

Jungfraubahn Holding AG

Meine sehr verehrten Aktionärinnen und Aktionäre

Die Jungfraubahn Holding AG hat im Geschäftsjahr 2022 mit einem Jahresgewinn von CHF 44,4 Mio. das drittbeste Ergebnis ihrer Geschichte erzielt. Das Geschäftsjahr 2022 war ein grosser Schritt zurück zur Normalität. Alles in allem sind wir gut durch die Krise gekommen und die Jungfraubahnen nehmen wieder Fahrt auf!

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Ein grosser Dank gilt den Mitarbeitenden für ihre grosse Agilität während den letzten zweieinhalb Jahren. Sie haben an vorderster Front mit Loyalität und hervorragenden Leistungen sowie einer echt empfundenen Gastfreundschaft dazu beigetragen, dass wir gemeinsam diese Krise gut meistern konnten. Mit unserem Partner Berner Oberland-Bahnen AG verfügen wir insgesamt über 761 FTE per Ende Jahr 2022. 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.

Fünf Höhepunkte im Geschäftsjahr 2022

- Ende der Pandemie (Aufhebung Massnahmen, Einstellung Kurzarbeit)
- Bester Winter ever – Zukunftspotenzial V-Bahn
- Rasche Erholung ab 2. Quartal (Erlebnisberge/Jungfraujoch)
- Produktivitätsgewinn
- Ausgezeichnete Resultate, nach drei Jahren wieder Dividendenfähigkeit und per Ende Jahr keine verzinslichen Bankschulden mehr

Das Geschäftsjahr 2022 mit schrittweiser Erholung der globalen Märkte

Die Aufhebung der Corona-Massnahmen im vergangenen April war entscheidend für das Übergangsjahr 2022. Im ersten Halbjahr hatten die Corona-Restriktionen allerdings noch grossen Einfluss auf die Reisetätigkeit der Gäste aus den asiatischen Ländern.

Die schrittweise Lockerung im zweiten Halbjahr wirkte sich zwar positiv aus, die fehlenden Flugverbindungen und Engpässe bei der Visa-Ausstellung verunmöglichten jedoch eine grössere Nachfrage. Geprägt wurde das Geschäftsjahr 2022 auch durch den nun seit über einem Jahr anhaltenden Krieg in der Ukraine sowie die seit Herbst andauernde Energiekrise.

Entwicklung der 3 Segmente im Geschäftsjahr 2022

Jungfrauoch – Top of Europe

Der Geschäftserfolg des bedeutendsten Segments Jungfrauoch – Top of Europe hängt direkt von der Anzahl der Besucherinnen und Besucher ab. In den letzten Jahren vor der Pandemie verzeichnete das Jungfrauoch – Top of Europe jeweils über 1 Million Gäste pro Jahr, sehr viele davon als Gruppenreisende aus verschiedenen Staaten Asiens.

Insgesamt wurden im Berichtsjahr 625'000 Besucherinnen und Besucher gezählt. Das sind gut 40% weniger als vor der Krise.

Das Segment Jungfrauoch – Top of Europe erzielte einen Umsatz von CHF 128,2 Mio. und ein EBITDA von CHF 47,3 Mio.

Wintersport

Zusammen mit dem Neuigkeitseffekt der topmodernen Anlagen der V-Bahn gelang es 2022, Marktanteile zu gewinnen und die Rekordsaison 2007/2008 zu egalisieren.

Zu Beginn der Wintersaison 2022/2023 setzten Schneemangel und Wärme den Wintersportregionen zu. Und auch die durch die Energiekrise gefärbte sehr kritische Medienberichterstattung trug das Ihrige zu einem schwierigen Saisonstart bei. Dank der gut ausgebauten Beschneigung und der V-Bahn konnte der Rückgang der Skier Visits gegenüber dem Vorjahr in Grenzen gehalten werden.

