



GESCHÄFTSBERICHT 2016

PILATUS-BAHNEN AG



PILATUS
LUZERN



BRUNO THÜRIG
VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENT

VOLL AUF KURS UND DIE KUNDENBEDÜRFNISSE IM FOKUS

Wenn die Sonne vom Himmel lacht, strömen die Besucher auf den Berg. An 365 Tagen im Jahr ein begeisterter Gastgeber – das ist der Anspruch der PILATUS-BAHNEN AG. Auch dann, wenn das Wetter nicht mitspielt. Wie das gelingt und warum Nachhaltigkeit für die PILATUS-BAHNEN AG nicht einfach ein Wort, sondern ein gelebter Wert ist? Bruno Thürig, Verwaltungsratspräsident, lässt Revue passieren und erzählt.

Herr Thürig, Ihr erstes ganzes Jahr als Verwaltungsratspräsident ist Vergangenheit. Wenn Sie zurückblicken, wie begeistert sind Sie?

Für mich ist noch immer jede Fahrt und jeder Aufenthalt auf dem Pilatus ein Erlebnis. Ich bin mehr als nur begeistert. Ich erachte es als Privileg, der PILATUS-BAHNEN AG vorstehen zu dürfen. Begeisterung für den Pilatus zu entwickeln ist einfach. Die einmalige Mischung aus Naturerlebnis pur, Technologie und Gastfreundschaft auf dem Weg zum Gipfel lässt einen – selbst als Verwaltungsratspräsidenten – den Alltag schnell vergessen.

Im Fokus des diesjährigen Geschäftsberichtes steht der Gedanke: Wir sind ein begeisterter und herzlicher Gastgeber. 365 Tage im Jahr steht der Kunde im Fokus. Ist das gelungen? Was hat Sie ganz besonders gefreut?

Das positive Geschäftsergebnis zeigt: Es ist uns gelungen! Es hat mich sehr gefreut zu sehen, mit welcher Energie sich Geschäftsleitung und Kader an die Umsetzung der Anfang 2016 verabschiedeten Strategie 2015+ gemacht haben. Das überträgt sich auf die Mitarbeitenden der PILATUS-BAHNEN AG. Es ist schön zu erleben, wie engagiert und mit welcher Freude sie unsere Gäste am Berg empfangen und betreuen – in allen Bereichen. Im 2016 haben wir zudem den Pilatus-Shop in der Altstadt von Luzern eröffnet – ein ganz spezielles Ereignis.

«Es ist erfreulich zu erleben, wie engagiert und mit welcher Freude unsere Mitarbeitenden die Gäste am Berg empfangen und betreuen.»

Da haben Sie tatsächlich viel Grund zur Freude und Zuversicht. Gibt es Handlungsfelder, die Sie und den Verwaltungsrat herausfordern?

Wir sind den Marktentwicklungen ausgesetzt. Da gilt es für uns, wach und aktiv zu bleiben, neue Angebote zu entwickeln.

Die Schweiz, der Pilatus, ist für das internationale Publikum ein kleiner Fleck auf der Weltkarte. Ausländische Gäste aus Ost und West für unser Produkt zu gewinnen, fordert uns deshalb täglich. Zunehmend anspruchsvoll ist es, Erlebnisse am Berg zu ermöglichen. Die Ansprüche der Gäste werden nicht kleiner, die Hindernisse für eine Umsetzung jedoch grösser. Die rasanten regulatorischen und technologischen Veränderungen beanspruchen uns jeden Tag massiv.

Der Pilatus ist der Berg der 2132 Möglichkeiten. Genauso verschiedenartig sind die Besucher. Wie geht man mit dieser Vielfalt und den verschiedenen Bedürfnissen um?

Genau das macht den Berg und unsere Arbeit so reizvoll. Gruppenreisende aus nah und fern sorgen für eine sehr gute Grundauslastung – auch zu den Randzeiten. Darauf können wir uns sehr gut vorbereiten. Diese Gäste sind für uns wichtig, ebenso wichtig wie Tagesgäste, Seminarbesucher oder Hotelgäste, die Ruhe und Abgeschiedenheit suchen. Der Pilatus ermöglicht allen, ihre Ziele zu erreichen. Es ist unsere Aufgabe, die Gästeströme entsprechend zu lenken, die Menschen zu betreuen, damit sie zufrieden sind. Wir sind mit diesen Aufgaben noch nicht am Ziel, jedoch auf sehr gutem Weg.

Für die Gäste am Berg sind die Mitarbeitenden der PILATUS-BAHNEN AG an 365 Tagen im Jahr mit Begeisterung im Einsatz. Wie überrascht man die Gäste in Zukunft, damit auch sie weiterhin begeistert sind?

