

VICTORIA - JUNGFRAU  
UND PALACE LUZERN  
FÜR TOP-AUFENTHALTE  
BESTENS GERÜSTET



Um es vorwegzunehmen: Das PALACE LUZERN war für eine tief greifende Um- und Ausbau-Etappe für drei Monate geschlossen. Frequenzen und Erlöse fallen deshalb auch in der konsolidierten Rechnung erwartungsgemäss tiefer aus.

Die Indikatoren wiesen bei der Budgetierung des Geschäftsjahres 2005 auf eine zaghafte Erholung der nationalen Konjunktur hin, was uns eine freundliche Entwicklung der Nachfrage erwarten liess. Bekanntlich war in der ersten Jahreshälfte in der Schweizer Wirtschaft dann aber eine Wachstumsverflachung festzustellen. So haben auch wir einen Frequenzrückgang – insbesondere durch die 3-monatige Betriebsschliessung in Luzern – von 27% und einen Erlösrückgang von CHF 4.0 Mio. hinzunehmen.

Mit der Fertigstellung des Angebotes im PALACE LUZERN und dem bestens eingeführten Produkt VICTORIA-JUNGFRAU ist unsere Unternehmung für die Zukunft optimal gerüstet. Es stehen Gästezimmer, Restaurants, Wellness-Anlagen und Kongressfazilitäten zur Verfügung, die auch über die Landesgrenzen hinaus ihresgleichen suchen. Parallel dazu wurde durch Schulung und Motivation der Mitarbeiter die qualitative Dienstleistung verfeinert, um auch in diesem Bereich den internationalen Ansprüchen noch besser gerecht zu werden.

Das erste Halbjahr ist erfahrungsgemäss das Schwächere. Die wesentlichen Herkunftsländer unserer Gäste wie die Schweiz, die USA, aber auch England und Deutschland, besicherten uns durchwegs tiefere Frequenzen. Der Vergleich über vier Gästesegmente, Individualgäste, Teilnehmer an Kongressen und Tagungen, Teilnehmer an Incentive-Veranstaltungen und solche als Teilnehmer an einer Gruppenreise, weisen die gleiche Tendenz auf. Noch ist eine ausgeprägte Zurückhaltung bei der Planung und Durchführung von Firmenveranstaltungen und Tagungen zu verzeichnen. Auch ist die Freude der Amerikaner an Reisen über den Atlantik, verstärkt durch die wieder aufkommenden Terrorismusängste, noch nicht wieder eingeleitet. Ein immer kürzer werdendes Buchungsverhalten erschwert zudem die Planung.

Erhöhte Aufwendungen, Betriebskosten und insbesondere die den neuesten Auflagen entsprechende Entlohnung führen zu einem schwächeren Betriebsergebnis I (Umsatz abzüglich direkte Betriebskosten). Hatten wir im Vorjahr bei diesem aussagekräftigen Vergleichswert für die Schweizer Hotellerie CHF 5.8 Mio. oder 23,8% ausgewiesen, so verblieben im Berichtshalbjahr lediglich CHF 4.0 Mio. oder 19,7%. Für Unterhalt und Ersatz wurden auch in dieser Zeitspanne nahezu CHF 2.0 Mio. oder 8,7 Umsatzprozente aufgewendet. Unsere anspruchsvolle Gästeschaft setzt das einwandfreie Funktionieren und den makellosen Zustand unserer Einrichtungen und Gebäulichkeiten voraus. Konnten im Vorjahr noch CHF 3.3 Mio. oder 13,5% EBITDA ausgewiesen werden, so liegt der Vergleichswert für das erste Halbjahr 2005, durch die umschriebenen Umstände, bei CHF 1.7 Mio. oder 8,1 Umsatzprozente. Für den Cashflow verbleiben CHF 0.5 Mio. oder 2,6%; letzterer stellte im Vorjahr noch CHF 2.2 Mio. oder 9 Umsatzprozente dar. Erfreulich ist heute festzustellen, dass das Produkt beider Hotels bezüglich Dienstleistungsqualität in einer solchen überzeugenden Form bereitsteht, wie dies unsere Unternehmung viele Jahrzehnte nicht mehr aufwies.