Über das Kalenderjahr gesehen resultierte im Wintersport mit CHF 30,6 Mio. der höchste Verkehrsertrag in der Geschichte.

Das Segment Wintersport erzielte 2022 einen Umsatz von CHF 42,1 Mio. und ein EBITDA von CHF 11,7 Mio.

Erlebnisberge

Äusserst erfolgreich war im Jahr 2022 der Geschäftsgang der Erlebnisberge: Während die Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren das Vorkrisenniveau wieder erreichte, erzielten sowohl die Firstbahn als auch die Harderbahn Rekordwerte.

Die über Jahre aufgebaute klare Positionierung zahlt sich aus und führte dazu, dass ab Mai 2022 auffallend viele Einzelreisende aus dem Ausland die Erlebnisberge besuchten. Dies brachte neben hohen Frequenzen auf den Bahnen auch erhöhte Durchschnittserträge bei den Fahrausweisen sowie höhere Umsätze in den vermieteten Gastronomiebetrieben. Bei den Soft-Adventure-Angeboten auf Grindelwald-First konnte ein Rekordumsatz verzeichnet werden.

Das Segment Erlebnisberge erzielte einen Umsatz von CHF 37,4 Mio. und ein EBITDA von CHF 23,8 Mio.

Die Jungfraubahn-Gruppe konnte 2022 den Betriebsertrag um 64% bzw. CHF 83 Mio. auf CHF 214 Mio. steigern. Wer hätte das vor einem Jahr gedacht? Die Jungfraubahn-Gruppe hat also wirklich erstaunlich rasch aus der Krise gefunden.

Nach wie vor ist der Verkehrsertrag die wichtigste Ertragskomponente. Er macht 65% Gesamtumsatzes aus und betrug 2022 CHF 139,2 Mio. Das sind 77% mehr als 2021.

Um fast 9% zugenommen, hat der Umsatz aus dem Verkauf elektrischer Energie, weil mehr Strom produziert und verkauft werden konnte.

Ein deutliches Zeichen, dass wir auch wieder vermehrt internationale Gäste haben, ist das Umsatzplus von fast CHF 5 Mio. in unseren Top of Europe Shops. Der Shop-Umsatz liegt mit CHF 8 Mio. mehr als zweieinhalbmal so hoch wie 2021.

Erwartet überproportional im Vergleich zum Gästeaufkommen entwickelt haben sich die Gastronomieerträge. Erwartet überproportional deshalb, weil im Vorjahr die COVID-Restriktionen im Winter, die nur einen Take-Away Betrieb zuließen, enorm auf den Umsatz drückten. Noch sind wir nicht auf dem angestrebten Umsatz von mindestens CHF 15 Mio., aber immerhin haben wir erstmals deutlich über CHF 10 Mio. Umsatz erreicht.

Erfreulicherweise sind auch die Dienstleistungs- und Mieterträge höher ausgefallen. Letztere insbesondere dank höheren Mieteinnahmen aus dem Parkhaus beim Grindelwald Terminal und höheren Pachtzinse der vermieteten Restaurants unserer Erlebnisberge.

Die hohe Steigerung beim Übrigen Ertrag ist der Tatsache geschuldet, dass 2022 nach zwei Absagen endlich wieder das SnowpenAir stattfinden konnte – und – dass wir mit unseren Adventurangeboten einen neuen Rekord erzielen konnten.

Zur Kostenseite. Auf den ersten Blick mag der Anstieg des Betriebsaufwands um fast 18% erstaunen. Die Personalkosten sind gegenüber dem Vorjahr um 14% auf CHF 63,9 Mio. angestiegen, wobei der Anstieg im Wesentlichen auf tiefere Kurzarbeitsentschädigungen zurückzuführen ist. Nach zwei Jahren Pandemie mit sehr viel Kurzarbeit über das ganze Unternehmen hinweg, konnte diese per Ende April 2022 auch in den letzten Bereichen aufgehoben werden. Der Anstieg des Sachaufwandes ist im Wesentlichen auf umsatzbedingt höhere Warenaufwände in den Bereichen Gastronomie und Top of Europe Shops, höhere Verkaufsprovisionen und den Eventaufwand zurückzuführen.