Wir beobachten den Markt, analysieren die Trends und die Kundenbedürfnisse. Mit diesen Grundlagen als Basis entwickeln wir unser Angebot laufend weiter. Wir schaffen neue, einzigartige Erlebnisse am Berg. Unabhängig davon: Der Pilatus ist in erster Linie ein gewaltiges Naturerlebnis. Wir wollen dieses Naturerlebnis erhalten. Das ist unsere wichtigste Aufgabe. Denn, Nachhaltigkeit ist für die PILATUS-BAHNEN AG eine Pflicht. Diese Idee und viel Herzblut dafür tragen auch unsere Mitarbeitenden in sich. Was die Basis dafür ist, diese Begeisterung an unsere Gäste weiterzugeben.

Begeisternde Gastfreundschaft lebt auch durch Ziele & Visionen. Wo sehen Sie die PILATUS-BAHNEN AG in zehn Jahren?

Wir verfolgen unsere Ziele konsequent und bleiben uns treu. Natürlich haben wir den einen oder anderen strategischen Schachzug in Planung und beweisen damit, dass wir Aufgaben mit cleveren Ideen lösen. Mehr verrate ich dazu aktuell nicht. Schliesslich befinden wir uns in einem stark umkämpften Markt.

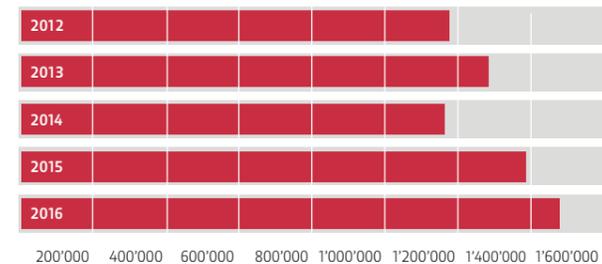
INHALT

VORWORT VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENT	3	BILANZ / ERFOLGSRECHNUNG	18
KENNZAHLEN	4	GELDFLUSSRECHNUNG	20
GESCHÄFTSLEITUNG	6	ANLAGENRECHNUNG	21
HOTELS & GASTRONOMIE	8	ANHANG DER JAHRESRECHNUNG	22
BAHNEN	10	GEWINNVERWENDUNG	23
MERCHANDISING	13	BERICHT DER REVISIONSSTELLE	24
MARKETING & VERKAUF	14	VERWALTUNGSRAT & GESCHÄFTSLEITUNG	25
MANAGEMENT SERVICES	16	ORGANIGRAMM	26
BERICHT ZUR JAHRESRECHNUNG	17	ZAHLEN & FAKTEN ZU MITARBEITENDEN	27

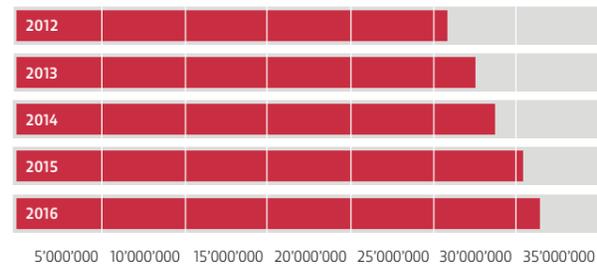
GÄSTEZAHLEN

	2016	2015	2014	2013	2012
GÄSTE					
Total Gäste am Pilatus (Ersteintritte)	685'524	688'143	637'861	622'967	586'662
davon auf den Pilatus beförderte Gäste	489'952	474'854	433'560	436'725	405'142
FREQUENZEN					
Gondelbahn Kriens-Fräkmüntegg (LKF)	1'480'499	1'390'644	1'167'539	1'287'071	1'180'138
Luftseilbahn Fräkmüntegg – Pilatus (LFP)	615'344	538'347	416'688	506'492	459'702
Zahnradbahn Alpnachstad – Pilatus (PB)	364'309	409'520	444'425	357'162	345'550
Total Frequenzen	2'460'152	2'338'511	2'028'652	2'150'725	1'985'390

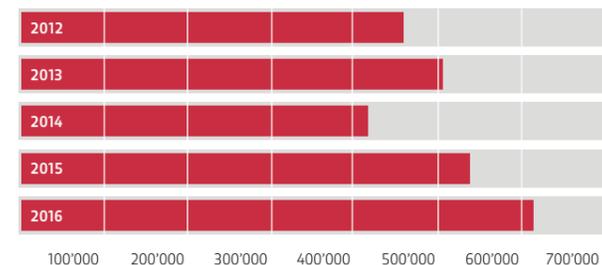
Frequenzen Gondelbahn Kriens – Fräkmüntegg



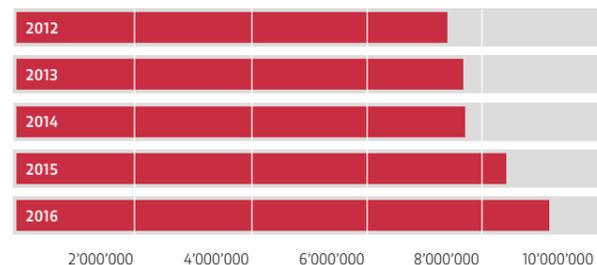
Gesamtumsatz in CHF



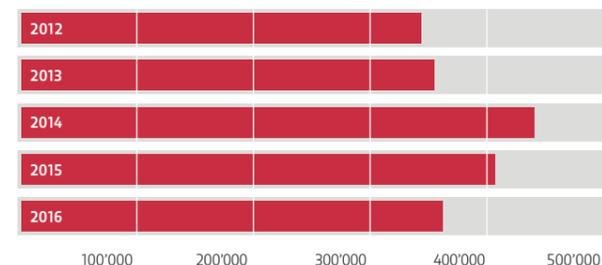
Frequenzen Luftseilbahn Fräkmüntegg – Pilatus



