



14. Mai 2012

Es gilt das gesprochene Wort

Jungfraubahn Holding AG

Ausführungen von Urs Kessler, Vorsitzender der Geschäftsleitung, anlässlich der ordentlichen Generalversammlungen vom 14. Mai 2012 in Interlaken

2011 höchster Betriebsertrag, Verkehrsertrag und Jahresgewinn der Geschichte dank dem Erfolg des Jungfrauoch-Top of Europe

Die Jungfraubahn Holding AG kann erneut auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. Nach dem höchsten Jahresgewinn im Vorjahr und den positiven Signalen aus den wichtigsten Herkunftsmärkten waren wir zuversichtlich für das Geschäftsjahr 2011. Der Umsatz erreichte eine Rekordhöhe von 147,8 Mio. Franken (gegenüber 2010 plus 6,7%). Das Jahresergebnis konnte um 12,3 Prozent auf den historischen Rekordwert von 25,4 Mio. Franken gesteigert werden. Wir freuen uns zudem, dass wir beim wichtigsten Ertragspfeiler – dem Verkehrsertrag – mit 110,2 Mio. Franken den höchsten der Geschichte ausweisen. Dies trotz eines unbefriedigenden Geschäftsverlaufs des Winters im Geschäftsjahr 2011.

Basis für die erneute Steigerung des Jahresgewinns im Geschäftsjahr 2011 bildete der sehr starke Geschäftsgang des Jungfrauoch-Geschäfts. Im Durchschnitt konnten wir 2011 jeden Tag 2'100 Besucher auf dem Jungfrauoch-Top of Europe begrüßen. Entsprechend gross ist die Wirkung auf den Ertrag: Im Geschäftsfeld Jungfrauoch – Top of Europe erzielten wir insgesamt CHF 8.7 Mio. mehr Verkehrsertrag als im Jahr 2010. Mit knapp CHF 81 Mio. macht der Verkehrsertrag aus unserem bedeutendsten Geschäftsfeld 70% des Verkehrsumsatzes und damit 55% des Gesamtumsatzes aus. Deshalb ist es absolut zwingend, dass wir im Hinblick auf das Jubiläum den Fokus wieder auf die Hauptattraktion und die Cash Cow unseres Unternehmens, das Jungfrauoch-Top of Europe gelegt haben. Näheres dazu anschliessend bei aktuellen Projekten.



14. Mai 2012

Unsere Vision 10 Monate Hochsaison und langfristig bis ins Jahr 2020 900'000 Jungfrauochbesucher wird immer mehr zur Realität. Gegenüber dem Vorjahr konnten wir die Ankünfte in jedem Monat steigern. Zum Beispiel im „schwachen“ Monat November erzielten wir mit 34'821 Ankünften auf dem Dach Europas einen absoluten neuen Rekord. Es ist noch nicht lange her, wo wir Besucherzahlen zwischen 10'000 bis 15'000 pro Monat verzeichneten.

Nicht zufriedenstellend ist das Wintersportgeschäft 2011 verlaufen. Im März liessen die rekordhohen Temperaturen den Schnee noch vor Ostern rasch dahin schmelzen und beendeten die Saison 2010/2011 recht abrupt. Andererseits verzögerte sich der Winterstart 2011/2012 infolge ausbleibender Schneefälle bis kurz vor Weihnachten. Zusammen mit den bereits erwähnten negativen Auswirkungen des EURO auf die Winterferiengästepzahlen führte dies dazu, dass sich die Zahl der Skier Visits in der Jungfrau Ski Region um 11.5% auf 1'051'000 reduzierte. Ertragsmässig resultierte für die Jungfrau Holding Gruppe ein Minus von 8.3% bzw. CHF 2.3 Mio. Die Sportpasseinnahmen betragen im Berichtsjahr noch 20,5 Prozent vom gesamten Verkehrsertrag.