Ein Vergleich mit mehreren Vorjahren zeigt: Der Betriebsaufwand 2022 lag gleich hoch wie 2019. Seither hat die Jungfraubahn-Gruppe mit der Inbetriebnahme der V-Bahn-Kernelemente Eiger Express, Terminal und Parkhaus Grindelwald sowie dem Ausbau des Gastronomie- und Souvenirgeschäfts ihre Geschäftstätigkeit entlang der Wertschöpfungskette aber deutlich ausgebaut. Dies belegt, dass die aufgrund der Pandemie ergriffenen Kostensparmassnahmen weiterhin wirken – positiv wirken.

Produktivitätsgewinn

Für die Jungfraubahn-Gruppe hat das Geschäftsjahr 2022 gezeigt, dass ihre Stärke in der Flexibilität liegt, die aufgrund der überschaubaren Grösse des Unternehmens bewahrt werden konnte. Im Marketing ermöglichte dies eine schnelle Anpassung an veränderte Marktbedürfnisse. Auch die Flexibilisierung

des Betriebs mit einer kurzfristigen Einsatzplanung von Personal und Rollmaterial hat dazu beigetragen, dass ein erfreuliches Ergebnis erzielt werden konnte, obwohl die Gäste aus Asien nach wie vor grösstenteils fehlten. Wesentliche Erfolgsfaktoren hierbei waren das Generationenprojekt V-Bahn, die ausgebaute Diversifikation des Angebots und das Festhalten an der langfristigen, strategischen und globalen Ausrichtung, auch in den Krisenjahren 2020 und 2021. Die während der Krisenjahre erarbeiteten strategischen Überlegungen der Jungfrauabahn zur veränderten Marktsituation mit Covid-19 mit einem Produktivitätsgewinn von jährlich rund CHF 7,5 Mio. wollen wir in die Zukunft mitnehmen.

Mit der laufenden Überprüfung der Kostenstrukturen, der damit einhergehenden weiteren Effizienzsteigerung und der höheren Flexibilität sowie der erfolgreichen Einführung der V-Bahn auf den globalen Märkten kann die Jungfrauabahn-Gruppe die Krise für den Aufbau zukünftiger Stärken nutzen.

Die Konzernerfolgsrechnung weist ein EBITDA von CHF 93,8 Mio. aus, einen Wert also, der mehr als dreimal so hoch wie 2021 ist.

Die Abschreibungen von CHF 42,3 Mio. enthalten einmalige Sonderabschreibungen auf stillgelegtem Rollmaterial der Wengernalpbahn von CHF 3,2 Mio.

Der EBIT liegt mit CHF 51,5 Mio. mehr als CHF 62 Mio. höher als im Vorjahr.

Nach Steuern von CHF 8,4 Mio. schliesst die Konzernerfolgsrechnung der Jungfrauabahn-Gruppe mit einem Gewinn von CHF 44,4 Mio. ab.

Ein Blick auf die Geldflussrechnung zeigt, dass der Cashflow aus der Geschäftstätigkeit mehr als verdoppelt werden konnte. Er erreichte CHF 87,3 Mio. Gleichzeitig hat sich der Geldfluss aus Investitionstätigkeit mehr als halbiert – auf CHF 28,9 Mio.

Infolgedessen weist die Jungfraubahn-Gruppe einen hohen Free Cashflow von CHF 58,4 Mio. aus.

Das hatte auch positive Auswirkungen auf die Bankkredite der Jungfraubahn Holding AG. Sie konnten im Berichtsjahr vollständig amortisiert werden.

