifikation auf verschiedene Tourismusprodukte (Wintersport, Wandern, Ausflugsverkehr) und die starke Position in den nationalen Märkten sind gleichzeitig eine Absicherung für eventuelle Einbrüche auf den internationalen Reisemärkten.

Slide: Gästestruktur Gäste Jungfrauoch

Im Folgenden wird Sie Walter Steuri über das Jahresresultat im Detail und die wichtigsten Projekte des letzten Jahres (insbesondere auch Mürrenbahn) orientieren.

Slide: Dividende

Bevor ich ihm das Wort überreiche, darf ich darauf hinweisen, dass das gute Ergebnis es dem Verwaltungsrat ermöglichte, der Generalversammlung eine von CHF 1.20 auf CHF 1.30 erhöhte Dividende zu beantragen, nachdem diese bereits im Vorjahr um 20 % angehoben wurde. Nach Walter Steuri werde ich Ihnen einen Ausblick auf die Strategie und die Vorhaben im Bereich Wintersport geben. Zu Dritt stehen wir Ihnen nachfolgend für Auskünfte zur Verfügung.

Erfahrungen nach einem Jahr VR Präsidium - mit einem bewährten Team in VR und GL Weiterentwicklung der Strategie

Seit knapp einem Jahr darf ich nun die JBH präsidieren. Ich habe von meinem Vorgänger Riccardo Gullotti ein gut strukturiertes erfolgreiches Unternehmen mit einem kompetenten, unternehmerischen, schlanken und effizienten Verwaltungsrat sowie einer engagierten Geschäftsleitung übernehmen dürfen. Im vergangenen Jahr haben der Verwaltungsrat und die GL neben den ordentlichen Geschäften insbesondere auch die Strategie überprüft und evolutiv weiterentwickelt. Die JBH verfolgt das Ziel, den Wert der Gruppe als Value Stock für die Anleger kontinuierlich zu steigern. Hierzu wurden klare Finanzziele festgelegt (Seite 12 des Geschäftsberichtes).

Es wurden Strategische Geschäftsfelder definiert, die in Zukunft auch für die strategische Weichenstellung und die zielorientierte Führung dienen sollen:

Slide: Die sechs Strategischen Geschäftsfelder

- **Jungfraujoch - Top of Europe**, internationales Top Ziel und Top Brand im alpinen Tourismus

Slide: Gästeeintritte Wintersport-Regionen

- **Wintersport**: Jungfrau Winter ist das viertgrösste Skigebiet der Schweiz mit rund 1,2 Mio. Gästeeintritten nach Davos-Klosters, Zermatt und St. Moritz - Engadin. Daran hat die Jungfraubahn-Gruppe einen Umsatzanteil von 60 %. Während die Gesamtzahl der Gästeeintritte der Gesamtregion nahezu stabil blieb (-0,1%), reduzierten sich die Einnahmen der Jungfraubahn Gruppe um 4,9% auf Fr. 22,4 Mio. aufgrund von Verlagerungen innerhalb des Gebietes. Im Wintersport unterscheiden wir in

Slide: Die sechs Strategischen Geschäftsfelder

- **Winterferien**, was sich auch im Winter 06/07 relativ stabil entwickelte und
- **Schneesport Tagestourismus**, welches stark witterungsabhängig ist und beispielsweise im vergangenen Winter 06/07 massgeblich für die Rückgänge verantwortlich war
- **Erlebnisberge**: Dazu gehören die Ziele Harder, Winteregg, First und Kleine Scheidegg. Schlüsselprodukt ist hier der Jungfraubahnen Pass. Diese Ziele erreichten im Wander- und Aussichtstourismus im Sommer Zuwächse von

7,5% (First), bis zu 14% (Harderbahn). Rückläufig waren aufgrund der Umbauarbeiten an der Mürrenbahn natürlich die Frequenzen auf Winteregg.

