

Sehr geehrte Damen und Herren

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre

So gut es ging, blieben wir über die vergangenen drei Jahre mit Ihnen in Kontakt. Wir hoffen, die digitalen, animiert gestalteten Jahresberichte, zusammen mit dem immer noch gedruckt verfügbaren und über 600 Mal bestellten Jahresbericht, haben Ihnen erlaubt, die Entwicklung unseres Unternehmens in dieser besonderen Zeit zu verfolgen.

Wir haben, so scheint es mindestens Stand heute, mit dem Auslaufen der besonderen Lage am 1. April 2022 in der Schweiz die Pandemie faktisch hinter uns. Wir dürfen Ihnen heute über ein Pandemiejahr 2021 berichten, das, auch dank staatlicher Härtefallunterstützung, fast ein ausgeglichenes Resultat brachte. Und wir sehen an den Buchungsständen, und auch an den jetzt schon verstärkt anreisenden interkontinentalen Individualgästen, dass die internationale Reisetätigkeit wieder zunimmt. Zuversicht für die weitere Entwicklung scheint angezeigt, respektive schien.

Denn parallel zu dieser wachsenden Zuversicht wurde mit dem Angriff von Russland auf die Ukraine der erste gross Krieg auf unserem Kontinent in diesem Jahrhundert gestartet. Ein Krieg, von dem wir noch nicht wissen, wohin er führt. Von dem wir aber bereits wissen, dass er grosse weltweite Spuren in Bezug auf menschliches Leid, politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Folgen hinterlassen wird. Der durch den Krieg verursachte Angebotschock vor allem bei Energie, Getreide, aber auch bei den globalen Lieferketten, hat die schon vor einem Jahr aufflackernde, durch die expansive Politik der Notenbanken unterfütterte Inflation zusätzlich befeuert. Gleichzeitig wird immer mehr Menschen klar, dass die Friedensdividende sowie die Globalisierungsdividende, von denen wir in den letzten 30 Jahren profitiert haben, aufgezehrt ist. Das dürfte sich in den nächsten Jahren bei Wohlstand und Konjunktur negativ auswirken.

Erlauben Sie mir vor diesem Hintergrund, der uns alle bewegt, zuerst ein paar Überlegungen zu unserem Unternehmen im Wechsel der Zeit. Ich werde danach auf das unter den gegebenen Bedingungen gute Jahresresultat 2021 kurz eingehen, weil sie hier dann detaillierte Ausführungen durch unseren CEO erhalten. Anschliessend werde ich vor allem auf die strategischen Entscheide und Grundlagen der JBH eingehen.

Tourismus und Jungfraubahn Holding AG im Wechsel der Zeiten

Tourismus, vor allem Ferntourismus, ist ein zyklisches Geschäft. Gute Zeiten werden durch schlechte abgelöst. Schon kurz nach der Eröffnung des Jungfraujochs – Top of Europe 1912 kam 1914 der erste Weltkrieg und nachfolgend 1918 die Spanische

Grippe. Danach aber die «boomenden» 1920er Jahre, bevor dann in den 30er Jahren die Weltwirtschaftskrise und später der 2. Weltkrieg folgten. In der jüngsten Zeit wurde die Finanzkrise und die Zeit der Schweinegrippe 2007/09 durch eine lange und stabile Wachstumsphase abgelöst, die bis Februar 2020 dauerte. In einem Geschäft mit hohen Fixkosten wirken sich gute Phasen sofort stark positiv auf Margen und Gewinn aus.

