

16. Mai 2011

Es gilt das gesprochene Wort

Jungfraubahn Holding AG

Ausführungen von Prof. Dr. Thomas Bieger, Verwaltungsratspräsident, anlässlich der ordentlichen Generalversammlungen vom 16. Mai 2011 in Interlaken

Herausforderung der Strategie - nachhaltig Werte schaffen in einer turbulenten Zeit

Der zweitwärmste April seit Aufzeichnungsbeginn 1864, werden die Gletscher der Alpen überleben, wie wird sich die Klimaerwärmung auf unseren Haupt Attraktionspunkt, das Jungfraujoch Top of Europe auswirken? Face Book und Twitter feiern neue Rekorde - die über mobile application transportierte Datenmenge verdoppelt sich ca. alle acht Monate. Werden Menschen in Zukunft überhaupt noch reisen oder einfach vom sicheren zu Hause virtuelle Erlebnisse konsumieren? Solche Fragen beschäftigen auch den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung Ihrer Jungfraubahn Holding. Als Tourismus- und Transportunternehmen sind die JBH ausserordentlich investitionsintensiv. Wie Sie den Abschreibungstabellen auf Seite 39 des Jahresberichtes entnehmen, werden unsere Bahnhöfe und Depots beispielsweise auf 50 Jahre, unser Rollmaterial auf 30 Jahre. und Parkhäuser und Parkplätze auf 20 bis 40 Jahre abgeschrieben. Wir investieren damit für die nächsten Generationen. Vor dieser Herausforderung standen schon die Pioniere unserer Unternehmung. Mit dieser Handskizze entwarf 1893 der Pionier und Unternehmer Guyer Zeller die Vision der Jungfraubahn. Eine Investition, die sich aufgrund der Qualität des Produktes und der Solidität der technischen Realisierung über Generationen bewährt hat.

Auch heute arbeiten der VR und die GL der Jungfraubahn Holding intensiv und sorgfältig an der Strategie und der damit verbundenen langfristigen Finanz- und Investitionsplanung. Es gilt ein die Balance zwischen visionären Ideen und tragbaren Risiken zu finden. Vor allem gilt es aber auch, längerfristige Trends zu analysieren und sich fit zu machen. Kurzfristige Turbulenzen abzufedern. An diesen kurzfristigen

16. Mai 2011

Turbulenzen reich war auch das vergangene Jahr, unser CEO Urs Kessler wir darüber ausführlich berichten. Zwei bereits angesprochene langfristige Trends möchte ich jedoch kurz beleuchten.

In allen Studien zu Zukunftstrends wird die Herausforderung der knappen Ressourcen und der Umweltbelastung, vor allem auch der Klimawandel erwähnt, Die Jungfrau-bahnen erschliessen einen Attraktionspunkt, der nicht zuletzt von der Faszination des ewigen Schnee und Eises lebt. Das Klima war in der ganz langen Betrachtung immer beträchtlichen Schwankungen unterworfen. In der römischen Zeit oder im Spätmittelalter wurden Pässe begangen, die heute eisbedeckt sind. Auf die klimageschichtlich kurze Frist der nächsten 30 - 50 Jahre geht man von einer Erwärmung von bis zu 2 Grad aus. Der Verwaltungsrat hat als Grundlage der beträchtlichen zukünftigen Investitionen im Bereich des Jungfraujochs eine Analyse der Entwicklung des Aletschgletschers bis ins Jahr 2050 machen lassen. Es zeigte sich, dass auf die für unsere Investitionen massgebliche Planungsperiode hinaus das Joch immer noch eisbedeckt sein wird.

Nach Schätzungen beispielsweise der Weltbank, der Unternehmensberatung Roland Berger oder Cisco werden im Jahre 2030 von den dann auf diesem Planeten lebenden 8,3 Mia Menschen 5 Mia über ein mobiles Breitband Anwendungsgerät - oder kurz Smart phone - verfügen. Die Technologisierung geht weiter. Wir stellen jedoch auch fest, dass je mehr virtuelle Erlebnisse, virtuelle Personennetzwerke und Freundeskreise verfügbar sind, desto mehr zählen die wirklichen, authentischen Erlebnisse und die echten, engen Freunde. Die Zukunftsforscher Gilmore and Pine sehen nach der Erlebnisökonomie schon eine Art Authentizitäts - Ökonomie. Top Ziele wie das Jungfraujoch, oder unsere Erlebnisberge, die authentische Produkte auf dem Hintergrund unserer unverwechselbaren Natur und Kultur ermöglichen, werden immer einen Markt haben. Aber der Zugang und der Service muss unter Nutzung der neuen Technologien verbessert werden. Deshalb hat die Jungfrau Holding auch in die Entwicklung neuer Online Buchungssysteme (vgl. Jungfrau Star) investiert.