Wie erwähnt, hat die Jungfraubahn-Gruppe 2022 fast CHF 30 Mio. investiert. Das grösste laufende Investitionsvorhaben ist die Erneuerung der Adhäsionsbahn der Bergbahn-Lauterbrunnen Mürren. 2022 wurden dafür insgesamt CHF 11,5 Mio. aufgeworfen, insbesondere für die Erneuerung des Bahnhofs Mürren und die sich in Produktion befindenden Triebfahrzeuge. Auch die Wengernalpbahn investierte CHF 6,0 Mio. in neues Rollmaterial für den Wengen Shuttle, der im Dezember 2023 in Betrieb gehen wird.

Diese Investitionen wurden zum grössten Teil durch die Besteller direkt finanziert.

Die Konzernbilanz ist grundsolide. Der Eigenfinanzierungsgrad beträgt 76%, das Fremdkapital besteht im Wesentlichen aus Kreditoren, langfristigen, zinslosen und grösstenteils lediglich bedingt rückzahlbaren Darlehen der öffentlichen Hand sowie Rückstellungen für latente Steuern.

Ich möchte herausstreichen, dass diese solide Bilanz das Resultat eines robusten Geschäftsmodells einerseits, aber eben auch einer konservativen, langfristig orientierten und auf Eigenfinanzierung ausgelegten Finanzierungs politik ist. Diese war entscheidend für die Umsetzung des V-Bahnprojekts – und – sie war in der Pandemie Gold wert!

Zu unseren Finanzziele: Wir konnten praktisch alle Ziele erfüllen:

Die Umsatzrendite betrug 20,7% und lag damit über der definierten Zielgrösse von mindestens 18%.

Die EBITDA-Marge betrug 43,8% und lag damit über der definierten Zielgrösse von mindestens 40% und befindet sich somit wie die Umsatzrendite wieder auf dem Niveau der Vorkrisenjahre.

In der Dekade von 2014 bis 2023 strebte die Jungfraubahn-Gruppe einen kumulierten Free Cashflow von CHF 150 Mio. an. Wie Sie sehen können, werden wir dieses Ziel nicht erreichen. Aber: Wenn man bedenkt, dass in den beiden Pandemie Jahren 2020 und 2021 insgesamt rund CHF 150 Mio. Cashflow «verloren» gingen, so kann man festhalten, dass wir auch dieses Ziel ohne Corona wohl bis Ende 2023 erreicht hätten.

Wie erwähnt, konnte die Jungfraubahn Holding AG sämtliche verzinslichen Bankschulden amortisieren. Im Konzern verbleibt einzig ein verzinsliches Darlehen der Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren AG zur Finanzierung des neuen Rollmaterials.

Einordnung der Resultate 2022

Gerne ordne ich das Ergebnis 2022 ein: Wie gut sich die Jungfraubahn-Gruppe erholt hat, zeigt auch ein Vergleich der Ergebnisse 2022 mit jenen des Rekordjahrs 2019: Der Verkehrsertrag lag bloss noch 14% und der Gesamtumsatz bloss noch gut 4% unter den Bestwerten von 2019.

Gleichzeitig ist der Betriebsaufwand nicht gestiegen. Das ist meines Erachtens sehr bemerkenswert, da wir mit der Inbetriebnahme der V-Bahn und dem Ausbau von Gastronomie und den Top of Europe Shops unsere Geschäftstätigkeit seit 2019 substanziell ausgebaut haben. Und auch EBITDA und Ergebnis sind insbesondere aufgrund der Tatsache, dass wir diese mit 40% weniger Jungfrauoch Gästen erzielt haben, doch sehr, sehr erfreulich.

Start in das Geschäftsjahr 2023

Wintersport

Die Wintersaison 2022/2023 liegt bis Ende April 2023, mit 1,1 Millionen Skier Visits um rund 150'000 Gäste unter der letzten Wintersaison 2021/2022. Es ist aber immer noch eines der besten Ergebnisse der letzten 20 Jahre. Beim Ertrag konnte erfreulicherweise jener der letzten Rekord-Wintersaison egalisiert werden.

