



1

JUNGFRAU
TOP OF EUROPE

Jungfrau – est. 1912

Ein Stück Schweizer Eisenbahngeschichte

Adolf Guyer-Zeller
1839-1899

4 Konzessionsgesuche
Gesuch Guyer-Zeller 12/1893
21.12.1894 Konzessionserteilung
27.07.1896 Spatenstich
1898 Eröffnung Eigergletscher
1899 Tod von Guyer-Zeller
1903 Station Eigergwand
1905 Station Eismeer
1912 Eröffnung Jungfraujoch
... danach Ausbruch 1. Weltkrieg

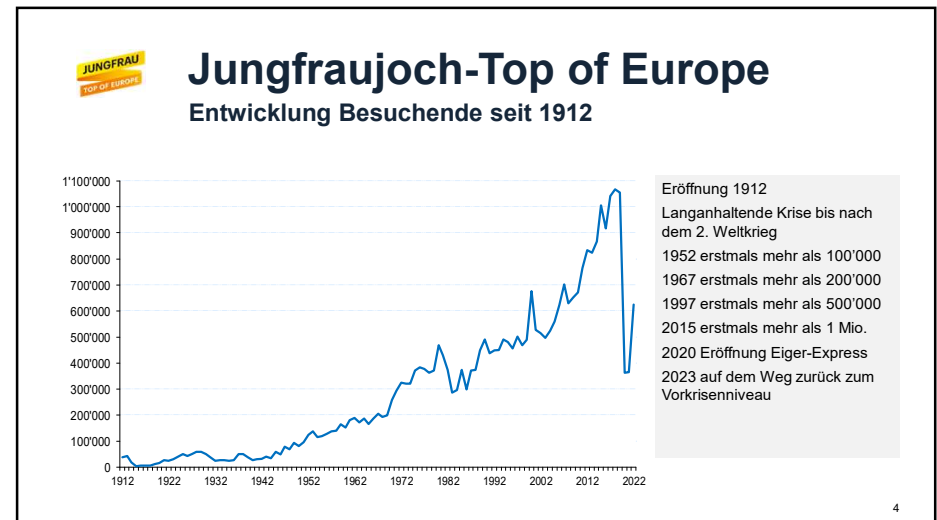
3

Agenda

Unternehmenspräsentation Jungfrau Holding AG

- Geschäftsmodell
- Strategie und Projekte
- Halbjahreszahlen 2023
- Nachhaltigkeit
- Ausblick

2



4



JUNGFRAU
TOP OF EUROPE

Geschäftsmodell

Jungfrauabahn-Gruppe

jungfrau.ch

5

5




Geschäftsmodell

Ergänzende Nebengeschäfte (1)



Kraftwerk Lütschental
Fließwasserkraftwerk
60 GWh Jahresproduktion
Regionales Verteilnetz
Umsatz > CHF 10 Mio.



Top of Europe Shops
Souvenirshops
Interlaken, Terminal, First,
Jungfraujoch
Umsatz 2022 CHF 9 Mio.



Gastronomiebetriebe
Betrieb von Gastrobetrieben
Pachtbetriebe Erlebnisberge
Präsenz an allen Ausflugszielen
Umsatz 2022 CHF 12 Mio.

7

7



Geschäftsmodell

Kerngeschäft: 3 Segmente



Jungfraujoch–Top of Europe
Höchste Eisenbahnstation
UNESCO Welterbe
1 Mio. Besucher p.a.
Ideal für Gruppenreisen & FIT
+/- 60% Umsatzanteil



Wintersport
Jungfrau Ski Region #4 der CH
Int. Lauberhornrennen Wengen
Grindelwald, Wengen, Mürren
1.1 Mio. Skier Visits p.a.
+/- 20% Umsatzanteil



Erlebnisberge
Klar positionierte Voralpengipfel
Cross Selling mit Jungfraujoch
Fokus auf FIT / Feriengäste
> 1 Mio. Gäste p.a.
+/- 20% Umsatzanteil

6

6



Geschäftsmodell

Ergänzende Nebengeschäfte (2)



Parking
2 Parkhäuser mit je 1'000 PP
Aussenanlagen, z.T. temporäre
Busparking
Parkleitsystem Jungfrau Region
Umsatz rund CHF 4 Mio.



