

Jungfraubahn Holding AG

Meine sehr verehrten Aktionärinnen und Aktionäre

Höchster Betriebsertrag, höchster Verkehrsertrag und Jahresgewinn der Geschichte, markante Steigerung aller relevanten Kennzahlen. Dies waren jeweils die Begriffe und Schlagworte, die ich in der Vergangenheit hier benutzt habe.

Nach dem absoluten Rekordjahr 2019 mit einem Rekordgewinn und der Steigerung aller relevanten Kennzahlen liegen zwei anspruchsvolle Geschäftsjahre hinter uns. Mit einem EBITDA von 28,7 Mio. Franken und einer roten Null haben wir uns angesichts der extrem schlechten Ausgangslage im Geschäftsjahr 2021 wacker geschlagen.

Covid-19 hat die Welt verändert und auch diejenige der Jungfraubahnen

Mitte Februar 2020 war ich noch auf einer Verkaufsreise in Asien. Mit der gedrückten Marktstimmung und den bereits leeren Flughäfen war mir sofort klar, dass wir das grösste Sparprogramm der Geschichte sofort einleiten und sämtliche nicht sicherheitsrelevanten Investitionen stoppen müssen. Die lange Dauer der Pandemie hat aber auch mich überrascht und ich war anfangs zu optimistisch bezüglich der Dauer dieser Krise. Ab Ende Februar 2020 ist der asiatische Markt total eingebrochen und anschliessend auch der europäische Markt. Beim Jungfraujoch fehlten so praktisch auf einen Schlag rund 90 Prozent der bisherigen internationalen Kunden. Von Mitte März 2020 bis zum 5. Juni 2020 standen die touristischen Bahnen still, ganze 83 Tage.

Erstmals in der Geschichte der Jungfraubahnen organisierten wir den Betrieb basierend auf der Wetterprognose, zwei Tage im Voraus. Im Geschäftsjahr 2021 stand im Vordergrund: Die Kurzarbeit im Betrieb umsetzen, wo immer möglich optimieren, mit unseren Kundinnen und Kunden sowie Partnern in Kontakt bleiben und antizipieren, wie es weitergehen kann. Nach meinen Asienreisen im Herbst 2021 war die Omikron-Variante ab Dezember 2021 ein weiterer Rückschlag und hat die Erholung der globalen Märkte um mindestens sechs Monate nach hinten verschoben. Das EBITDA wurde für uns zur zentralen Kennzahl, da wir einen Cashdrain verhindern und die Bankschulden so rasch wie möglich reduzieren wollten. Mit der laufenden Überprüfung der Kostenstrukturen, der damit einhergehenden weiteren Effizienzsteigerung und der höheren Flexibilität sowie dem guten ersten Jahr mit der V-

Bahn kann die Jungfraubahn-Gruppe die Krise für den Aufbau zukünftiger Stärken nutzen. Die Jahre 2020 und 2021 waren nicht dazu da, um an Gewinne zu denken, sondern gesund und gestärkt aus der Krise hervorzugehen. Der Wettbewerbsvorteil V-Bahn wird sich in Zukunft auszahlen.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Über ein Jahrzehnt verzeichneten wir ein enormes Wachstum bei der Jungfraubahn-Gruppe. Der Erfolg wurde zu einer Selbstverständlichkeit. Meine langjährige Aussage, dass der Erfolg von heute die grösste Gefahr für morgen sei, hat uns früher eingeholt als erwartet.