Die Realisierung der V-Bahn hat uns beim Wintersport zurück in die Champions League gebracht.

Ab Frühjahr bauen wir eine technische Beschneigung für die äusserst beliebte und landschaftlich einzigartige Black Rock-Piste, welche während der Wintersaison 2022/23 nicht geöffnet werden konnte. Wir nehmen hier auch unsere volkswirtschaftliche Verantwortung gegenüber der Region, der Hotellerie und dem Gewerbe wahr und sichern so Arbeitsplätze im Berggebiet.

Jungfraujoch

Nach dem Dezember 2022 konnten wir auch im Januar 2023 die Rekordzahlen aus dem Jahre 2019 egalisieren.

Beim Jungfraujoch verzeichnen wir von Jahresbeginn bis Ende April 2023, eine Gästezahl von 181'985 das sind 118% mehr als im gleichen Zeitraum 2022. Diese Zahlen liegen im Vergleich zum Rekordjahr 2019 noch 8% darunter und stimmen uns zuversichtlich für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2023.

Hinsichtlich der Entwicklung der asiatischen Märkte sind wir dank unserer starken Marktpositionierung mit der Marke Jungfrau – Top of Europe und dem

neuen Projekt V-Bahn zuversichtlich. Das Jahr 2023 wird sich schrittweise erholen. Unser Ziel ist es, im Geschäftsjahr 2023 eine weitere Steigerung der Erträge und Frequenzen zu erzielen. Die schrittweise Erholung zentraler Märkte wie China und Indien wird uns helfen.

Gerne zeige ich Ihnen an den beiden Beispielen China und Indien auf, dass es viel Aufbauarbeit braucht, um langfristig eine erfolgreiche Marke aufzubauen. Erstmals 1996 besuchte ich mit Unterstützung der Swissair die beiden Märkte Indien und China. Bereits im Jahre 1997/98 haben wir mitten in der Finanz- und Wirtschaftskrise in Asien unser eigenes Vertreternetz quer über den Kontinent aufgebaut. Pelé hat es einmal auf den Punkt gebracht: »Ich gehe nicht dorthin, wo der Ball ist, sondern wo er sein wird.« - Neudeutsch «Vorcheckking». Wir starteten mit Sony Abraham in Mumbai und Marlinda Ma in Shanghai.

Im Jahr 2000 führten wir sowohl in Mumbai als auch in Shanghai eine Jungfrau Swiss Week mit dem Küchenchef des Jungfraujochs und der Kapelle Jungfrau durch. In Shanghai war es ein Glücksfall, dass der damalige FIFA-Präsident Sepp Blatter im gleichen Hotel war. Als Walliser erklärte er sich spontan bereit, die Eröffnung mit einer Rede mitzugestalten.

2002 feierten wir die Verschwesterung des Jungfraujochs mit Huangshan Mountain. Wie die Region Jungfrau-Aletsch ist auch das Huangshan-Gebiet in der Provinz Anhui Teil eines UNESCO-Weltnaturerbes. Das war für mich damals mit ein Grund, diese Partnerschaft einzugehen. Zudem passt die Qualität und das Image dieses Tourismuszieles bis heute bestens zum Auftritt des «Top of Europe».

Die indischen Gäste haben das starke Bedürfnis sich mit authentischer Küche, zubereitet von indischen Köchen, zu verpflegen. Deshalb haben wir im Jahr

2001 das Restaurant Bollywood eröffnet, mit zwei indischen Köchen, welche noch heute auf dem Jungfraujoch sind und Berndeutsch sprechen. Das Restaurant Bollywood ist dekoriert mit indischen Moviestars, welche auf dem Jungfraujoch Filme gedreht haben. Übrigens: Bollywood ist die grösste Filmindustrie der Welt.

Wir stellten fest, dass unsere Gäste aus China Uhren in der Schweiz kaufen wollen. Deshalb eröffneten wir im Jahr 2009 the High Time Uhrenshop auf dem Jungfraujoch.