In solchen, auch für die Jungfraubahnen zuletzt hochprofitablen Phasen, gilt es auch, Finanzpolster für schlechte Zeiten zu schaffen und Investitionen in die Zukunft zu tätigen. Das haben die Jungfraubahnen mit ihren Gewinnreserven von CHF 586 Mio. und einem bis auf per Bilanzstichtag CHF 45 Mio. verzinslichem Fremdkapital weitgehend selbst finanzierten CHF 354 Mio teuren Generationenprojekt V-Bahn erfolgreich gemacht. Zur Vorsorge gehört auch, dass eigene Substanz geschaffen wird. Die Jungfraubahn Holding AG (JBH AG) ist praktisch nur in eigenen Liegenschaften tätig, konnte in den letzten zehn Jahren sogar zusätzliche Liegenschaften im Umfeld unserer Betriebsanlagen dazukaufen, und sie hat keine in Krisensituationen heikle, weil cash out verursachende, wesentlichen Leasingverpflichtungen.

Diese solide finanzielle Lage zusammen mit der Diversifikation unserer Geschäftsfelder erlaubten es, auch in den zwei Krisenjahren mit CHF 22 Mio. (2020) und CHF 41 Mio. (2021) einen signifikanten, positiven Cashflow zu erwirtschaften.

Menschen reisen und der Tourismus floriert immer, sobald es die Umstände erlauben. Dies zeigte sich im letzten Sommer, als bereits wieder viele Gäste aus dem mittleren Osten die Jungfrau Region besuchten, weil die Corona-Restriktionen Reisen zwischen diesen beiden Regionen erlaubten. Das bewies sich auch Ende 2021, als erste indische Gruppen anreisten. Und es zeigte sich diese Ostern mit neuen Rekordstaus am Gotthard.

Dass es nach über zehn Jahren Wachstum gelungen ist, unsere Unternehmung in der Pandemiezeit so rasch noch flexibler zu gestalten und teils neu aufzustellen, dass sie sehr kurzfristig, fast von Tag zu Tag, auf neue Regulierungen und Marktsituationen reagieren kann, ist ein besonderes Verdienst unserer Mitarbeitenden und unserer operativen Führung unter der Leitung von Urs Kessler. Die Krise konnte bei der JBH AG genutzt werden, um schlanker und agiler zu werden.

Ich möchte deshalb an dieser Stelle herzlich unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für Ihre Loyalität, den hohe Flexibilität erfordernden, erfolgreichen Arbeitseinsatz, aber auch die immer wieder gerade auch in schwierigen Situationen gezeigte Freundlichkeit danken. Es darf nicht vergessen werden, dass viele und bis heute einige in Kurzarbeit sind bzw. waren.

Ganz besonders möchte ich auch unserer Geschäftsleitung für ihre Führung, den in den vergangenen zwei Jahren hohen Einsatz, aber auch Motivation erforderte, danken. Wir haben mit der auf 1. Januar 2021 eingeführten Organisation und dem neuen Geschäftsleitungsteam eine hervorragende Führungsmannschaft. Danken möchte ich insbesondere Urs Kessler. Er hat in den Corona-Jahren nicht nur das Unternehmen operativ sicher geführt, sondern jede sich ergebende Geschäftsmöglichkeit initiativ genutzt. Oder haben Sie in den letzten drei Jahren ein anderes Bergbahn- oder Tourismusunternehmen gesehen, das so aktiv am Markt präsent war?

Auch danken möchte ich meiner Kollegin und meinen Kollegen im Verwaltungsrat. Vor allem zu Beginn der Pandemie galt es, heikle Situationen abzuwägen. Kann die Liquidität bei einem ungewissen Verlauf der Pandemie gesichert werden? Darf und soll die V-Bahn fertig gebaut werden? Die Zusammenarbeit im VR war immer konstruktiv und sachorientiert, und von einem grossen Teamspirit getragen.