Ein grosser Dank gilt den Mitarbeitenden für ihre grosse Agilität während den letzten zwei Jahren. Sie haben an vorderster Front mit Loyalität und hervorragenden Leistungen sowie einer echt empfundenen Gasfreundschaft dazu beigetragen, dass wir gemeinsam diese Krise gut meistern konnten. Durch die Übernahme der Betriebsführung der Gondelbahn Grindelwald-Männlichen AG sowie durch die Übernahme der Restaurationsbetriebe Jungfraujoch und Eigergletscher im Jahr 2020 haben wir zusätzliche Stellen bei der Jungfraubahn-Gruppe geschaffen. Insgesamt waren es per Ende Jahr 2021 637 FTE-Stellen. Mit unserem Partner Berner Oberland-Bahnen AG verfügen wir insgesamt über 777 FTE per Ende Jahr 2021. Sie alle haben mit der Kurzarbeit sowie unternehmerischem Denken einen aktiven Beitrag zur Bewältigung der Krise geleistet. Zeitweise waren über 600 Mitarbeitende in Kurzarbeit. Uns ging es stets darum, langfristig im Berggebiet Perspektiven zu schaffen und die Arbeitsplätze zu sichern. Das Jungfraubahnen-Team ist motiviert und bereit für den kommenden Aufschwung.

Unsere V-Bahn

Am 5. Dezember 2020 konnten wir das Gesamtprojekt V-Bahn unter stark erschwerten Bedingungen einweihen. Die Phase der Fertigstellung war geprägt von grossen Herausforderungen wegen der Pandemie. So drohte im Frühjahr 2020 zwischenzeitlich eine Baueinstellung, soweit kam es zum Glück nicht. Dann verfügte der Bundesrat die Schliessung aller

Ausflugsbahnen während 83 Tagen. Das V-Bahn-Projekt mit einer Vorlaufzeit von 2908 Tagen und einer Bauzeit von nur 908 Tagen bis zur Eröffnung war eine Meisterleistung. Ermöglicht wurde diese dank dem grossen Einsatz aller Beteiligten.

Das Generationenprojekt V-Bahn mit einer Investition von über 511 Mio. Franken (Berner Oberland Bahnen AG 115 Mio. Franken und Männlichenbahn 42 Mio. Franken) hat sich seit dem ersten Tag vollumfänglich bewährt. Die Jungfraubahn Holding AG investierte 354 Mio. Franken statt der prognostizierten 320 Mio. Franken. Das Projekt umfasst neben den Kernelementen Eiger Express, Bergstation Eigergletscher, Grindelwald Terminal und Parkhaus die bereits früher realisierten Rollmaterialerneuerungen bei der Wengernalp- und der Jungfraubahn. Die Investitionen sind abgeschlossen. Insgesamt beträgt die Kostenüberschreitung gegenüber der ursprünglichen Planung 10 Prozent. Davon sind über 5 Prozent Mehrwerte. Die Kostenüberschreitungen sind in erster Linie auf den Eigergletscher mit 23 Mio. Franken Mehrkosten zurückzuführen. Per 31. Dezember 2021 hatten wir noch verzinsliches Fremdkapital von 45 Mio. Franken. Dies zeigt, dass wir das Projekt V-Bahn gut verdaut haben.

Ich bin überzeugt, dass die V-Bahn ihre Funktion als Wirtschaftsmotor für die gesamte Volkswirtschaft von Grindelwald, der Jungfrau Region und des Kantons Bern nicht nur erfüllt, sondern die Erwartungen übertrifft. Die Rekordzahlen der Destination Grindelwald, die Eröffnung des Hotels Bergwelt und die exponentiell zunehmenden Verkäufe der Immobilien in Grindelwald bestätigen dies. Auch die ersten beiden Wintersaisons mit der V-Bahn und vielen zufriedenen Schweizer Gästen bestätigen, was am Ursprung der V-Bahn stand: Vor über 20 Jahren stellte ich auf meinen Reisen in Asien und den USA fest, dass sich Gäste vor allem kürzere Reisezeiten wünschen. Genau das bieten wir nun mit der V-Bahn – sie gehört schon jetzt zu unserer Region wie Eiger, Mönch und Jungfrau.

Die Jungfraubahn-Gruppe konnte 2021 den Betriebsertrag um CHF 5,1 Mio. auf knapp CHF 131 Mio. steigern.