Durch die weiter in den Hauptmärkten intensivierten Verkaufsanstrengungen, wie auch im bereits kleinen Aufhellen am Konjunkturhimmel, sollen sich unsere mittel- und langfristigen Resultate nachhaltig verbessern. Der gesteigerte durchschnittliche Zimmererlös stellt einen ersten Beweis hierfür dar. Durch den hohen Eigenfinanzierungsgrad ist der Anteil an eigenen Mitteln an unserer Bilanz nie unter die 40%-Grenze abgesunken.

Aufgrund der Vorreservierungen erwarten wir für die zweite Jahreshälfte Frequenz- und Erlössteigerungen im Vergleich zum Vorjahr. Dabei ist es wichtig, und kürzliche Ereignisse haben dies bestätigt, dass der Tourismus auf friedliche Rahmenbedingungen und ausgeglichene Währungsverhältnisse angewiesen ist, um sich entfalten zu können. Wir glauben auch festzustellen, dass der Gast Aspekte der Sicherheit und Geborgenheit in der Schweiz wiederum vermehrt zu schätzen weiss.

**Dr. Peter Bratschi, Präsident des Verwaltungsrates**  
**Emanuel Berger, Delegierter des Verwaltungsrates**

KONZERN - KENNZAHLEN IN KÜRZE

1. Januar bis 30. Juni	2005	2004	Veränderung	2003
Gästefrequenzen Logiernächte	41 594	57 196	-27,3%	51 622
Umsatz in Mio. CHF	20.684	24.614	-16,0%	23.186
Betriebsergebnis I in Mio. CHF	4.066	5.865	-30,7%	6.026
Betriebsergebnis I in %	19,7	23,8		26,0
EBITDA <sup>*)</sup> in Mio. CHF	1.668	3.331	-49,9%	3.714
EBITDA in %	8,1	13,5		16,0
Nettoergebnis in Mio. CHF	-2.828	-1.020		-0.479
Nettoergebnis pro Aktie in CHF	-10.10	-3.64		-1.71
Aktienkapital in Mio. CHF	28.000	28.000		28.000
Anzahl Namenaktien	280 000	280 000		280 000
Börsenkapitalisierung in Mio. CHF	74.200	78.400		64.400
Aktienkurs per 30. Juni in CHF	265	280		230
Aktienkurs (H/T) in CHF	275 / 245	290 / 230		240 / 191

<sup>\*)</sup> EBITDA:  
Earning before Interest, Taxes,  
Depreciation and Amortization



## HALBJAHRESBERICHT GESCHÄFTSJAHR 2005

Wir hatten uns darauf eingerichtet, den Schwung zum Schluss des Vorjahres mit einer Frequenzsteigerung im neuen Jahr aufzunehmen und weiterzuführen. Die vergleichbaren Betriebe der klassischen Winterstationen konnten dies tatsächlich verwirklichen. Während der Frühjahrszeit der saisongeprägten Hotellerie, wozu auch wir gehören, konnten die angestrebten Resultate nicht vollständig erreicht werden. Dies hat auch uns einen Rückgang um 11% beschert. Erfreulich dagegen ist, dass der durchschnittliche Zimmererlös von CHF 370 auf CHF 386 um 4,2% angehoben werden konnte. In der Gesamtrechnung blieb der Erlös aus den Hotelleistungen mit CHF 17.0 Mio. jedoch um 3,4% hinter dem des Vorjahres zurück. Auffallend ist dabei der Rückgang der Frequenzen unserer Gäste aus der Schweiz wie derselben aus den USA und England, wogegen Deutschland und Indien wiederum Zuwachsraten verzeichnen können. Der Gast hat denn auch mit CHF 522 pro Tag um 9,4% mehr als im Vorjahr für Hotelleistungen ausgegeben. Diese Entwicklung verfolgen wir mit besonderer Aufmerksamkeit und freuen uns, dass der Gast vor allem für die Wellness- und Spa-Angebote 8,8% mehr als im Vorjahr ausgegeben hat. Unsere Spa-Dienstleistungen werden heute als führend in Europa gewertet. Die eingeleiteten Massnahmen erlauben die Zuversicht, dass sowohl durch die gesteigerte Nachfrage von Hotelgästen, als auch durch Gäste aus der Region, die das Angebot des Day-Spas nützen, markante Ertragsverbesserungen erwartet werden können.