2021 – Unter den gegebenen Umständen ein erfolgreiches Jahr

Der VR beurteilt das finanzielle Resultat des letzten Jahres als sehr gut – vor allem unter den gegebenen Umständen. Der Cash Flow ist respektabel, und es musste mit der roten Null praktisch kein Kapitalrückgang verbucht werden. Das Unternehmen ist so konfiguriert, dass es auf einer zwar nicht komfortablen, aber stabilen Flughöhe auch bei sehr schwierigen Marktbedingungen operieren kann. Das Resultat mit einer roten Null war möglich dank der Härtefallgelder von Kanton und Bund von CHF 11.6 Mio. Diese wurde für besonders stark von der Pandemie betroffenen Töchter unserer Unternehmensgruppe ausgerichtet, wie zum Beispiel die Gastronomie. Zu bemerken ist dabei, dass über die letzten zwei Jahre drei Töchter mit einem Gewinn abschliessen konnten, Firstbahn, Harderbahn und die Parkhaus Lauterbrunnen AG. Ebenfalls konnte die Jungfraubahn selbst dank der Nebenbetriebe wie dem Kraftwerk fast ausgeglichen abschliessen. Entsprechend besteht für die Holding und für diese Töchter auch kein dreijähriges Dividendenverbot.

Ich möchte an dieser Stelle den Behörden der Gemeinden, des Kantons und des Bundes, bestens für die ausgezeichnete Zusammenarbeit, auch bei der Inbetriebnahme der V-Bahn, und die oben erwähnte Unterstützung danken. Auch erwähnen möchte ich mit dem entsprechenden Dank die gute Zusammenarbeit mit den Tourismusverbänden und -organisationen, sowie den Tourismusunternehmen – denn Unternehmerinnen und Unternehmer braucht die Region, um das durch die V-Bahn geschaffene Potential in Wert zu setzen.

Strategie und Umfeld

Ich habe vorher erwähnt, dass der VR davon ausgeht, dass der Tourismus, insbesondere der Interkontinentaltourismus, sich wieder erholt. Mit dieser Einschätzung ist der VR nicht alleine, sondern man geht in der Tourismusforschung und in der Tourismusbranche allgemein davon aus, dass der Freizeittourismus wieder wächst. Wahrscheinlich wird er geprägt sein durch eine stärkere Orientierung an Nachhaltigkeit. Auch könnten Reiseentscheidungen vermehrt kurzfristiger getroffen werden und der Anteil der Einzelreisenden dürfte sich verstärken – ohne die Gruppenreisen ganz abzulösen. Diese haben vor allem für Pioniermärkte eine grosse Bedeutung und könnten auch für ältere Reisende, Silver Agers, verstärkt attraktiv sein. Die «once in a lifetime» Reise auf einen anderen Kontinent wird aber für die Mittelklasse immer dazugehören. Und die Mittelklasse wächst ja gerade auch in den asiatischen Zielmärkten. Und das Bedürfnis nach Aktivitäten in der Natur im Winter und Sommer dürfte gerade auch nach der Pandemie weiter wichtig sein.

Genau auf diese drei Zielmärkte mit den neuen Bedürfnissen ist die JBH AG ausgerichtet. Wichtige strategische Entscheidungen waren dabei:

1. Die Bestimmung von und Ausrichtung auf die drei Segmente Jungfrauoch-Top of Europe mit dem (interkontinentalen) Sight Seeing Tourismus, den Erlebnisbergen und den Wintersport um 2007/2008. Alle drei Segmente ergänzen und verstärken sich betrieblich und bezüglich der Märkte, sie bieten aber auch eine gewisse, gerade in den Corona-Jahren bewiesene Diversifikation.
2. Die Stärkung des Jungfrauoch – Top of Europe mit der Vergrößerung/Erneuerung der Sphinx, aber auch der Alpine Sensation, die auf das Jubiläumsjahr von 100 Jahre Jungfrauobahn im Jahr 2012 erstellt wurde. So wurden Besucherabläufe neu definiert, um den hohen Ansprüchen auf dem internationalen Sight Seeing Markt gerecht zu werden.
3. Der Stärkung der Bergerlebnisziele Harder und First, aber auch Winteregg, mit einer Serie von durch die GL entwickelten Attraktionen, vom Zwei-Seen-Steg auf dem Harder bis zu Adventure-Erlebniskette auf dem First. Erlauben Sie mir, dass ich hier die Firstbahn herausstreiche. Nachdem die Bahn noch vor zehn Jahren schwergewichtig auf den Wintertourismus ausgerichtet war, ist sie heute ein Ganzjahresberg mit einem Umsatz, inkl. Erlebnisangeboten, der den Winter übertrifft. Ein einmaliger Fall eines Berges, der saisonmässig gedreht wurde, und der sogar in Corona-Zeiten profitabel betrieben werden kann.
4. Die Stärkung des Wintersportes mit einem Bekenntnis zum Ausbau des Drehkreuzes Kleine Scheidegg im Jahre 2008 mit einem Top-Angebot an Transportanlagen und beschneiten Pisten. Die Marktanteilsverschiebungen in den letzten Jahren zeigen den Erfolg dieser Massnahmen.