Nach wie vor ist der Verkehrsertrag die wichtigste Ertragskomponente. Er macht 60% Gesamtumsatzes aus und betrug 2021 CHF 78,7 Mio. Das sind 4,0% mehr als im ersten COVID-Jahr 2020.

Die von Bund und Kanton ausgerichteten Abgeltungen für unsere Leistungen im öffentlichen Verkehr für den Personen- und Güterverkehr sowie die Infrastruktur auf den Linien Lauterbrunnen-Mürren (BLM) und Lauterbrunnen-Wengen (WAB) betragen CHF 8,9 Mio. Diese Abgeltungen werden jeweils im Voraus vereinbart, basierend auf Erfahrungswerten und Planrechnungen. Die Abgeltungen 2021 beruhten auf Berechnungen aus der Vorkrisenzeit. Entsprechend reichten sie weder bei der WAB noch bei der BLM aus, um die ungedeckten Kosten vollständig aufzufangen.

Ein Umsatzplus von 20% weisen unsere Top of Europe Shops aus – allerdings auf tiefem Niveau.

Am stärksten gelitten unter der Pandemie hat die Gastronomie. Der Umsatz ist um 15% auf CHF 6,6 Mio. gesunken. Der Rückstand geht auf die COVID-Einschränkungen im Winter 2020/2021 zurück, als die Gastronomie auf ein reines Take-Away Angebot reduziert werden musste. Das führte nicht nur zu weniger Umsatz, sondern auch zu weniger Gästen im Gebiet, da ein wesentlicher Bestandteil eines Skitages schlicht nicht angeboten werden konnte.

Die Eröffnung des Terminals und des neuen Parkhauses in Grindelwald im Dezember 2020 führte zu einem deutlich höheren Mietertrag. Der Mietertrag ist mit CHF 11,3 Mio. nach dem Verkehrsertrag die zweitwichtigste Ertragskomponente im Berichtsjahr.

Die übrigen Ertragskomponenten Energieverkauf, Dienstleistungsertrag und übriger Ertrag weisen relativ geringe Abweichungen im Vergleich mit dem Vorjahr aus.

Der Umsatz von knapp CHF 131 Mio. hat das Vorjahr zwar um 4,1% übertroffen, liegt aber über 40% unter demjenigen des Rekordjahres 2019. Das zeigt eindrücklich, wie stark uns die Pandemie auch 2021 zu schaffen gemacht hat.

Zur Kostenseite. Die erwähnten Sparmassnahmen, welche seit Ausbruch der Krise ergriffen und sukzessive ausgedehnt wurden, zeigen ihre Wirkung erst recht im Jahr 2021. Wo

denn, mögen Sie denken, wenn Sie das Total des Betriebsaufwandes betrachten. Er liegt mit CHF 102,0 Mio. «nur» CHF 1,4 Mio. tiefer als 2020.

Dazu ist anzumerken, dass die Jungfraubahn-Gruppe im Jahr 2021 ihre Geschäftstätigkeit mit der Inbetriebnahme der V-Bahn erheblich ausgebaut hat. Neu betreiben wir den Eiger Express, vier neue Gastronomie-Outlets im Grindelwald Terminal bzw. auf dem Eigergletscher, eine zentrale Produktionsküche und einen zusätzlichen Top of Europe Shop im Terminal, das Parkhaus Grindelwald Grund und last but not least stellen unsere Leute auch das Gebäudemanagement der ganzen Anlage sicher. So gesehen sind die um CHF 1,4 Mio. tieferen Betriebsaufwendungen durchaus bemerkenswert.

Zum Vergleich: 2019 lagen sie CHF 18,4 Mio. höher – ohne die erwähnten Betriebserweiterungen und vor der Übernahme der Gastronomiebetriebe auf dem Jungfraujoch und dem Eigergletscher mit ihren rund 70 Mitarbeitenden.