Das dritte Geschäftsfeld, die Erlebnisberge, steigerten den Verkehrsertrag um 4.6% auf CHF 8.7 Mio. Alles in Allem resultierten CHF 110.2 Mio. Verkehrsertrag, was einer Zunahme von 5.8% gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Ebenfalls zum erfreulichen Ergebnis beigetragen hat unser wichtigstes Nebengeschäft, die Stromproduktion im Kraftwerk Lütschental. Einerseits konnte die neue Produktionsanlage früher in Betrieb genommen werden als geplant. Dadurch erhöhte sich die Stromproduktion bereits 2011 gegenüber dem Vorjahr um 32%. Andererseits profitiert unsere Anlage seit August 2011 vom Programm der kostendeckenden Einspeisevergütung (KEV) des Bundes. Dadurch wird der Energiehandel für unsere Unternehmung deutlich rentabler. Entsprechend konnten wir 2011 den Energieertrag bereits um über 50% auf CHF 6.9 Mio. steigern. In

14. Mai 2012

Zukunft dürfte dieser Ertrag um die CHF 10 Mio. betragen. Allerdings wird sich auch der Aufwand des Energieeinkaufs inskünftig verdoppeln.

Insgesamt resultierte für die Jungfraubahn Gruppe mit CHF 147.8 Mio. ein neuer Rekordumsatz, welcher CHF 9.2 Mio. über dem Vorjahr liegt.

Der erfreuliche Geschäftsgang erforderte einen höheren Ressourceneinsatz. Daher stieg der Betriebsaufwand um CHF 4.6 Mio. auf CHF 91.0 Mio. an. Insgesamt konnten wir acht zusätzliche Arbeitsstellen (FTE) schaffen.

Die Abschreibungen stiegen infolge der grossen Investitionen von insgesamt CHF 40 Mio. und einer zusätzlichen Wertberichtigung von CHF 1.0 Mio. auf einem Restaurationsbetrieb auf CHF 25.8 Mio. an. Nach Zinsen, Steuern und Anteilen Dritter resultiert schliesslich ein Jahresgewinn von CHF 25.4 Mio., welcher CHF 2.8 Mio. über dem bisherigen Rekordgewinn des Vorjahrs liegt.

Die Jungfraubahn Gruppe steht seit Jahren zu ihren einfachen und klaren finanziellen Zielsetzungen und legt ihre Planungen entsprechend diesen Zielen fest. Im Berichtsjahr haben wir wiederum sehr hohe Renditekennzahlen erreicht und die langfristig ausgelegten Zielsetzungen deutlich übertroffen. Die EBIT-Marge betrug 21.0% und pro CHF 100 Umsatz resultierten CHF 17.20 Gewinn.

Um die Wertorientierung nachhaltig sicherzustellen, haben wir bekanntlich unsere langfristige Zielsetzung, in den 10 Jahren von 2004 bis 2013 mindestens CHF 130 Mio. Free Cashflow zu erwirtschaften. Nach acht Jahren liegen wir mit einem bislang kumulierten Free Cashflow von CHF 153 Mio. trotz der grossen Investitionen im vergangenen Geschäftsjahr deutlich über dem Zielpfad. Bisher haben wir im Durchschnitt CHF 19 Mio. Free Cashflow pro Jahr erarbeitet.

Im Berichtsjahr hat sich unser Aktienkurs mit Ausnahme einer Baisse anfangs August im Zuge der weltweiten Finanzmarkturbulenzen recht stabil verhalten und sich einmal mehr als sicherer Wert für unsere Aktionäre bewährt. Der Jahresschlusskurs von CHF 55.85 lag 3.4% höher im Vergleich mit Ende 2010. Zusammen mit einer

14. Mai 2012

Dividendenrendite von 3% resultierten so für den Aktionär insgesamt über 6% Rendite.

Start in das Geschäftsjahr 2012

Der Wintersport entwickelte sich im Geschäftsjahr 2012 weiter negativ. Anfangs Januar machten uns die grossen Schneemengen sowie die verstärkte Gefahr von Nass- und Gleitschneelawinen zu schaffen. Anschliessend folgte eine Kaltfront. An den Wochenenden spielte das Wetter für die Tagestouristen nur teilweise mit. Dies führte dazu, dass wir vom Jahresbeginn bis am 30. April im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang von 2,1 Mio. Franken bzw. 7,1 Prozent verzeichnen. Der negative Trend bei den Feriengästen konnte nicht gebrochen werden. Die Einbussen beim Sportpass für sechs Tage von 1,5 Mio. Franken ist eine grosse Herausforderung für die gesamte Jungfrau Region. Dieser Rückgang korreliert mit dem Logiernächterückgang bei den Feriengästen der wichtigen Stammmärkte Deutschland, BENELUX und Grossbritannien.