Die Finanzkrise ist zu einer Staatenkrise geworden. Die globalen ökonomischen Ungleichgewichte verschärfen sich immer noch. Hoch verschuldeten Ländern stehen stark wachsende, exportstarke und Staatsfonds äufnende Länder gegenüber. Es

16. Mai 2011

wird damit gerechnet, dass in den nächsten 20 Jahren die traditionellen Industrieländer noch mit rund 1,8 % pro Jahr wachsen, die emerging Countries, die BRIC Staaten jedoch mit rund 7%. In diesen Ländern wächst auch die Mittelklasse: in den BRIC Staaten soll sie insgesamt um 150% wachsen. IN China sollen einmal 75%, in Brasilien 58 % der Bevölkerung zur Mittelklasse gehören. Für die Jungfraubahnen bedeutet auf dem Hintergrund der erfolgreichen Internationalisierung eine Chance mit neuen Wachstumsmärkten ausserhalb Europas.

Rekordumsatz und Rekordergebnis im Jahr 2010

Die Jungfraubahn Holding kann auf ein erfolgreiches Jahr 2010 zurückblicken. Der Umsatz erreichte eine Rekordhöhe mit Fr. 138,6 Mio. (gegenüber 2009 plus 3,2%) und das Jahresergebnis ebenfalls einen historischen Höchstwert von Fr 22,6 Mio. (gegenüber 2009 plus 2,3%).- Dieses Ergebnis konnte trotz einmal mehr erschwerender Faktoren, auf die CEO Urs Kessler eingehen wird, erreicht werden.

Diversifikation der Märkte und Geschäftsfelder bei gleichzeitigem Fokus in Bezug auf Angebot und Region kombiniert mit Innovation und Marketingfokus sind die wichtigsten strategischen Eckpfeiler unseres Unternehmens. Gleichzeitig wirken sich die neue Führungsorganisation und die laufenden Investitionen in Rationalisierung positiv aus.

Als Dienstleistungsunternehmen setzen wir konsequent auf die Verbesserung unserer Erlebnis- und Dienstleistungsqualität. Entscheidend ist dabei natürlich die persönliche Dienstleistungsqualität und damit die Leistung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Bereichen unseres Unternehmens. Ihnen gebührt ein besonderer Dank des VR für das in einem schwierigen Umfeld erreichte Resultat. Innovation und Marketingorientierung setzen eine kompetente und führungsstarke Geschäftsleitung voraus, der Verwaltungsrat dankt deshalb auch der GL für ihre konsequente Arbeit. Als Tourismusunternehmen sind wir natürlich in ein Gesamtangebotssystem, das viele Partnerunternehmen wie die Hotels oder den Detailhandel umfasst, angewiesen. Wir danken auch unseren Partnern in der Region und allen, die sich wie die lokale Politik für die Entwicklung des Tourismus in der Jungfrauregion einsetzen.

16. Mai 2011

Strategische Zielsetzungen erreicht - Strategische Projekte in Arbeit

Unser Unternehmen definiert sich als Value Stock. Es möchte für alle Anspruchsgruppen nachhaltigen, langfristigen Wert erzeugen. Die finanzielle Entwicklung unseres Unternehmens verläuft damit entsprechend den Zielsetzungen des Verwaltungsrates und übertrifft das Free Cash Flow Ziel sogar markant.

Ein Unternehmen, das im Tourismus- und Transportbereich einem immer intensiveren globalen Wettbewerb ausgesetzt ist, steht vor der strategischen Herausforderung, die begrenzten Investitionspotentiale möglichst optimal in die Steigerung der Attraktivität seiner Angebote zu investieren. Dies ist ein heikler Weg zwischen zu wenig Investitionen, was zu einer abnehmenden Attraktivität und damit rückläufigen Umsätzen führt, oder Fehl- und Ueberinvestitionen, was die Unternehmung längerfristig mit Folgekosten belastet. Der Verwaltungsrat hat sich deshalb letztes Jahr wie einleitend erwähnt intensiv mit der mittelfristigen Investition- und Finanzplanung befasst. Auf dieser Basis wurden Entscheide zu den Investitionsprioritäten gefasst.

Aufgrund der technischen Komplexität und Sicherheitsanforderungen, aber auch Qualitätsanforderungen der Märkte steigen die Investitionskosten. Gleichzeitig nimmt nicht nur die Konkurrenz um Gäste, sondern auch um Aufmerksamkeit und Medienraum zu - die kritischen Markt- und Unternehmensgrössen erhöhen sich laufend. Um die steigenden Investitionskosten decken zu können und eine kritische Marktgrösse aufrecht erhalten zu können ist ein angemessenes Wachstum notwendig. Unser Unternehmen sucht das Wachstum durch eine Verbesserung der Auslastung der Nebensaisons und nicht durch die Steigerung der Spitzen. Dies bedingt Innovationen in Bezug auf Produkte und Märkte. Im Sinne einer transformativen Unternehmensentwicklung geht es für uns als grösstes Unternehmen der Branche in der Schweiz darum, Markttrends auszunutzen und teilweise auch mitzugestalten.