Vermietung Geschäftsräume
Terminal Grindelwald
Shops Jungfraujoch
Wohnungen in Bahngebäuden
Umsatz rund CHF 4 Mio.



Managementdienstleistungen
Berner Oberland-Bahnen AG
Betrieb Gondelbahn GGM
Marketing- & IT-Leistungen
Jungfrau Ski Region
Umsatz rund CHF 10 Mio.

8

8



9

Strategie und Ziele Jungfraubahn-Gruppe

- V-Bahn sichert Qualität und Zukunft
 - Marktbedürfnis nach Reisezeitverkürzung befriedigen
 - Kapazitätserhöhung realisieren
 - Qualitativ hochstehendes Transportkonzept
- Das Jungfraujoch – Top of Europe als Hauptertragsquelle stärken
 - Branding «Jungfrau – Top of Europe»
 - Steigerung Ertrag durch höheren Anteil FIT (Einzelreisende)
- «12 Monate Hochsaison»
 - Internes Wachstum anstreben durch bessere Auslastung der Zwischensaison
 - Immer mindestens 2 Ausflugsziele offen

11

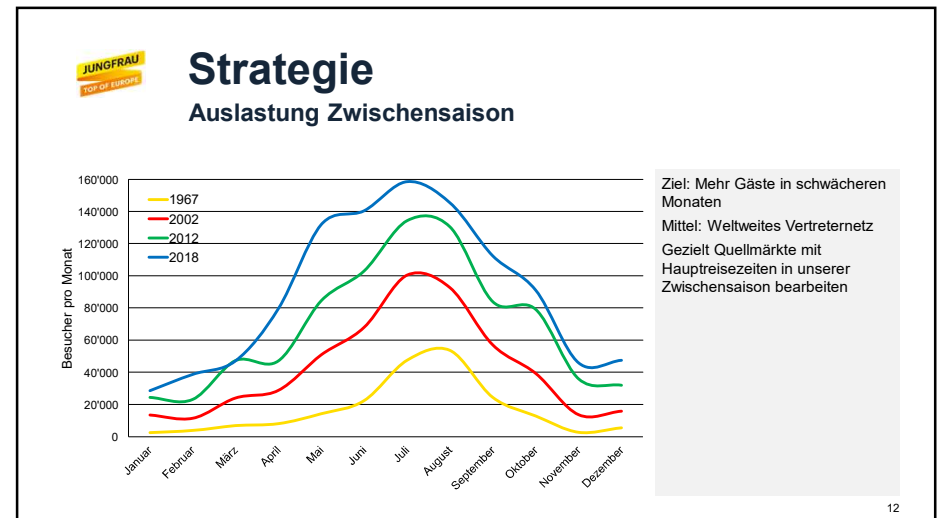
Unsere Vision Jungfraubahn-Gruppe

Die Jungfraubahn-Gruppe entwickelt sich als führendes touristisches Unternehmen der Schweiz und grösste Bergbahngruppe in Richtung eines **integrierten Freizeit- und Serviceunternehmens**.

Dabei stützt sie sich auf

- ihre über 120-jährige unternehmerische Tradition,
- die Vision des Gründers, die einmalige alpine Landschaft breiten Teilen der Bevölkerung und internationalen Gästen zugänglich zu machen,
- ihre Verankerung in der Jungfrau Region,
- ihre über Generationen entwickelte Marke, Dienstleistungs- und technische Kompetenz.

10



12

V-Bahn

Grösstes Erneuerungsprojekt in der Geschichte



8 Elemente - 3 Partner
CHF 0.5 Mia. Investitionssumme
CHF 350 Mio. durch JB-Gruppe
2½ Jahre Bauzeit, Eröffnung 2020

Impact:
45' Reisezeitgewinn Jungfraujoch
30% Kapazitätserhöhung / Std.
Eiger-Express - modernste 3S-Bahn der Welt
Direktanschluss ÖV
Einzigartiger Terminal mit Shops, Gastronomiebetrieben, Parkhaus

