

«Entscheiden heisst Risiken eingehen»

Am Forum Botia in Bözen referierte Urs Kessler, CEO der Jungfraubahnen

Urs Kessler, CEO der Jungfraubahnen, stellte das Geschäftsmodell des bedeutendsten Bergbahnunternehmens der Schweiz vor und zeigte Strategien auf, wie die Attraktivität in den nächsten Jahren noch gesteigert werden soll.

Sonja Fasler Hübner

BÖZEN. Über 80 Gäste fanden sich am Donnerstag zum Forum Botia im Bözer Restaurant Post zum Thema «Wachstum in stagnierenden Märkten» ein. «So viele wie noch nie», wie sich Hanspeter Joss anlässlich seiner Begrüssung freute. Zusammen mit zwei weiteren ehemaligen Gemeindegemeindeführern von Bözen, Verena Erb und Daniel Büeler, hat er anlässlich der Bözer 725-Jahrfeier im Jahr 2009 die Plattform für Ideen- und Wissensaustausch ins Leben gerufen.

Für das fünfte Forum konnten die drei den CEO der Jungfraubahnen, Urs Kessler, gewinnen. Die Jungfraubahn Holding und die Berner Oberlandbahn betreiben zusammen die Jungfraubahnen. Die Gruppe beschäftigt insgesamt 878 Mitarbeiter. Dass ein Unternehmer Visionen brauche, habe schon der Gründer der Jungfraubahn, Adolf Guyer-Zeller, bewiesen, so Kessler. Dieser begann 1896 mit dem Bau der Bahn, die 1912 erstmals aufs Jungfraujoch fuhr. Der Bau verschlang den für damals stolzen Betrag von 16 Millionen Franken und kam damit doppelt so teuer, wie geplant.

«Wer heute auffallen will, muss anders als alle anderen sein», betonte Kessler. Ganz offensichtlich



Hanspeter Joss (von links), Urs Kessler, Thomas Vetter, Lea Grossmann (Bank Coop), Vreni Erb und Daniel Büeler waren die Mitwirkenden des fünften Forum Botia.

Foto: Sonja Fasler Hübner

geht die Geschäftsstrategie auf. So konnten Jungfraubahnen in den letzten Jahren Besucherrekorde verzeichnen. Allein letztes Jahr zog es 833 000 Besucher aufs Jungfraujoch – die Vermarktung unter dem Werbeslogan «Top of Europe» zeigt Wirkung. Doch auf den Lorbeeren auszuruhen kommt für Urs Kessler nicht Frage. «Eine Masterplanung muss auch längerfristige Ziele beinhalten», ist er überzeugt. Schliesslich müsse der Wert eines börsenkotierten Unternehmens möglichst gesteigert werden.

Schon jetzt kommen zwei Drittel der Gäste aus Asien, vor allem aus China, Japan, Südkorea und Indien. Grosses Potential hätten Thailand und Indonesien, aber auch Südamerika, wie Kessler erklärte. Vertreter in den entsprechenden Ländern akquirieren ständig neue Gäste. Ziel sei

es, deren Zahl auf eine Million jährlich zu steigern. Dies dürfe aber nicht auf Kosten der Qualität gehen, im Gegenteil: «In Zukunft soll es keine Stehplätze und Wartezeiten mehr bei der Fahrt aufs Jungfraujoch geben», so Kessler. Ein neues Bahnprojekt soll die kleine Scheidegg entlasten und damit nicht nur die Bequemlichkeit für die Gäste steigern, sondern auch die Fahrzeit massiv verkürzen. Ein Hauptaugenmerk gilt dem Wintersportbereich. Wie in andere Skiregionen der Schweiz ist auch in der Jungfrauregion die Zahl der Logiernächte rückläufig.

Allein in den nächsten Jahren sind Investitionen in der Höhe von 200 Millionen Franken geplant. Momentan seien die Projekte in der Realisierungsphase, aber noch längst nicht im «Schlussgang», wie Kessler erklärte. Kurzfristige Erfolge seien

nicht das Ziel und «entscheiden heisst auch Risiken eingehen», weiss der CEO.

Gäste anziehen, das möchte auch der Jurapark, wie Thomas Vetter, Präsident des Juraparks Aargau erklärte. Damit seien aber die Gemeinsamkeiten der beiden Regionen bereits erschöpft. Im Gegensatz zur Jungfrauregion suche man in der «Toskana des Aargaus», wie die Region auch genannt werde, nicht den Massentourismus. Beispielsweise mit dem Eisenweg, der Genusstrasse, dem Walkingtrail oder «Schule auf dem Bauernhof» setze man viel mehr auf naturnahen Tourismus. «Zuviel Publikum kann auch negative Auswirkungen haben», ist Vetter überzeugt.

Gast am nächsten Forum Botia vom 16. Oktober 2014 ist übrigens der Aargauer Regierung Dr. Urs Hofmann.