In den letzten Jahren lag der Fokus auf den Investitionen in die Erneuerung unserer Skigebiete First (dieses Jahr mit der Kapazitätssteigerung der Firstbahn) und Kleine Scheidegg. Einen besonderen Erfolg konnte unsere Unternehmung dieses Frühjahr erzielen, indem es gelungen war, die Aktienmehrheit der Sesselbahn Lauberhorn zu erwerben. Diese Unternehmung soll in die WAB integriert werden. Obwohl die Unter-

16. Mai 2011

nehmung mit Fr. 1 Mio. einen kleinen Umsatz aufweist, hat sie eine grosse Bedeutung, weil damit alle Transportanlagen um die Kleine Scheidegg im Besitze unserer Gesellschaft sind. Für den Weiterausbau des Wintersportes um die Kleine Scheidegg, aber auch die Entwicklung des gesamten Gebietes Kleine Scheidegg sind damit wichtige Voraussetzungen geschaffen.

Jetzt wird der Fokus wieder auf die Hauptattraktion und Cash Cow unseres Unternehmens, das Jungfrauoch Top of Europe gelegt. Kurzfristig geht es im Hinblick auf das 100 Jahr Jubiläum des Jungfrauoch Top of Europe darum, durch Investitionen die Attraktivität und Qualität des Aufenthaltes auf 3500m Höhe zu steigern. Zu diesem Zweck hat der VR Investitionen im Umfang eines zweistelligen Millionenbetrages in einen Erlebnis- Rundgangsstollen und die Neugestaltung der Sphinx Halle als animierter Attraktionsraum bewilligt. Näheres zum Stand des Projektes wird Ihnen unser CEO Urs Kessler berichten.

Längerfristig soll mit dem visionären Projekt Ostgrat eine neue Angebotsdimension geschaffen werden. Der Verwaltungsrat betrachtet dieses Projekt als strategische, geschäftserweiternde Investition, die die Ansprache neuer, für die ganze Region attraktiver Märkte ermöglicht. Dieser neue spektakuläre Aussichtspunkt auf über 3700m Höhe soll aus der ehemaligen Richtstrahlanlage der Swisscom entstehen. 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 internationale Top Kunden sowie eine begrenzte Zahl von Wiederholungskunden aus den Nahmärkten, womit die Wertschöpfung für die ganze Region gesteigert werden kann.

Zum Fortschritt bei unseren weiteren strategischen Projekten wie der WAB plus verweise ich auf die Ausführungen von Urs Kessler.

Als längerfristige Zukunftsprojekte und Sicherung der Entwicklungsperspektiven unseres Unternehmens für die nächste Generation sind die Planungsarbeiten mit unseren Partnern, den Gemeinden Grindelwald und Lauterbrunnen für die Masterplanung Kleine Scheidegg und die Skigebietsentwicklung der Jungfrauregion weiter.

Planungsprozesse sind leider heute länger geworden und dauern nicht mehr wie zu Guyer Zellers Zeiten 1 Jahr von der Vision bis zur Konzession.

16. Mai 2011

Als Dienstleistungsunternehmen hat bei uns wie oben erwähnt das Personal eine wichtige Rolle. Nachdem in den letzten beiden Jahren eine neue Führungsorganisation umgesetzt wurde, liegt jetzt der Fokus auf Personalschulung und insbesondere Führungsschulung auf allen Stufen. Wir sind froh, für wichtige Funktionen inzwischen auf einen breiten eigenen Kadernachwuchs zurückgreifen zu können. So wurden die neusten beiden Zugänge in die erweiterte Geschäftsleitung, Thomas Aebischer und Marco Luggen, aus eigenen Reihen rekrutiert. Für ein langfristig ausgerichtetes Unternehmen ist auch eine Beständigkeit in der strategischen Führung entscheidend. Ich möchte deshalb meine Kollegen im VR für Ihren Einsatz zu Gunsten unseres Unternehmens danken. Ein ganz besonderer Dank gebührt unserem CEO Urs Kessler, die wesentliche Triebfeder für die Entwicklung der Jungfraubahnen ist und der gesamten GL.

Zur Unternehmung gehören aber auch Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Längerfristig interessierte Aktionärinnen und Aktionäre sichern unserem Unternehmen klare Rahmenbedingungen und sind uns in unserer Arbeit eine Motivation. In diesem Sinne danken wir Ihnen auch für Ihr Kommen und Ihr Interesse.