13

13

Strategische Projekte

Erneuerung Firstbahn



Situation heute:
Konzession der Bahn in 2. Generation läuft 2034 ab
Starke Nachfrage – Sommer
Talstation suboptimal angebunden
Baufälliges Berghaus

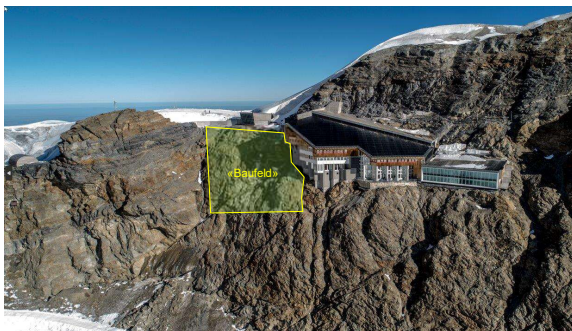
Ziele:
Kompletterneuerung von Bahn und Berghaus
Linienoptimierung inkl. Anbindung an ÖV und/oder Parking

15

15

Strategische Projekte

«Erster Blick» Jungfraujoch



Situation heute:
Topmoderne Infrastruktur Terminal und Eigergletscher
Jungfraujoch in die Jahre gekommen – Eröffnung 1987

Ziele:
Wow-Effekt bei Ankunft
Qualitative Aufwertung Jungfraujoch
Platz schaffen

14

14

Strategie

Finanzziele JungfrauBahn-Gruppe

Umsatzrendite (ROS)	≥ 18%
EBITDA-Marge	≥ 40%
Payout-Ratio	35 bis 60%
Kum. Free Cashflow 2014-2023	≥ 150 Mio.
Verzinsliches Fremdkapital	≤ 10%