5. Seit etwa 2006 befassten sich die GL und der VR mit der Frage, wie das Jungfrauoch noch besser erschlossen werden könnte, um dem Bedürfnis nach kürzeren Reisezeiten entgegenzukommen und die notwendige Produktivitätssteigerung zu erreichen. Ein erstes Projekt, einzelne mögen sich erinnern, war Visjo im Jahre 2007 vorgestellt. Um 2011 zeigte eine Studie des weltweit tätigen Beratungsunternehmens für Skigebietsplanung, Ecosign, dass eine Hauptschwäche unseres Skigebietes die ungenügenden und unbequemen Förderkapazitäten ab Tal war. Sie schlugen eine Y-Bahn von Grund nach Männlichen und auf die Honegg vor. Unter initiativer Leitung unseres CEO konnte dieses Projekt zur V-Bahn weiterentwickelt und realisiert werden. Die V-Bahn, auf die der CEO noch weiter eingehen wird, ist gewissermassen das Ei des Kolumbus, sie ermöglicht eine um 45 Minuten kürzere Reisezeit auf das Jungfrauoch-Top of Europe und bietet eine neue Dimension der Erschliessung unseres Skigebietes. Sie wirkt sich so positiv auf alle Segmente unserer Gruppe aus. Anders hätte man diese Grossinvestition kaum legitimieren können.
6. Mit den Erlebnisangeboten, der inzwischen erfolgten Integration der Gastronomie entlang der Hauptstrecke aufs Jungfrauoch, aber auch dem Ausbau des Shopping-Angebotes u.a. mit dem Flagship Store in Interlaken, vor allem aber mit dem besten Terminal der Alpen Grindelwald Terminal mit seinen umfangreichen Serviceangeboten, integriert sich unsere Unternehmen weiter entlang der Wertschöpfungskette.
7. Dabei wird auch der Betrieb optimiert und Produktivitätssteigerungen werden erzielt. Diese kommen nicht nur Ihnen, den Aktionärinnen und Aktionären, zugute. Sie erhöhen generell die Wertschöpfung und damit die Fähigkeit unseres Unternehmens, attraktive und entwicklungsfähige Arbeitsplätze zu bieten.

Die Jungfraubahnen sind heute ein integriertes Freizeit- und Dienstleistungsunternehmen mit drei Segmenten, das innovationsfähig ist und eine Pipeline von attraktiven Entwicklungspotentialen und Attraktionspunkten aufweist – aber das ist dann eine Sache der Zukunft und damit unserer Nachfolgerinnen und Nachfolger.

Da es heute meine letzte GV ist, erlauben Sie mir noch vier Bemerkungen zur Zukunft des Tourismus:

1. Tourismus – eine wichtige Lebensdimension

Reisen und Bewegen ausserhalb des normalen Wohn- und Arbeitsumfeldes hatte immer schon die Funktion, Erholung und «Gesundung» zu bieten, aber auch Verständnis für andere Kulturen zu schaffen und damit auch zu einem friedlichen Miteinander beizutragen. Reisen schafft Erlebnisse, die auch durch modernste Digitalangebote (mit Drei-D-Brillen, usw.) nicht ersetzt werden können. Auch wenn

Reisen heute wegen der Umweltbelastung kritisch gesehen werden, sie haben eine wichtige Funktion und sind nicht ersetzbar. Und die Umweltbelastung entsteht zu einem grossen Teil bei der Anreise. Längere Aufenthalte und ein Fokus auf eine Hauptferniereise im Jahr dürften hier eine Entlastung bieten.