Aufgrund des Umsatzplus' und der tieferen Betriebskosten resultierte wie bereits erwähnt ein EBITDA von CHF 28,7 Mio., welcher 29% höher ausgefallen ist als 2020.

Die Abschreibungen haben auf CHF 39,6 Mio. zugenommen. Auch das ist eine Folge der grossen Investitionen des V-Bahn-Projekts.

Im ausserordentlichen Ertrag ist die Härtefallhilfe von CHF 11,6 Mio. verbucht. Diese wurde für besonders stark von der Pandemie betroffene Bereiche unserer Unternehmensgruppe ausgerichtet.

So schliesst die Jahresrechnung der Jungfraubahn-Gruppe mit einer «roten Null» – bzw. einem minimalen Verlust von CHF 162'000.

Ein Blick auf die Geldflussrechnung zeigt, dass der operative Cashflow um CHF 10 Mio. auf CHF 40 Mio. gesteigert werden konnte und der Geldfluss aus Investitionstätigkeit von CHF 124 Mio. auf CHF 65 Mio. zurückgegangen ist.

Deshalb ist der Free Cashflow zwar immer noch negativ, mit CHF -25 Mio. aber viel geringer als im Vorjahr mit CHF -93 Mio.

Das hat auch positive Auswirkungen auf die Bankkredite der Jungfraubahn Holding AG. Sie betragen nach wie vor bloss CHF 45 Mio. Das ist problemlos verkraftbar. Die Gruppe verzeichnet nicht beanspruchte Limiten von CHF 100 Mio.

Die Investitionen im Bereich des abgeltungsberechtigten, öffentlichen Verkehrs auf den Linien Lauterbrunnen-Wengen und v.a. Lauterbrunnen-Mürren konnten wie geplant über Darlehen der öffentlichen Hand bzw. einen Rollmaterialkredit bei der Mürrenbahn finanziert werden.

Die Bilanz zeigt auch nach zwei Jahren Pandemie und nach der grössten Investitionsphase in der über 100-jährigen Geschichte der Jungfraubahnen ein grundsolides Bild.

Der Eigenfinanzierungsgrad beträgt wie im Vorjahr hohe 72,9% und das ausgewiesene Eigenkapital fast CHF 600 Mio. Der Anstieg des langfristigen Fremdkapitals ist auf die erwähnte Finanzierung der Investitionen im Bereich des abgeltungsberechtigten Verkehrs zurückzuführen.

Unsere 3 Segmente

365'300 Besucherinnen und Besucher reisten im Jahr 2021 auf das Jungfraujoch – Top of Europe. Das sind nach wie vor 65,4% weniger Gäste als im Rekordjahr 2019, aber immerhin 0,7% mehr als im Vorjahr. Auch im Geschäftsjahr 2021 blieben aufgrund der weiterhin bestehenden Reiserestriktionen, die Gäste aus den Fernmärkten praktisch aus. Es resultierte ein Verkehrsertrag von 44 Mio., was einer Zunahme gegenüber dem Vorjahr um 6% entspricht. Der Ertrag liegt damit noch immer deutlich unter dem Rekord-Geschäftsjahr 2019 mit 120,9 Mio. Franken. Das Geschäftsjahr 2019 ist unser Benchmark für das Geschäftsjahr 2023.

Die Besucherzahl auf dem Jungfraujoch stellt auch nach der Krise die Basis für den langfristigen Erfolg dar. Bereits vier Mal in der über 100jährigen Geschichte durften wir über eine Million Besucher auf dem Dach Europas begrüßen. Die neue V-Bahn mit dem Eiger Express macht die Jungfraubahn-Gruppe viel konkurrenzfähiger und stärkt unsere Position im internationalen Vergleich, auch in Zeiten grosser Unsicherheit. Die weiterhin aktive Marktbearbeitung hilft uns, rasch Marktanteile bei den Ausflugszielen in Europa zu gewinnen.