Finanzziele werden derzeit überprüft

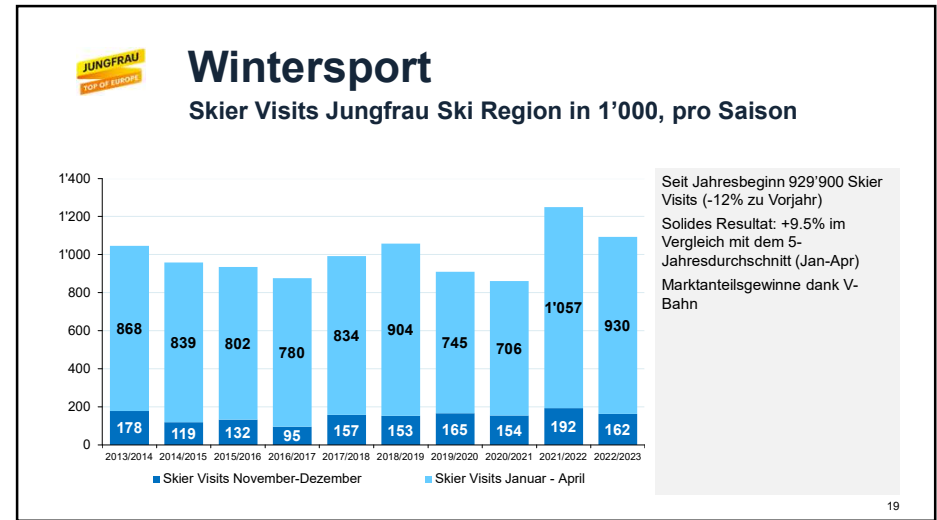


16

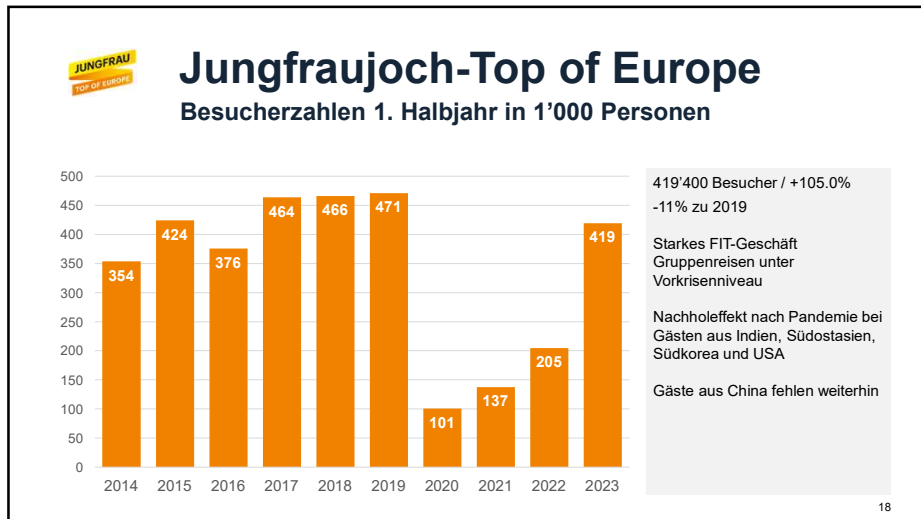
16



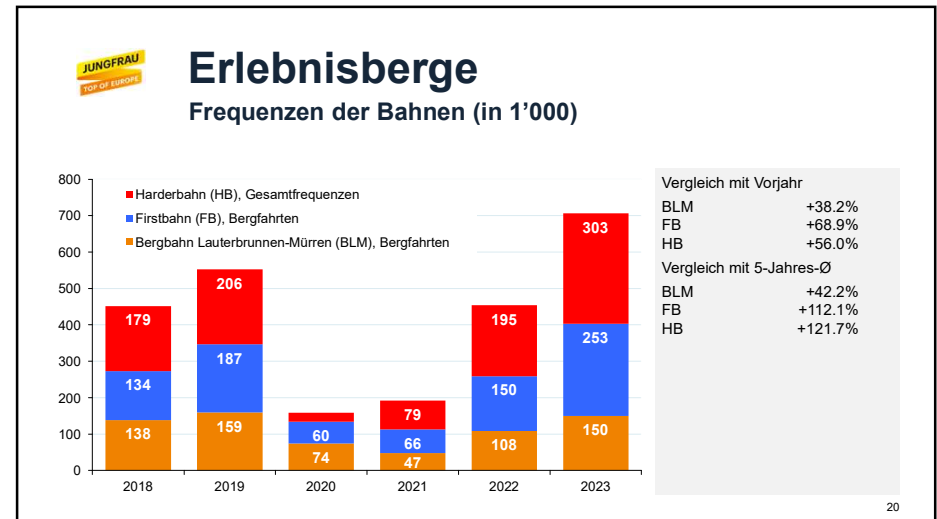
17



19



18



20

JUNGFRAU
TOP OF EUROPE

Verkehrsertrag 1. Halbjahr

Jungfrauabahn-Gruppe, pro Segment

in TCHF	2023	2022	Abw. in %
Jungfrauoch - Top of Europe	55'680	26'573	109.5%
Erlebnisberge	13'075	8'803	48.5%
Wintersport	25'534	27'471	-7.1%
Nettoverkehrsertrag	94'289	62'847	50.0%
Besucher Jungfrauoch	419'400	204'600	105.0%
Skier Visits Jungfrau Ski Region	929'900	1'057'500	-12.1%

Jungfrauoch-Top of Europe:
Erneute Steigerung Ø-Ertrag pro Gast dank Shift zu ausländischen Individualtouristen

Erlebnisberge:
Ertragssteigerung dank Frequenzsteigerungen

Wintersport:
Verkehrsertrag sinkt weniger stark als Skier Visits → Ø-Ertrag höher dank einheitlicher Tageskarte in allen Teilgebieten

21

21

JUNGFRAU
TOP OF EUROPE

Nachhaltigkeit

Jungfrauabahn-Gruppe



jungfrau.ch

23

23

JUNGFRAU
TOP OF EUROPE

Kennzahlen

Jungfrauabahn-Gruppe, 1. Semester

in TCHF	2023	2022	Veränderung
Verkehrsertrag	94'289	62'847	50.0%
Betriebsertrag	132'493	98'109	35.0%
Betriebsaufwand	-69'364	-59'803	16.0%
EBITDA	63'129	38'306	64.8%
EBITDA-Marge	47.6%	39.0%	
Halbjahresergebnis	34'976	15'283	128.9%
Umsatzrendite (ROS)	26.4%	15.6%	

Deutliche Umsatz- und Margensteigerungen gegenüber Vorjahr; Dabei ist zu bedenken, dass Q1/2022 noch stark COVID-beinträchtigt war – insbesondere beim Jungfrauoch.