- **Öffentlicher Verkehr.** Unsere Gruppe bedient exklusiv den grössten, nicht über eine Strasse erreichbaren Ort der Schweiz, Wengen, und Mürren. Insgesamt betragen die Abgeltungen der öffentlichen Hand in diesem Bereich CHF 7,6 Mio..
- **Kraftwerk:** Hier werden mit der Zusammenarbeit im Rahmen von Youtility Synergien im Marketing und im Wissenstransfer erzielt.

In jüngster Vergangenheit stand insbesondere die Energieproduktion im Vordergrund der strategischen Arbeit und es wurden dort beträchtliche Beträge investiert (neues Wehr). Diese Investitionen zahlten sich im vergangenen Jahr aus, indem trotz einer hydrologisch schlechten Situation die Energieproduktion erhöht werden konnte.

Zusätzlich werden innerhalb der Geschäftsfelder **Nebenleistungen wie Shops und Gastronomie/Beherbergung** geboten. Die Jungfraubahn Gruppe bewirtschaftet in ihren Beherbergungsunternehmen auf First, in Grindelwald, auf der Kleinen Scheidegg und auf Eigergletscher beispielsweise 460 Betten.

Slide: Jungfrau-Region im Winter

Wintersport - ein immer kompetitiverer Markt mit durch die öffentliche Hand unterstützter Konkurrenz

Besonders hat sich der VR im vergangenen Jahr mit dem Strategischen Geschäftsfeld Wintertourismus befasst. Dieses Geschäftsfeld erfordert aufgrund der internationalen und regionalen Wettbewerbssituation hohe Investitionen, die jedoch oft nicht Umsatzzuwächse in einem vergleichbaren Umfang bringen. Wird ein Skilift, der einmal für rund eine Million Franken erbaut wurde, durch einen Sessellift mit einer Beschneiungsanlage im Wert von Total rund 10 Mio. Franken ersetzt, so erhöhen sich die Umsätze oft nur unwesentlich. Entsprechend sind auch viele Bergbahnunternehmen, die primär auf Wintersporttourismus ausgerichtet sind, defizitär oder mindestens in dem Sinne nicht betriebswirtschaftlich nachhaltig, indem sie die notwendigen Ersatzinvestitionen nicht finanzieren können. Ein grosser Teil unserer Konkurrenz, auch der Top Skigebiete, wird deshalb von der öffentlichen Hand, insbesondere den betroffenen Gemeinden, unterstützt. In anderen Ländern erfolgen sogar massgebliche Finanzierungsbeiträge der Länder, so werden in Südtirol bis zu 60% der Investitionen a fonds perdu vom Land geleistet. Diese Beiträge der öffentlichen Hand führen zu spürbaren Wettbewerbsverzerrungen, die rein privatwirtschaftlich finanzierte Wintersportgebiete wie in der Jungfrauregion tangieren. Die Tourismuspolitik und die Regionale Wirtschaftspolitik müssen sich heute entscheiden, ob der Wintersportbereich längerfristig zu einer durch öffentliche Gelder getragenen Art Service Public mutieren soll oder ob privatwirtschaftliche Aktivitäten und Unternehmertum noch gefragt sind.

Oft sind es gerade auch die Skigebiete, die namhafte öffentliche Investitionsbeiträge erhalten haben, die vergleichsweise tiefere Preise festsetzen. Dabei haben im internationalen Vergleich die alpinen Wintersportorte und speziell auch die Schweiz bereits heute ein tiefes Preisniveau, beispielsweise für Skitageskarten. Die Gefahr besteht, dass immer mehr auch im Sommer in immer mehr Gebieten Bergbahnen über Kurtaxen oder spezielle Logiernächteabgaben pauschal abgegolten werden und für

die Gäste gratis sind. Solche Entwicklungen führen zu verminderten Anreizen für die Unternehmungen zur Aufrechterhaltung eines attraktiven Sommerangebotes.