Am stärksten entwickelten sich 2021 die Erlebnisberge. Insbesondere die Harderbahn und die Firstbahn erzielten gute Ergebnisse. Die Harderbahn konnte ihren Verkehrsertrag gegenüber dem Vorjahr sogar um 51,1% steigern. Die Firstbahn verzeichnete im Sommergeschäft eine Zunahme von 12,1% und die Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren ein Plus von 2,2% gegenüber dem Geschäftsjahr 2020. Sowohl bei der Harder- als auch bei der Firstbahn erreichten wir das Niveau des Geschäftsjahrs 2017. Unsere «kleinste Bahn» ist auch in der Krise auf Augenhöhe mit bekannten Ausflugszielen der Schweiz. Neben dem attraktiven Produkt ist die kurze Reisezeit ab Interlaken der Schlüssel zum Erfolg.

Der gesamte Verkehrsertrag bei den Erlebnisbergen nahm um 19,5% zu. Die glasklare Positionierung unserer Erlebnisberge hat sich auch in der Krise bewährt und stimmt uns für die Zukunft optimistisch.

Aufgrund der guten Schnee- und Wetterverhältnisse konnte die Wintersportsaison 2020/21 bis zum 25. April 2021 verlängert werden. Trotzdem war im Jahr 2021 keine Steigerung gegenüber dem Vorjahr möglich. Ohne offene Restaurants und Bars fehlte ein wichtiges Stück Wintersportkultur. Für die Jungfraubahn-Gruppe resultierte ein Verkehrsertrag von 20,4 Mio. Franken (Vorjahr: 22,2 Mio. Franken) aus dem Wintersportgeschäft. Der Start in die Wintersaison 2021/22 war der beste der letzten zehn Jahre und zeigt das zukünftige Potential der V-Bahn.

Die Auswirkungen der Pandemie führen im Geschäftsjahr 2021 zu einer roten Null mit einem Unternehmensverlust von 0,2 Mio. Franken. Im Geschäftsjahr 2020 betrug der Verlust noch 9,7 Mio. Franken. Unsere langfristige positive Gewinnentwicklung von gut 20 Mio. Franken im Jahr 2008 auf 53 Mio. Franken im Jahr 2019 wurde unterbrochen. Als langfristig orientierte Unternehmung sind wir zuversichtlich, bald wieder an die nachhaltige und

kontinuierliche Gewinnentwicklung anknüpfen zu können. Die Gruppe erwirtschaftete 2021 trotz schwierigem Marktumfeld ein positives EBITDA von 28,7 Mio. Franken. Hätten wir die vom Kanton gesprochene Härtefallhilfe im Umfang von 11,6 Mio. Franken wie andere Unternehmungen beim Ertrag verbucht, hätten wir ein EBITDA von 40,3 Mio. Franken ausgewiesen.

Lassen Sie mich abschliessend nach zwei Jahren Pandemie ein Fazit aus finanzieller Sicht ziehen: Der Jungfraubahn-Gruppe ist es gelungen, in der grössten Krise seit dem zweiten Weltkrieg, die grösste Investition ihrer Geschichte zu stemmen, ohne sich dabei stark verschulden zu müssen.

Der Einbruch des internationalen Tourismus hat zwar zu einem massiven Umsatzeinbruch bei der Jungfraubahn Gruppe geführt, trotzdem gelang es in beiden Krisenjahren einen Cashdrain zu verhindern – mehr noch: Wir konnten sogar in beiden Jahren positive EBITDA's erwirtschaften.

Das war nur dank einem raschen und konsequenten Handeln auf der Kostenseite möglich und dank dem Mittragen der damit verbundenen Einschränkungen bzw. Veränderungen durch unsere Kader und Mitarbeitenden.

Dank dem Instrument der Kurzarbeit konnten nicht nur Jobs gesichert werden, sondern auch substantiell Personalkosten eingespart werden. Kombiniert mit der Härtefallunterstützung, welche wir im Berichtsjahr erhalten haben, gelang es, 2021 ein nahezu ausgeglichenes Ergebnis zu erzielen.