Das Angebot des VICTORIA-JUNGFRAU ist heute so komplett wie noch kaum je in dessen Geschichte. Die Nachfrage scheint in der zweiten Jahreshälfte über die Werte des Vorjahres anzuheben, was uns zu einer Bestätigung und vorsichtigen Zuversicht für die zukünftige Entwicklung führt.

Das VICTORIA-JUNGFRAU wird als Ausbildungsstätte für Lehrlinge und Praktikanten immer beliebter. Unsere Bemühungen zur Ausbildung junger Berufsleute soll uns auch dazu dienen, unseren Nachwuchs – auch für Führungspositionen – in Zukunft sicherzustellen.

**Rosmarie & Emanuel Berger, Direktion**  
**Fredi Daumüller, Stellvertretender Direktor**

### KENNZAHLEN

	2005	2004
<b>Gästefrequenzen</b>	32 573	36 871
<b>Logiernächte</b>		
<b>Umsatz in Mio. CHF</b>	17.029	17.626
<b>Personalkosten in Mio. CHF</b>	6.911	6.805
<b>Betriebsergebnis I in %</b>	27,5	29,9
<b>Average Room Rate in CHF</b>	386,04	370,38

### LOGIERNÄCHTESTATISTIK 2005

1. Januar bis 30. Juni	2005	in %	2004	in %	Differenz in %
<b>Schweiz</b>	15 457	47,4	18 801	51,0	-17,8
<b>Deutschland</b>	3 263	10,0	2 736	7,4	19,3
<b>Frankreich</b>	614	1,9	399	1,1	53,9
<b>Italien</b>	223	0,7	183	0,5	21,9
<b>Österreich</b>	268	0,8	230	0,6	16,5
<b>Grossbritannien</b>	1 725	5,3	2 551	6,9	-32,4
<b>Niederlande</b>	473	1,5	116	0,3	307,8
<b>Skandinavien</b>	228	0,7	75	0,2	204,0
<b>Spanien</b>	209	0,6	129	0,4	62,0
<b>Russland</b>	673	2,1	863	2,3	-22,0
<b>USA</b>	5 328	16,4	6 715	18,2	-20,7
<b>Südamerika</b>	95	0,3	104	0,3	-8,7
<b>Indien</b>	774	2,4	574	1,6	34,8
<b>Japan</b>	1 045	3,2	1 357	3,7	-23,0
<b>China</b>	77	0,2	89	0,2	-13,5
<b>Golf-Staaten</b>	200	0,6	159	0,4	25,8
<b>Asien</b>	399	1,2	277	0,8	44,0
<b>Andere Destinationen</b>	1 522	4,7	1 513	4,1	0,6
<b>Total</b>	<b>32 573</b>	<b>100,0</b>	<b>36 871</b>	<b>100,0</b>	<b>-11,7</b>

# HALBJAHRESBERICHT GESCHÄFTSJAHR 2005



Die ersten sechs Monate des Jahres standen ganz im Zeichen der Erneuerungen. Das erste Mal nach fast 30 Jahren schloss das PALACE LUZERN am 3. Januar 2005 seine Tore. In dieser Zeit wurden umfassende Renovierungsarbeiten vorgenommen, die Anfang Juni ihren Abschluss fanden. Die Teileröffnung des Hauses fand am 1. April 2005 statt.

Mit dem PALACE SPA haben wir auf 800 Quadratmetern einen exklusiven Ort der Stille und der Erholung inmitten der pulsierenden Kulturstadt Luzern geschaffen. Insgesamt sechs Behandlungszimmer, zwei nach Geschlechtern getrennte SPA-Zonen mit Sauna, Dampfbad, Erlebnisdusche, Eisbrunnen und Ruheraum, ein Fitnessraum mit 40 Quadratmetern sowie ein «Private-Spa» mit 72 Quadratmetern stellen für die Gäste ein attraktives, zusätzliches Angebot dar. Auf zwei Etagen ist eine Oase zum Relaxen und Wohlfühlen entstanden, die dank dem «Day-Spa-Angebot» nicht nur ein Genuss für Hotelgäste, sondern auch für Gäste aus der Region darstellt.