Die Jungfraubahn Gruppe steht zum Wintersport Bereich und will ihn weiter entwickeln, obwohl in diesem Bereich nur über Deckungsbeiträge für den ohnehin aufrecht zu erhaltenden Ausflugsverkehr ein Beitrag zum Unternehmensgewinn erzielt werden kann. Der Wintersport hat eine strategische Bedeutung als Abfederung bei einem eventuellen Rückgang des internationalen Tourismus (s.o.). Zudem sind wir überzeugt, dass der Wintersport entscheidend für die Aufrechterhaltung der touristischen Strukturen wie eine starke Hotellerie in der Region ist, touristische Strukturen, auf die die Jungfraubahngruppe auch wieder in ihrem Kerngeschäft, dem internationalen Ausflugs-tourismus, angewiesen ist.

Fr. 20 Mio. in den Wintersport - Komplettierung der Beschneigung im Gebiet Kleine Scheidegg und Bau einer 6er Sesselbahn

Slide: Planskizze Sesselbahn Honegg/Beschneigung

Im kommenden Jahr wird die Jungfraubahn Gruppe Fr. 20 Mio. in den Wintersportbereich investieren. Die Beschneigung im Raum Kleine Scheidegg - Eigergletscher - Lauberhorn - Honegg wird vollständig ausgebaut mit einem neuen, grossen Speichersee. Damit ist unser ohnehin schon hoch gelegenes und schneesicheres Wintersportgebiet derart gerüstet, dass es auch bei der zu prognostizierten Klimaerwärmung optimale Pistenverhältnisse bieten kann. Zusätzlich wird der zweitletzte Skilift in unserem Skigebiet Kleine Scheidegg durch eine hochkomfortable 6 er Sesselbahn mit Hauben ersetzt. Der Sessellift Honegg mit neuen Standorten der Berg- und Talstation bietet neue sonnige Traumabfahrten. Im Skigebiet First wird umgekehrt der alte Tellerlift Egg eingestellt. Er entspricht nicht mehr den modernen Sicherheitsanforderungen. Die Trasseeneigung von heute 85 % hätte auf 60 % reduziert werden müssen, was einen unverhältnismässigen Landschaftseingriff und Kosten von mindestens CHF 500'000 hervorgerufen hätte. Nachdem das Skigebiet First ein sehr gutes Verhältnis von Transportkapazität der Zubringerbahn zur Kapazität im Skigebiet aufweist, hat der Verwaltungsrat auf diese Investition in ein altes Transportsystem verzichtet. In erster Priorität muss zu gegebener Zeit die Kapazität beim Zubringer erhöht werden. Dies wiederum setzt die Lösung der Parkplatzfrage zusammen mit der Gemeinde voraus. Das Skigebiet First hat sich übrigens auch in diesem schneearmen Winter dank Beschneigung und dank Investitionen der jüngsten Vergangenheit in Sessellifte mit besten Pistenverhältnissen und einer offenen Talabfahrt über 11 Wochen präsentiert.

Strategische Zukunft

Slide: Strategische Zukunft

Wie erwähnt basiert das Wachstum unserer Unternehmung auf dem internationalen Tourismus. Entsprechend befassen wir uns mit folgenden wichtigen strategischen Zukunftsprojekten:

- die Stärkung des Brands und des Angebotes Jungfrau-joch nicht zuletzt auch im Rahmen der gestarteten Jubiläumsvorbereitungen 100 Jahre Jungfrau-joch 2012.

- Produktivitäts- und Qualitätssteigerungen auf der Strecke nach Jungfraujoch unter anderem durch die Modernisierung der Wengernalpbahn (WAB) zwischen Wengen und Kleiner Scheidegg. Heute profitieren wir bereits von den Produktivitätssteigerungen durch die Erneuerung der Strecke Grindelwald - Kleine Scheidegg.
- Den Ausbau der Nebeneinnahmen durch eine Shop Projekt. Bereits dieses Jahr werden wir neue Verkaufspunkte testen.
- last but not least mit der Verbesserung unseres Skigebietes Kleine Scheidegg durch den Ersatz des letzten noch verbleibenden Bügelliftes nach Eigergletscher (Salzegglift) und der Schliessung der Lücken im Skikarussell Kleine Scheidegg - Eigergletscher - Lauberhorn.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und wir stehen gerne für Fragen zur Verfügung.