

Branchentalk Tourismus

Oliver Hammel, CEO Jungfraubahnen | 30. Oktober 2026

Agenda

Von den Anfängen bis heute

1. Einblick Jungfraubahn-Gruppe
2. Geschäftszahlen und Geschäftsmodell
3. Markt und Marketingstrategie
4. Ausblick und Projekte
5. Q&A



1 | Einblick Jungfraubahn-Gruppe

Erbe, Geschichte, Segmente

Jungfraubahn – eröffnet 1912

Ein Kapitel Schweizer Eisenbahngeschichte und Teil unserer DNA



- 4 Konzessionsanträge
- Antrag von Guyer-Zeller 12/1893
- 21.12.1894 Beschluss des Bundesrates
- 27.07.1896 Spatenstich
- 1898 Eröffnung Eigergletscher
- 1899 Tod von Guyer-Zeller
- 1903 Eröffnung Station Eigerwand
- 1905 Eröffnung Station Eismeer
- 1912 Eröffnung Jungfraujoch

… kurz vor dem Ersten Weltkrieg

Adolf Guyer-Zeller
1839-1899

Jungfrau Region



Jungfrau Ski Region





2 | Geschäftszahlen und Geschäftsmodell

Geschäftszahlen und Diversifizierungsstrategie

Jungfraujoch Gästezahlen: 100 Jahre Resilienz

Erholung nach Kriegen und Covid auf über 1 Million Gäste

- Eröffnung 1912
- Lang anhaltende Krisenphase bis nach dem Zweiten Weltkrieg
- 1952 erstmals über 100'000 Besuchende
- 1967 erstmals über 200'000 Besuchende
- 1997 erstmals über 500'000 Besuchende
- 2015 erstmals über 1 Mio. Besuchende
- 2023 Rückkehr auf das Vorkrisenniveau



2025 auf einen Blick

Kennzahlen für die Jungfraubahn-Gruppe: Schweizer Nr. 1 Reisedestination

305,7 Mio.
(+3,7%)
Betriebsertrag

138,4 Mio.
(+3,0%)
EBITDA in CHF
(EBITDA-Marge = 45,3%)

78,2 Mio.
(+2,3%)
Jahresergebnis

56,0
Net Promoter Score (NPS)

CHF 8.50
(+13.3%)
Dividende pro Aktie

3,9 Mio.
(+3,2%)
Gäste auf unseren Bahnen

Besucherzahlen 2025: Wiederum ein Top-Jahr

Mehr Gäste, höhere Durchschnittserträge

Jungfraujoch – Top of Europe



1‘056‘600 Besuchende

(-0,2%)

- Drittbestes Ergebnis
- +2,6% im ersten Halbjahr
- -2,4% im zweiten Halbjahr
- Höherer Durchschnittsertrag pro Gast

Erlebnisberge



1‘644‘400 Gäste

(+3,2%)

- Firstbahn: +7,1%
- BLM: +6,9%
- Harderbahn: -4,5%
- +45,1% mehr Jungfrau Travel Pässe verkauft

Wintersport



1‘208‘600 Skier Visits

(+5,2%)

- Wintersaison 2024/2025: zweitbeste der letzten 10 Jahre
- Saisonstart 25/26: +11,8%
- 37‘400 AlpsPass-Abos verkauft
- 10‘000 Saisonpässe Jungfrau Ski Region verkauft (+9,6%)

Nebengeschäfte



59,7 GWh

Stromproduktion (-10,3%)