Die bewährte Strategie mit der Förderung der Kinder, welche am Samstag in Begleitung eines Erwachsenen gratis fahren, führen wir konsequent weiter. Ebenso erhalten Kinder den Saisonsportpass weiterhin zum Vorzugspreis von 250 Franken. Die Sportpasspreise werden generell auf die kommende Wintersaison 2012/13 nicht erhöht.

Die persönlichen Besuche unserer Märkte in Asien Ende Februar haben gezeigt, dass der Ausblick auf das weitere Jahr 2012 zuversichtlich stimmt. Beim Jungfrauoch verzeichnen wir per 30. April 2012 eine Frequenzzunahme von 10 Prozent. Dies trotz fünf Ausfalltagen der Jungfrau Holding im Geschäftsjahr 2012. Die Gruppenreservierungen verzeichnen neue Höchststände. Die Erholung der Märkte könnte durch allfällige Treibstoffhöhungen der Fluggesellschaften leicht gebremst werden. Die Entwicklung des EURO Kurses, speziell für die Erlebnisberge, verfolgen wir mit einigen Sorgen. Dagegen werden die Europareisen für unsere internationalen Gäste preiswerter. Insgesamt sollte sich der Effekt des schwachen EURO im Geschäftsjahr 2012 für die Jungfrau Holding-Gruppe erneut neutralisieren.



14. Mai 2012

100 Jahre Jungfrau

Die Jubiläumsaktivitäten haben wir bereits im Jahr 2008 gestartet. Schon heute können wir sagen, dass wir mit dem Jubiläum 100 Jahre Jungfrau die einzigartige Chance genutzt haben, um unsere weltweite Bekanntheit noch zu verstärken. Der Start ins Jubiläumsjahr ist mit der Beleuchtung der Jungfrau gelungen. Unser Ziel war es ein Stück Schweizergeschichte um die Welt zu schicken. Neben den bereits vielen lancierten Aktivitäten folgen noch zahlreiche weitere Schwerpunkte.

Ab Mai verkaufen wir den Jubiläumspass 100 Jahre Jungfrau für 225 Franken bzw. 170 Franken mit GA und Halbtax. Mit der Marke Jungfrau-Joch-Top of Europe sind wir ab dem 12. Mai an der Weltausstellung in Yeosu, Südkorea, Platinum Partner mit einer starken Präsenz mit dem Aletschgletscher, einem Film und Info Pavillon. Übrigens ist hier Schweiz Tourismus nur C-Partner. An der Olympiade in London sind wir im Swiss House ab 28. Juli – 12. August 2012 mit Jungfrau – Berner Oberland ebenfalls dominant präsent. Unter anderem finden am 1. August 2012 einige Live-Schaltungen von London, wo unser Markenbotschafter Kilian Wenger vor Ort ist, mit dem Jungfrau-Joch statt. Dass für einmal der Kanton Bern und nicht andere Tourismusdestinationen im wichtigen Herkunftsmarkt Grossbritannien den Lead haben, ist auf eine Initiative der Jungfrau-Bahnen zurück zu führen. Ab September führen wir zudem mit unserem nationalen Jubiläumspartner COOP Verkaufsförderungs-Aktionen in der Schweiz durch.

Alpine Sensation

Wir haben uns mit dieser neuen Attraktion zum Ziel gesetzt das beste Allwetterprogramm der Alpen anzubieten. Zudem soll die Jungfrau-Joch-Tour für unsere nationalen und internationalen Gäste ohne Zeitdruck innerhalb von 60 Minuten machbar sein und den Erlebniswert erhöhen. Dies ist ein Erfolgsfaktor zur Erhaltung der Konkurrenzfähigkeit. Die neue Signalisation vereinfacht das Sightseeing. Mit der zusätzlichen Inszenierung der Sphinx-Halle mit einem 360° Kino setzen wir neue Massstäbe und zeigen die einzigartige Berg- und Gletscherwelt in einem spektakulären Rahmen.