Und Tourismusunternehmen wie die Jungfrauabahn investieren zielorientiert in Nachhaltigkeit. Denn unser Unternehmen möchte im Tourismus, der immer auf der lokalen Natur und Kultur aufbaut, auch hier seine führende Rolle halten und verstärken. Das zeigt sich auch im ausführlichen Nachhaltigkeitsteil im vorliegenden Geschäftsbericht.

2. Tourismus für eine nachhaltige Entwicklung, insbesondere der Randregionen und Berggebiete

Tourismus ist ausser Rohstoffgewinnung bzw. Land- und Forstwirtschaft die einzige Möglichkeit, primäres Einkommen, Umsatzerlöse von ausserhalb, in eine Berg- und Randregion zu bringen. Ein grosser Teil geht dabei an die Mitarbeitenden und die Gemeinwesen in der Region. Für Randregionen ist der Tourismus deshalb nicht ersetzbar, er sichert Arbeitsplätze und wirtschaftliche Entwicklungsmöglichkeiten.

3. Interkontinentaler Tourismus ist nicht ersetzbar

Während der Coronajahre waren wir dankbar, dass wir viele Schweizer Gäste und Gäste aus den umliegenden Ländern empfangen durften. Für eine wirtschaftliche Nachhaltigkeit über das ganze Jahr braucht es jedoch den interkontinentalen Tourismus. Binnentourismus und Tourismus aus den umliegenden Ländern generiert aufgrund der konzentrierten, gleichen Ferienzeiten und Freitage sowie wegen der Bedeutung des Wetters starke Nachfrageschwankungen mit Auslastungsspitzen, die das System über die Grenzen fordern, und dann wieder lange Phasen mit ungenügender Nachfrage. In diesem Sinne ist auch die Nachhaltigkeit von reinem Binnentourismus zu hinterfragen, er braucht grosse Kapazitäten (z.B. Parkfelder) für die Auslastungsspitzen und belastet so die Umwelt, generiert aber oft ungenügende wirtschaftliche Effekte.

4. Overtourism und Naturtourismus

Weil interkontinentaler Tourismus sich auf einzelne Hot Spots konzentriert, generiert er dort eine hohe Dichte. Es kommt der Vorwurf des Overtourism auf. Idealisiert wird dabei der individuelle Weg in die Natur, selber in ein Alpental fahren (wo es dann zu wenig Parkplätze gibt), dort individuell Wandern und am besten gleich Zelten... Vergessen geht dabei, dass es auch aus Nachhaltigkeitssicht Sinn macht, Tourismuskapazität zu konzentrieren. Nur damit kann wie bei unserem Terminal eine optimale Anbindung an den öffentlichen Verkehr (öV) geboten werden. Nur damit kann eine Versorgung, und auch Entsorgung mit Anschluss an eine Kanalisation umweltgerecht sichergestellt werden. Man stelle sich 15'000 Skigäste

statt im wohlorganisierten Skigebiet Kleine Scheidegg-Männlichen auf ihrem individuellen Weg in die Natur vor.... Dass eine Dichte auch Nachteile bietet, ist klar. Und Unternehmen wie die Jungfraubahnen investieren auch in Besucherlenkung, um die Nachfrage über das Jahr und die Tageszeiten zu verteilen.

Ausblick auf die Generalversammlung

Einmal mehr beantragt der Verwaltungsrat, auf eine Dividende zu verzichten. Gegen diesen Antrag würden die erwähnten hohen Gewinnreserven sprechen. Für den Antrag spricht der Umstand, dass die Perspektiven nicht sicherer wurden, dass immer noch Mitarbeitende in Kurzarbeit sind, und dass die Liquidität für eine möglichst rasche Rückführung des verzinsbaren Fremdkapitals genutzt werden soll.