Luxus bedeutet nicht nur Zeit zu haben, sondern auch genügend Raum. Getreu unserem Motto «Tradition und Innovation» wurden bei der Gestaltung der Gästezimmer traditionelle und dem Zeitgeist entsprechende Elemente miteinander kombiniert. Das architektonische Erbe mit einem zeitgemässen Interieurdesign zu verbinden, grosszügige, lichtdurchflutete Freiräume zu schaffen und die unmittelbare Nähe zu See und Bergen in das Farbkonzept einzubeziehen, sind wesentliche Bestandteile des neuen Wohnkonzeptes.

Die unumgehbare Schliessung des Hauses und die planmässige Fertigstellung des Umbaus Anfang Juni haben erwartungsgemäss deutliche Spuren in der Betriebsrechnung hinterlassen, die einen Vergleich mit dem Vorjahr sehr schwierig gestalten und auch keine aussagekräftigen Schlüsse zulassen.

In der gleichen Zeit wurde im Vergleich zum Vorjahr nur die Hälfte der Logiernächte generiert. Weit aussagekräftiger sind die Anteile der verschiedenen Märkte und Segmente. Die Gäste aus der Schweiz und England nahmen demnach zu, die asiatischen Länder und die USA stagnierten, und die Gäste aus Deutschland nahmen ab. Bei den Segmenten ist eine leichte Zunahme der individuellen Gäste, im Gegensatz zu einem Rückgang der Incentive-Reisen, zu verzeichnen.

Die Erträge lagen mit nur CHF 3.6 Mio. selbstredend klar hinter dem Vorjahr. In den Monaten April und Mai standen nur Teile der Infrastruktur zur Verfügung. Der durchschnittliche Zimmerpreis von CHF 317 lag 14,7% über dem Vorjahr, auch die Belegung der zur Verfügung stehenden Zimmer von 56,3% während der Öffnungszeiten stimmt uns zuversichtlich. Dies bestätigt die Erwartung auf zukünftige bessere Resultate.

Die ersten Wochen nach dem Umbau haben erfreulich angefangen. Das Echo von Seiten unserer Gäste sowie der Presse auf unser neues PALACE SPA und die neuen Zimmer ist durchwegs positiv. Das neue PALACE LUZERN steht nun mit einer ausserordentlichen Erlebniswelt bereit und hoch motivierte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen freuen sich, Sie bald im PALACE LUZERN begrüssen zu dürfen.

**Constancia & Andrea Jörger, Direktion**  
**Lefert Westenbrink, Vizedirektor**

## KENNZAHLEN

	2005	2004
<b>Gästefrequenzen</b>	9 021	20 325
<b>Logiernächte</b>		
<b>Umsatz in Mio. CHF</b>	3.653	6.987
<b>Personalkosten in Mio. CHF</b>	2.601	3.871
<b>Betriebsergebnis I in %</b>	-17,1	8,4
<b>Average Room Rate in CHF</b>	317.24	276.48

## LOGIERNÄCHTESTATISTIK 2005

1. April bis 30. Juni	2005	in %	2004	in %	Differenz in %
<b>Schweiz</b>	2 986	33,1	6 413	31,5	-53,4
<b>Deutschland</b>	970	10,7	2 563	12,6	-62,2
<b>Frankreich</b>	97	1,1	227	1,1	-57,3
<b>Italien</b>	81	0,9	218	1,1	-62,8
<b>Österreich</b>	67	0,7	127	0,6	-47,2
<b>Grossbritannien</b>	916	10,2	1 242	6,1	-26,2
<b>Niederlande</b>	142	1,6	219	1,1	-35,2
<b>Skandinavien</b>	28	0,3	103	0,5	-72,8
<b>Spanien</b>	11	0,1	279	1,4	-96,1
<b>Russland</b>	114	1,3	169	0,8	-32,5
<b>USA</b>	2 062	22,9	4 659	22,9	-55,7
<b>Südamerika</b>	101	1,1	443	2,2	-77,2
<b>Indien</b>	141	1,6	216	1,1	-34,7
<b>Japan</b>	464	5,1	1 355	6,7	-65,8
<b>Asien</b>	557	6,2	1 014	5,0	-45,1
<b>Andere Destinationen</b>	284	3,1	1 078	5,3	-73,7
<b>Total</b>	<b>9 021</b>	<b>100,0</b>	<b>20 325</b>	<b>100,0</b>	<b>-55,6</b>