- Management Services
- IT-Services
- Management Berner Oberland-Bahnen AG

Enge Zusammenarbeit und Nachhaltigkeit

Kommunalbehörden, Gemeinden und Berggenossenschaften







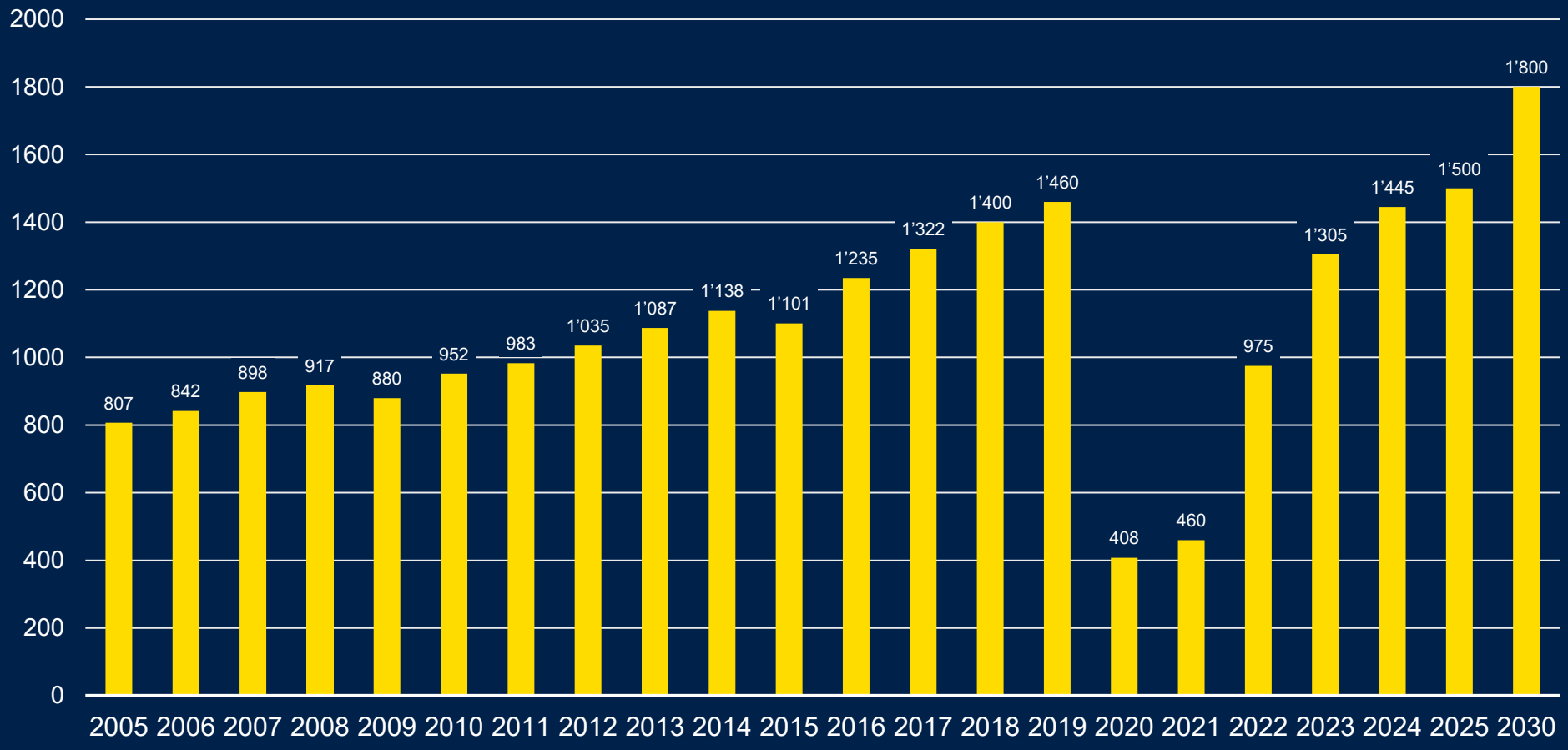
3 | Markt und Marketingstrategie

Trends und Entwicklung

Weltweite Ankunftszahlen zeigen: Strukturelles Wachstum hält an

Entwicklung untermauert die anhaltende Nachfrage nach Premium-Reisezielen

2005-19: CAGR +4.0%
2005-24: CAGR +3.0%
2024-30: CAGR +3.0%



Source: UNWTO

Trends im Tourismus

Der alpine Tourismusmarkt im Wandel

Von der saisonalen zur ganzjährigen Nachfrage
Aktives Management zur besseren Auslastung in der Nebensaison und ausserhalb der Hauptsaison

Von einem Volumen-Fokus zu wertbasierter Wertschöpfung
Qualität, Rentabilität und nachhaltiges Wachstum haben Vorrang vor blossem Volumen

Von analogen Kontaktpunkten zur digitalen Customer Journey
Durchgängige Digitalisierung – von der Idee bis zum Erlebnis vor Ort

Von Standardangeboten bis hin zur datengestützten Personalisierung
Gezielte Kommunikation und personalisierte Angebote





4 | Ausblick und Projekte

Strategische Projekte

Sechs strategische Projekte

Für nachhaltiges Wachstum in der Region

1



Erneuerung Firstbahn

2



Ausbau Jungfraujoch

3



Restaurant Eigergletscher

4



BOB – erste S-Bahn der Alpen

5



Alpine PV-Anlage Hintisberg

6



Hotel Interlaken Ost

Ein Ziel: Zufriedene Gäste

Dafür arbeiten rund 1000 Mitarbeitende täglich



Q & A





Kalender

05.01.2027	Bekanntgabe Frequenzen 2026
15.04.2027	Bekanntgabe Jahresergebnis 2026
21.05.2027	Generalversammlung

Kontakt

Oliver Hammel, CEO
oliver.hammel@jungfrau.ch

Christoph Seiler, CFO
christoph.seiler@jungfrau.ch