Ich muss es klar sagen: Ohne staatliche Hilfe würden wir von roten Zahlen sprechen – nicht von einer roten Null. Wir sind also sehr dankbar für diese Hilfe. Last but not least möchte ich aber auch darauf hinweisen, dass die Jungfraubahnen keinen einzigen Franken aus der COVID-Hilfe, welche für den öffentlichen Verkehr bereitgestellt wurde, beansprucht haben. Alles in allem sind wir gut durch die Krise gekommen und die Jungfraubahnen nehmen wieder Fahrt auf!

Ausblick

Entwicklung auf den Märkten

Meine Verkaufsreisen nach Asien im Herbst 2021 und die zwischenzeitlich wieder zahlreichen Presse- und Studienreisen im Jahr 2021/2022 haben uns gezeigt, dass insbesondere das erste Halbjahr 2022 anspruchsvoll bleiben wird. Seit April 2022 haben wir wieder Gruppenbuchungen aus den asiatischen Märkten. Wir sehen dort im zweiten Halbjahr eine Steigerung, was uns verhalten optimistisch stimmt für den weiteren Verlauf im Geschäftsjahr 2022. Einzig beim Markt China rechnen wir mit einer Rückkehr frühestens ab Januar 2023.

Im Endeffekt darf eine Führungskraft die Situation nicht nach der Vergangenheit beurteilen, sondern muss die Entscheide immer mit Blick auf die Zukunft fällen, die wir alle nicht kennen. Die Pandemie und der Krieg in der Ukraine sind leider der beste Beweis dafür. Mit Blick auf den Krieg in der Ukraine beobachten wir die Entwicklung mit Sorge, vor allem auch wegen der Situation der vom Krieg betroffenen Bevölkerung in der Ukraine. Der Krieg wird für den internationalen Tourismus eine weitere Verzögerung der Erholung bedeuten. Die Dauer der Verzögerung kann zum aktuellen Zeitpunkt nicht abgeschätzt werden. Ich bin überrascht, dass trotz dieser neuen Krise die Gäste aus Asien wieder nach Europa und in die Schweiz reisen. Bis vor der Pandemie wäre der Reisemarkt bei einem solchen Ereignis in Europa vollständig eingebrochen. Jetzt werden die geplanten Reisen weiter angeboten, wobei Osteuropa ausgeklammert wird. Dies zeigt, wie gross international der Reisehunger nach der Pandemie ist.

Ein Schlüssel zum Erfolg ist unsere Marke Jungfrau – Top of Europe. Mit unserer Markenführung sind wir überzeugt, dass das Potential auf dem Tourismusmarkt, insbesondere auf den asiatischen Märkten, nach wie vor gross ist. Die seit Jahrzehnten bewährte Strategie auf den asiatischen Märkten ändern wir nicht aufgrund der aktuell unsicheren Zeiten. Mitten in der Finanz- und Wirtschaftskrise in Asien von 1997/1998 haben wir unser Vertreternetz dort aufgebaut und neue Regeln auf den Märkten eingeführt. Reisen ist ein Grundbedürfnis und wird es bleiben.

Start in das Geschäftsjahr 2022

Nach dem besten Start in die Wintersaison 2021/22 der letzten zehn Jahre hat sich das Wintersportgeschäft weiter positiv entwickelt. Dazu beigetragen haben auch die vielen schönen Wochenenden.