Mit Blick auf die Realisierung des Generationenprojekts V-Bahn war die Zusammensetzung des Verwaltungsrats der Jungfraubahn Holding AG über die letzten Jahre stabil gehalten worden. Deshalb war auch die früher bestehende maximale Amtsdauer von zwölf Jahren für diese Zeit ausgesetzt. Diese Amtsdauerbegrenzung gilt nun wieder, weshalb neben mir auch Verwaltungsrat Peter Baumann zurücktritt und nicht mehr zur Wahl zur Verfügung steht.

Peter Baumann war zwölf Jahre (2010 – 2022) Mitglied des Verwaltungsrates der Jungfraubahn Holding AG. Er sicherte die traditionelle Vertretung unserer wichtigen Standortgemeinde Grindelwald. In Grindelwald aufgewachsen war und ist er als Präsident der Schwellenkooperation und Gemeinderat von 2016 bis Ende 2021 in Gemeinde gut verankert. Peter Baumann war auch aufgrund seiner beruflichen Erfahrung und Persönlichkeit eine wichtige Stütze im Verwaltungsrat der Jungfraubahn Holding AG. Als ETH-Ingenieur war er praktisch seine ganze berufliche Karriere mit der Seilbahn- und Bergbahnbranche verbunden. Er war Geschäftsführer von Von Roll Seilbahnen, später war er nach deren Übernahme durch Doppelmayr in der Geschäftsleitung von Garaventa – Doppelmayr. Noch heute betreut er den Markt Lateinamerika für diesen grössten internationalen Seilbahnhersteller. Mit seinem internationalen Branchenverständnis und seinem technischen Knowhow gab er im Verwaltungsrat der Jungfraubahn Holding AG immer wieder wesentliche Impulse. Er war zudem während seiner ganzen Amtszeit auch Mitglied des Vergütungsausschusses und hat wesentlich zur Weiterentwicklung unseres auf das Geschäftsmodell der Unternehmung ausgerichteten Vergütungssystems beigetragen.

Peter Baumann wurde im Verwaltungsrat für seine klare Linie geschätzt. Er hat dem einer Regionalvertretung inhärenten Spannungsfeld zwischen den Interessen der Region und der Entwicklung des Unternehmens in einer Art und Weise Rechnung getragen, die auf das langfristige Wohlergehen der Unternehmung in ihrer Region

ausgerichtet ist. Er hatte ein ausgezeichnetes unternehmerisches Gespür und betrachtete auch immer die Chancen der Entwicklung der JBH für die Region. Persönlich schätzten wir Peter Baumann als kollegiale, verlässliche Persönlichkeit, die auch schwierigen Situationen ruhig und mit analytischem Verstand begegnete, aber auch immer bereit war, sensible Themen mit dem nötigen persönlichen Gespür anzugehen. Die JBH AG dankt Peter Baumann für seinen grossen Einsatz für die Gesellschaft und ihre Region.

Neu zur Wahl in den VR vorgeschlagen werden Catherine Mühlemann und Thomas Ruoff. Die Auswahl erfolgte nach einem klar definierten Anforderungsprofil. Die Wahlvorschläge ermöglichen die Weiterführung einer kompetenten regionalen Vertretung im VR, der Frauenanteil wird erhöht und die Tourismuskompetenz wird weiter gestärkt.

Catherine Mühlemann ist selbständige Unternehmerin und Verwaltungsrätin bei verschiedenen Unternehmen. So war sie von 2006 bis 2019 im Verwaltungsrat der Swisscom AG. Ihre berufliche Laufbahn startete Mühlemann 1994 beim Schweizer Fernsehen. 2001 wurde sie zum CEO von MTV Central Europe ernannt, einem Unternehmen der VIACOM AG, einem der grössten Medien- und Unterhaltungskonzerne der Welt. Seit 2017 ist sie Vizepräsidentin von Schweiz Tourismus. Catherine Mühlemann wohnt in Interlaken und ist Mutter zweier Kinder.