Bedeutung Verkehrsertrag ist augenfällig: 50% mehr Verkehrsertrag führt zu 35% mehr Betriebsertrag, zu 65% höherem EBITDA und zu einer fast 130% Steigerung des Ergebnisses.

22

22

JUNGFRAU
TOP OF EUROPE

Nachhaltigkeit

Update 1. Semester 2023



Alpines Solarkraftwerk: Jungfrauabahnen prüfen ein alpines Solarkraftwerk. Verhandlungen mit Eigentümern geeigneter Standorte sind im Gang.

Wengen Shuttle: Testphase der neuen Fahrzeuge läuft. Inbetriebnahme auf den Fahrplanwechsel am 10.12.2023.

Zertifizierung: Jungfrauabahnen bereiten ISO-Zertifizierung 14001 in der zweiten Jahreshälfte 2023 vor.

Berichterstattung: Die Jungfrauabahn Holding AG wird für das Geschäftsjahr 2023 erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht nach GRI-Standards publizieren.

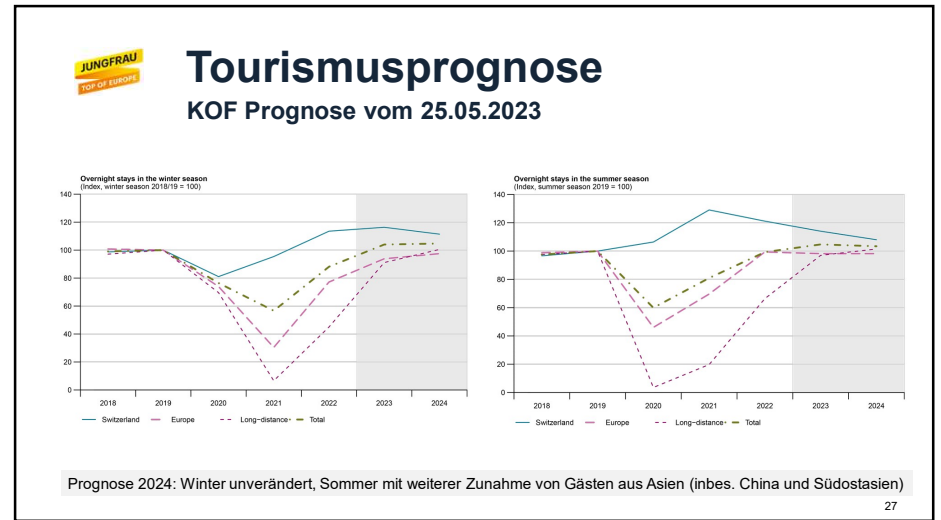
P+R-Anlage Haltestelle Matten: Die Berner Oberland-Bahn nimmt auf den Fahrplanwechsel die Haltestelle Matten mit einer neuen P+R-Anlage in Betrieb. Ziel ist, den Freizeitverkehr weiter von der Strasse auf die Schiene zu verlegen. Unsere Angebote werden entsprechend angepasst.

24

24



25



27

Ausblick
2. Semester 2023

Nachfrage Juli/August: Erfreulicher Trend des ersten Halbjahrs in den Segmenten Jungfrauoch-Top of Europe und Erlebnisberge hält an. Unsicherheiten bleiben.

Fahrplanwechsel 10.12.2023:
Inbetriebnahme Wengen Shuttle
Inbetriebnahme Haltestelle und P+R Matten

Preis Anpassungen:
keine Preis anpassungen im Wintersport
Übernahme der Preis anpassungen im abgeltungsberechtigten öffentlichen Verkehr (durchschnittlich 3.7%)
Differenzierte Anpassungen bei den Bergbahnen im B2B- und B2C-Geschäft

26

Kontakt
Jungfraubahn Holding AG

Urs Kessler, CEO, urs.kessler@jungfrau.ch
Christoph Seiler, CFO, christoph.seiler@jungfrau.ch

Jungfraubahn Holding AG
Harderstrasse 14
CH-3800 Interlaken
+41 33 828 71 11

28