## AKTIONÄRSINFORMATIONEN

### für Zahlen/Daten

Herr E. Berger, Direktor, Telefon: 033 828 26 68, Telefax: 033 828 28 81, generalmanager@victoria-jungfrau.ch

### Aktionärs-Register

Herr U. Bühler, Telefon: 033 828 26 16, Telefax: 033 828 28 85, u.buehler@victoria-jungfrau.ch

### für Zimmer-Reservierungen

im VICTORIA-JUNGFRAU, Grand Hotel & Spa Interlaken: Frau H. Begert  
Telefon: 033 828 26 10, Telefax: 033 828 28 86, reservation@victoria-jungfrau.ch

im PALACE LUZERN: Frau S. Koch

Telefon: 041 416 19 19, Telefax: 041 416 10 00, reservation@palace-luzern.ch

### Nächste Generalversammlung

Auffahrtsfreitag, 26. Mai 2006

### Angaben zur Aktie

Valoren-Nr. 111 107

Kotierung an der SWX Swiss Exchange, Zürich und BX Berne Exchange, Bern

Steuerwert 1.1.2005: CHF 270.-

Aktueller Börsenkurs 24.8.2005: CHF 260.-

## ARRANGEMENT

### Herbsttage mit der Familie – Wandern in intakter Natur Wellness geniessen

1.10.–31.10.2005

Wellness und Erholung in unseren einzigartigen Spas. Faszinierende (Familien-) Erlebnisse im Berner Oberland und am Vierwaldstättersee. PALACE SPA Shortbreak oder VICTORIA-JUNGFRAU Time out ab CHF 645.– pro Person.

Als Aktionär geniessen Sie auf alle Arrangements des VICTORIA-JUNGFRAU Grand Hotel & Spa und des PALACE LUZERN eine Reduktion von 10%.

Detaillierte Informationen finden Sie unter [www.palace-luzern.ch](http://www.palace-luzern.ch) und [www.victoria-jungfrau.ch](http://www.victoria-jungfrau.ch)



VICTORIA-JUNGFRAU  
Grand Hotel & Spa  
CH-3800 Interlaken  
Telefon +41 (0)33 828 28 28  
Telefax +41 (0)33 828 28 80  
interlaken@victoria-jungfrau.ch  
www.victoria-jungfrau.ch



PALACE LUZERN  
Haldenstrasse 10  
CH-6002 Luzern  
Telefon +41 (0)41 416 16 16  
Telefax +41 (0)41 416 10 00  
info@palace-luzern.ch  
www.palace-luzern.ch

## VICTORIA - JUNGFRAU - AWARD

An der Generalversammlung vom 6. Mai 2005 konnte der VICTORIA-JUNGFRAU-Award für Spitzenleistungen im Tourismus zum dritten Mal vergeben werden.

Wählen Sie den Gewinner für den Award 2006, der den Preis wiederum an der Generalversammlung vom 26. Mai 2006 in Empfang nehmen darf. Teilen Sie uns Ihre persönliche Empfehlung einer Person oder Institution, die den Tourismus nachhaltig prägt, mittels dieses Talons mit.

Einsendungen bis zum 12. März 2006 an folgende Adresse werden berücksichtigt: VICTORIA-JUNGFRAU Grand Hotel & Spa, Direktion, Höheweg 41, 3800 Interlaken

**Empfehlung** \_\_\_\_\_

**Kurze Begründung** \_\_\_\_\_

**Absender** \_\_\_\_\_