Die Wintersaison 2021/2022 liegt bis 1. Mai 2022 mit 1'250'000 Skier Visits um 400'000 Gäste bzw. um 45 Prozent über der Vorjahressaison. Damit haben wir den Rekord der Wintersaison 2007/2008 mit 1'251'000 Skier Visits egalisiert. Dafür gibt es nur einen Grund: Die Realisierung der V-Bahn hat uns beim Wintersport zurück in die Champions League gebracht. Das ambitionierte Ziel von mittelfristig 1,4 Mio. Gästeeintritten und einem Verkehrsertrag von 50 Mio. Franken für die ganze Region ist machbar. Die rekordhohe Anzahl Logiernächte in Grindelwald während der laufenden Wintersaison bestätigen diese Aussage.

Beim Jungfraujoch verzeichnen wir seit Jahresbeginn bis 15. Mai 2022, eine Frequenzzunahme von 32'900 Personen resp. 46,3%. Diese Zahlen liegen noch immer deutlich unter dem Rekordjahr 2019. Wir sehen jedoch positive Anzeichen und sind nach einem schwierigen ersten Halbjahr zuversichtlich für das zweite Halbjahr 2022.

Die KOF-Tourismusprognose vom Oktober 2021 sowie von Oxford Economics rechnen im Vergleich zum Vorkrisenniveau im Jahr 2022 mit einem Wert von 85% in den Nahmärkten und 56% in den Fernmärkten. Mit Ausnahme der Fernmärkte soll 2023 das Vorkrisenniveau wieder erreicht werden. Bei den Fernmärkten wird für 2023 mit dem Niveau von 80% gerechnet. Die Swiss hat geplant, das Angebot im Hochsommer 2022 bereits auf ca. 80% des Vorkrisenniveaus zu erhöhen. Aufgrund meiner Verkaufsreisen nach Asien im Herbst 2021 und dem wöchentlichen Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden teile ich diese Prognosen für die Jahre 2022 und 2023.

Hinsichtlich der Entwicklung der asiatischen Märkte sind wir dank unserer starken Marktpositionierung mit der Marke Jungfrau – Top of Europe und der neuen V-Bahn zuversichtlich. Das Jahr 2022 ist ein Übergangsjahr. Unser Ziel ist es, im Geschäftsjahr 2023 wieder an das absolute Rekordjahr 2019 anzuknüpfen. Voraussetzung ist jedoch, dass der Krieg in der Ukraine möglichst rasch beendet werden kann – vor allem auch um das Leid der Bevölkerung zu stoppen. Zudem werden hoffentlich keine neuen Vorkommnisse das globale Tourismusgeschäft beeinträchtigen.

Ein weiteres Grossprojekt der Jungfraubahn-Gruppe ist neben der V-Bahn ein wenig untergegangen

Das zweite Grossprojekt der Jungfraubahn-Gruppe ist die die Erneuerung der Adhäsionsbahn der Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren (BLM), welches direkt oder indirekt durch den Kanton Bern finanziert wird. Im Berichtsjahr wurden 15,3 Mio. Franken investiert. Das Gesamtprojekt umfasst eine Investitionssumme von 63 Mio. Franken und wird Ende 2023 abgeschlossen sein.

Die Marke Jungfrau – Top of Europe ist besonders auf den internationalen Märkten stark. Die Fokussierung auf eine starke Marke innerhalb der gesamten Jungfraubahn-Gruppe seit dem Jahr 2012 hat sich dort als richtige Massnahme erwiesen. Sämtliche Aktivitäten zahlen seither auf ein Markenkonto ein. Dank unseren regelmässigen eigenständigen Events mit weltweiter Ausstrahlung konnten wir die Marke weiter profilieren, unterscheidbar machen und ihr noch mehr Inhalt geben. Mit regelmässigen und aussergewöhnlichen Events laden wir die Marke Jungfrau – Top of Europe emotional auf.

Als Beispiel sei hier der Event vom 14. April 2022 mit dem weltbesten Pianisten Lang Lang erwähnt. Eine starke Marke hat einen grossen, positiven Einfluss auf den Kaufentscheid. Von dieser Marke sollen unsere Segmente stärker profitieren, sich insbesondere national und international klar differenzieren. Damit konnten wir über 200 Millionen Kontakte generieren dank der breiten Berichterstattung, u.a. bei CNN, CCTV, BBC, The Guardian oder La Stampa und vielen anderen – selbstverständlich auch in den Schweizer Medien.