Thomas Ruoff ist Eidg. Dipl. Sanitär-Installateur. Er ist seit 1998 Inhaber und Geschäftsführer der A. Ruoff AG in Grindelwald. Er führt den Betrieb, der 1898 als Spenglerei- und Installationsgeschäft gegründet wurde, in vierter Generation. Im Laufe der Zeit wurde der Betrieb mit den Sparten Heizungsinstallationen, Flachdacharbeiten sowie Kanalreinigungen erweitert. Seit 2016 ist er im Gemeinderat Grindelwald für das Ressort Hochbau und Planung verantwortlich. Ruoff wohnt in Grindelwald und ist Vater zweier Kinder.

Als mein Nachfolger als Präsident wird, wie schon vor anderthalb Jahren kommuniziert, Heinz Karrer vorgeschlagen. Er hat sich nun über zwei Jahr intensiv in die JBH AG einarbeiten können. Mit seiner beachtlichen Karriere in der Wirtschaft, in verschiedenen obersten Führungsfunktionen in Branchen, die für unsere Unternehmung relevant sind, ist er hervorragend für diese Funktion vorbereitet. Als erfahrene Führungspersönlichkeit und heute auch vermehrt als Coach bringt er die notwendigen persönlichen Voraussetzungen mit. Als ehemaliger Präsident von Economiesuisse ist er hervorragend mit Wirtschaft und Politik vernetzt. Er ist zudem, auch, das ist für unser Unternehmen wichtig, in unserer Region lange Jahre verankert und ein hervorragender Alpinist.

Die Anträge im Bereich der Vergütung sind eine Fortschreibung. Es wird am bestehenden Vergütungsmodell festgehalten. Die beantragten Summen sind Obergrenzen, die aufgrund der variablen Anteile in den letzten beiden Coronajahren



nicht ausgeschöpft wurden. Es wirkt sich bei der Geschäftsleitung bereits zum zweiten Mal darin aus, dass die Gesamtentschädigung aufgrund des Wegfalles der variablen Komponenten markant tiefer ist. Aufgrund des erforderlichen hohen Einsatzes im letzten Jahr wurde für die Geschäftsleitung eine Prämie in Form der Möglichkeit für einen zusätzlichen vergünstigten Aktienbezug geschaffen. Beim Verwaltungsrat gilt weiter die Reduktion der Grundbezüge um 20%, die aufrecht erhalten wird, solange unser Unternehmen Kurzarbeitsgelder bezieht.

Erlauben Sie mir noch eine persönliche Schlussbemerkung. Mit der Möglichkeit, während 17 Jahren, 16 davon als Präsident, die Jungfraubahnen mitzugestalten, ging ein Kindheitstraum in Erfüllung. Bereits meinen ersten Schulvortrag zu einem frei wählbaren Thema habe ich in den 1970er Jahren über die Jungfraubahnen gehalten. Für die Gelegenheit, dass ich so lange für die JBH tätig sein durfte, danke ich Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre. Ich danke aber auch für die freundschaftliche, teamorientierte Zusammenarbeit der Kollegin und den Kollegen im Verwaltungsrat sowie unserer kompetenten Geschäftsleitung.

Das Verhältnis CEO VRP ist immer ein besonderes. Hier hatte ich das Glück, zuerst mit Walter Steuri, dann mit Urs Kessler mit hervorragenden Persönlichkeiten zusammenarbeiten zu dürfen. Ich danke deshalb auch Walter Steuri und dann für die vielen Jahre Urs Kessler für das beidseitig geschenkte Vertrauen, die vielen guten Gespräche und seinen bedingungslosen Einsatz für das Unternehmen. Danken möchte ich aber auch allen Partnern in der Region, in der Politik, für die vielen Begegnungen und die Unterstützung.