14. Mai 2012

Der neue 250 Meter lange Rundgangsstollen erfüllt einen wichtigen Zusatznutzen, weil er die Besucherströme entflechtet und eine direkte Verbindung zwischen den zwei beliebtesten Sehenswürdigkeiten Eispalast und Sphinx herstellt. Die ersten Rückmeldungen seit der Eröffnung am 30. März 2012 sind äusserst positiv. Die breite Berichterstattung unserer 80 eingeladen Journalisten aus der ganzen Welt wird die Nachfrage zusätzlich stimulieren. Unser Premium-Ausflugsziel wurde mit dieser Investition von 18,4 Mio. Franken markant aufgewertet. Die Top-Marke Jungfrau Top of Europe ist kein Zufall, sondern das Resultat konsequenter Investitionen in Produkt und Marke.

Ostgrat

Mit dieser Investition wird ein klarer Akzent nach dem Jubiläum und für das Jungfrauoch gesetzt. Wir wollen die Attraktivität und Qualität des Aufenthaltes markant steigern. Der Ostgrat soll das Prestige und die Exklusivität unserer Gäste gezielt ansprechen.

Längerfristig soll mit dem visionären Projekt Ostgrat eine neue Angebotsdimension geschaffen werden. Wir betrachten dieses Projekt als strategische, geschäftserweiternde Investition, die das Vordringen in neue, für die ganze Region attraktive Märkte ermöglicht. Dieser neue spektakuläre Aussichtspunkt auf über 3700m Höhe entsteht an der Stelle der ehemaligen Richtstrahlanlage der Swisscom. Er baut auf bestehenden Anlagen auf und wird auf eine begrenzte Kapazität ausgebaut, so dass keine neuen Eingriffe in die Natur nötig sein werden. Dieses Angebot richtet sich an zahlungskräftige Kunden sowie eine begrenzte Zahl von Wiederholungskunden aus den Nahmärkten, womit die Wertschöpfung für die ganze Region gesteigert werden kann. Die strategische Geschäftserweiterung soll sich als rentables Angebot entwickeln. Wir führen einen Studienauftrag mit fünf renommierten Architekturbüros durch. Die Investitionskosten schätzen wir auf rund 50 Mio. Franken. Wir planen gegen Ende des Jahres 2012 die Öffentlichkeit darüber zu informieren.



14. Mai 2012

Wixi

Zur Abrundung unserer Wintersport-Strategie 2020 bauen wir 2012 für das Skigebiet Kleine Scheidegg eine neue 6er Sesselbahn für 12,1 Mio. Franken und eine neue Skibrücke über die Wengernalpbahn für 1,4 Mio. Franken. Die Kapazitätserhöhung von 1'440 auf 2'400 Personen steigert die Attraktivität unseres Kerngebiets. Neben dem Wixi haben wir in den letzten fünf Jahren die Sesselbahnen Honegg und Eigernordwand realisiert sowie die Beschneigung stark ausgebaut. Somit ist eine wichtige Etappe zur Erhaltung der Konkurrenzfähigkeit abgeschlossen. Für die positive Entwicklung des gesamten Gebietes Kleine Scheidegg und der Jungfrau Region sind damit wichtige Voraussetzungen geschaffen.

Mitarbeiter

Als Dienstleistungsunternehmen setzen wir konsequent auf die Verbesserung unserer Erlebnis- und Dienstleistungsqualität. Entscheidend dabei ist natürlich die persönliche Dienstleistungsqualität und damit die Leistung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Bereichen unseres Unternehmens. Ihnen gebührt ein besonderer Dank für das erreichte Resultat. Die vielen positiven Rückmeldungen unserer Kunden freuen mich sehr und zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Für das Jahr 2012 haben wir unsere Mitarbeiter für 1 Mio. Franken neu eingekleidet. Jedem Mitarbeiter haben wir zudem eine Freizeitjacke von Mammut und eine Jubiläumsuhr von Tissot geschenkt. Am 15. September findet auf der Höhematte im das Zelt ein Mitarbeiterfest statt.

Wegen der positiven Geschäftsentwicklung vom Jungfraujoch konnten wir für das Jahr 2012 15 neue Stellen, primär bei der Wengernalp- und Jungfrauabahn, schaffen.

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 12'150

Ausführungen von Urs Kessler
Vorsitzender der Geschäftsleitung der Jungfraubahn Holding AG



14. Mai 2012

Aktionären ist ein guter Boden für eine weiterhin fruchtbare Entwicklung unserer Unternehmung. Bleibt unserem Unternehmen treu, wir brauchen Euch!