Ebenfalls grossen Anklang in den Medien fand das diesjährige SnowpenAir. Erstmals führten wir den Anlass vor dem Grindelwald Terminal mit bester Aussicht auf den Eiger durch. Das Medienecho war gewaltig, gerade die deutschen Medien berichteten ausführlich über den Auftritt von Helene Fischer und Sunrise Avenue.

Es nützt nichts zurückzuschauen. Wir müssen mit Optimismus in die Zukunft blicken und den Wettbewerbsvorteil V-Bahn gewinnbringend nutzen. Wir haben in den Jahren 2020 und 2021 Produktivitätsfortschritte erzielt, die ab 2022 jährlich 7,5 Mio. Franken Kostenersparnisse bringen.

Lang Lang sagte auf dem Jungfrauoch mit Blick auf die einmalige Natur: «Man realisiert wie klein der Mensch ist und wie wichtig es ist, all dem für die nachfolgenden Generationen grösste Sorge zu tragen.» Genau das tut die Jungfraubahn Holding AG indem sie ein langfristiges Nachhaltigkeitsmanagement betreibt. Seit dem Bau der Jungfraubahn vor über hundert Jahren sind Anliegen von Umwelt und Gesellschaft integraler Bestandteil der Tätigkeit des Unternehmens.

Nun erschien mit dem Geschäftsbericht 2021 erstmals ein ausführlicher Nachhaltigkeitsbericht. Dieser basiert auf der Corporate-Social-Responsibility-Strategie, die 2019 von der Geschäftsleitung erarbeitet wurde.

Wir orientieren uns aktuell an den Nachhaltigkeitszielen der UNO, wobei wir uns auf 7 der 17 Ziele konzentrieren, welche für die Jungfraubahn Holding AG eine besondere Relevanz haben. Dabei geht es um Chancengleichheit und Perspektiven für alle Mitarbeitenden, das Vorantreiben von Innovation in allen Bereichen, wie auch Nachhaltigkeit in Produktion, Konsum und Massnahmen zum Klimaschutz. Ein weiteres wichtiges Element ist der Nachhaltigkeitsfonds, den wir im Rahmen des V-Bahn-Projekts ins Leben gerufen haben. Während zehn Jahren zahlen wir jährlich 200'000 Franken in den Fonds ein. Mit dem Geld sollen die nachhaltige Weiterentwicklung in den Gemeindegebieten von Grindelwald und Lauterbrunnen gestärkt und konkrete Projekte realisiert werden.

Angestrebt wird bis 2024 die Weiterführung der UNO-Ziele hin zu den sogenannten GRI-Standards – den Global Reporting Initiative Standards. Bereits 2023 wird die ISO Zertifizierung 14001 im Umweltmanagement erfolgen. Mit der Teilnahme am Nachhaltigkeitsprogramm Swisstainable von Schweiz Tourismus werden zudem Gäste angesprochen, denen Nachhaltigkeit auch in den Ferien wichtig ist.

Dank

Ich danke nochmals herzlich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, meinen Kollegen der Geschäftsleitung und den Leitenden der Fachbereiche sowie dem Verwaltungsrat für die Unterstützung und konstruktive Zusammenarbeit. Insbesondere danke ich Thomas Bieger für die langjährige und gute Zusammenarbeit. Wir konnten uns in nicht nur einfachen Zeiten immer aufeinander verlassen.



Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre danke ich für die Treue zum Unternehmen. Ein stabiler Aktionärskreis, ganz besonders auf der Basis von aktuell rund 14'300 Aktionären, ist ein guter Boden für eine weiterhin fruchtbare Entwicklung der Jungfraubahnen. Bleiben Sie unserem Unternehmen treu, wir brauchen Sie!