Im Jahr 2009 fand mit dem Cricketspieler des Jahrhunderts in Indien, Kapil Dev, ein Spiel auf dem Aletschgletscher statt. Während einer Woche waren nur aus Indien 35 Journalisten anwesend und berichteten über unsere Region.

Am 8. April 2011 haben wir einen Zug der Jungfraubahn auf den Namen des indischen Regisseurs Yash Chopra getauft, welcher in Indien Kultstatus genießt. Er gehörte zu den Pionieren von Bollywood und hat auf dem Jungfraujoch und in der Jungfrau Region viele Filme gedreht.

Im Jahre 2015 gab G.E.M. «Get Everybody Moving»: Live ein Konzert auf dem Jungfraujoch. Es reisten über 40 Journalistinnen und Journalisten aus China an.

Pianist Lang Lang eröffnete im Jahre 2008 die olympischen Spiele in Beijing. Am 14. April 2022 spielte er auf dem Jungfraujoch. Sein Auftritt war unter anderem auf CNN, CCTV und vielen weiteren globalen Medien zu sehen. Insgesamt erreichten wir 650 Mio. Medienkontakte.

China und Indien haben die grösste Weltbevölkerung der Welt mit rund 1,3 – 1,4 Mia. Menschen. Das Marktpotential ist beinahe unerschöpflich. Unsere

Top Marke Jungfrau – Top of Europe ist in Asien kein Zufall, sondern die konsequente Investition in das Produkt und Marketing. Unser Ziel ist, dass die potenziellen Gäste auf der Europareise das Jungfrauoch genauso besuchen wollen wie Paris. Sie sehen meine sehr verehrten Aktionärinnen und Aktionäre, dass der Erfolg harte, konsequente und langjährige Arbeit ist.

Wichtig ist jedoch aktuell auch, dass der Krieg in der Ukraine möglichst rasch beendet werden kann – vor allem um das Leid der Bevölkerung zu stoppen, aber auch für den globalen Tourismus. Zudem werden hoffentlich keine neuen Vorkommnisse das globale Tourismusgeschäft beeinträchtigen.

Zur Aufwertung der Attraktivität des Top of Europe haben wir eine Pikantus Lounge und eine neue Inszenierung für die Ankunftsgäste realisiert. Zur Stärkung der Marke Jungfrauoch – Top of Europe wird das Projekt «Erster Blick» im laufenden Jahr gestartet.

Erlebnisberge/Projekte

Aufgrund der Verzögerung bei der Auslieferung des Rollmaterials erfolgt die Inbetriebnahme der gesamt erneuerten Bergbahn Lauterbrunnen-Mürren im Juni 2024 statt wie geplant auf den Fahrplanwechsel vom 9. Dezember 2023. Für diese Erneuerung werden rund CHF 66 Mio. investiert. Hingegen sind wir mit der ebenfalls auf den 9. Dezember 2023 geplanten Inbetriebnahme des Wengen Shuttles auf Kurs. Diese bedeutet für den autofreien Kurort eine wesentliche qualitative Aufwertung.

Bei der Firstbahn eröffnen wir ab Juni 2023 den First View als neuen Aussichtspunkt. Im Weiteren sind wir mit der Erneuerung der Gondelbahn auf die First gestartet. Die Konzession läuft im Jahr 2034 ab.

Aktuell sind wir an der Umsetzung von der im letzten Jahr informierten Masterplanung Kleine Scheidegg/Eigergletscher.

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 CHF 7,5 Mio. Kostenersparnisse bringen.

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.

Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre danke ich für die Treue zum Unternehmen. Ein stabiler Aktionärskreis, ganz besonders auf der Basis von aktuell rund 14'650 Aktionärinnen und Aktionären, ist ein guter Boden für eine weiterhin fruchtbare Entwicklung der Jungfraubahnen. Bleiben Sie unserem Unternehmen treu, wir brauchen Sie!