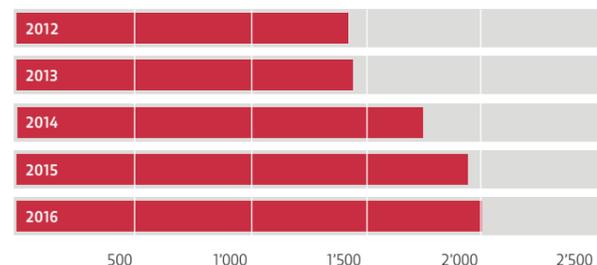
Cashflow in CHF



Frequenzen Zahnradbahn Alpnachstad – Pilatus



Steuerwert pro Aktie in CHF



FINANZIELLE KENNZAHLEN

	2016	2015	2014	2013	2012
SCHLÜSSELZAHLEN ERFOLGSRECHNUNG	CHF	CHF	CHF	CHF	CHF
Gesamtumsatz	31'570'808	30'513'061	28'883'582	27'701'524	25'942'860
Personalaufwand	12'448'218	11'862'501	11'429'269	11'357'758	10'391'815
Personalaufwand in % des Gesamtumsatzes	39.4 %	38.9 %	39.6 %	41.0 %	40.1 %
Betriebsaufwand	6'299'513	7'086'615	6'630'356	5'862'358	5'457'521
Betriebsaufwand in % des Gesamtumsatzes	20.0 %	23.2 %	23.0 %	21.2 %	21.0 %
Betriebsergebnis (EBITDA)	9'913'970	8'540'985	7'994'556	7'810'844	7'584'190
EBITDA in % des Gesamtumsatzes	31.4 %	28.0 %	27.7 %	28.2 %	29.2 %
Cashflow	9'179'200	8'428'045	7'684'687	7'683'384	7'399'933
Cashflow in % des Gesamtumsatzes	29.1 %	27.6 %	26.6 %	27.7 %	28.5 %
Abschreibungen	2'704'410	2'698'217	2'983'934	2'838'412	3'043'683
Jahresergebnis	1'274'790	1'029'828	850'753	844'972	756'250
EIGENFINANZIERUNGSGRAD					
Bilanzsumme	46'818'564	41'214'918	49'402'727	45'680'751	40'778'999
Eigenkapital gemäss Bilanz	8'949'891	8'533'101	8'161'264	8'043'482	7'858'510
Eigenfinanzierungsgrad	19.1 %	20.7 %	16.5 %	17.6 %	19.3 %
ANLAGENDECKUNGSGRAD (BUCHWERT)					
Buchwert Anlagevermögen	30'612'449	31'513'145	40'933'216	31'782'069	27'091'794
Eigenkapital gemäss Bilanz	8'949'891	8'533'101	8'161'264	8'043'482	7'858'510
Anlagendeckungsgrad (Buchwert)	29.2 %	27.1 %	19.9 %	25.3 %	29.0 %
AKTIENKENNZAHLEN					
Steuerwert pro Namenaktie (CHF 50.– nominal)	2'010	1'950	1'750	1'450	1'431
Dividende	65 % ¹⁾	65 %	50 %	50 %	50 %

¹⁾ plus zusätzliche Sonderdividende von CHF 5.00 pro Namenaktie



GODI KOCH
CEO

WIR HABEN DEN LEUCHTTURM ÜBERSTRAHLT

Das Jahr 2015 ging als Leuchtturm in die Geschichte der PILATUS-BAHNEN AG ein. 2016 startete unter herausfordernden Vorzeichen. Trotzdem ist es gelungen, sich selbst zu übertreffen. Wie es dazu kam, worauf die Geschäftsleitung verstärkt ihr Augenmerk richtet und warum es wichtig ist, dass die Mitarbeitenden am Erfolg beteiligt sind? Das erläutert der CEO in seinem Résumé.

Herr Koch, im Jahr 2016 herrschte auf der weltpolitischen Bühne und auf dem Finanzmarkt nicht nur eitel Sonnen-

schein. Herausfordernde Zeiten – auch für die PILATUS-BAHNEN AG?

Letztes Jahr schrieb ich an dieser Stelle, das Jahr 2015 werde als Leuchtturm noch einige Zeit hervorstechen. Wir erzielten ein Rekordergebnis. Die Vorzeichen für das Jahr 2016 waren ernüchternd: Frankenstärke, neues biometrisches Schengen-Visum, abnehmendes Wirtschaftswachstum in China und die Terroranschläge in Europa. Wir waren skeptisch und wurden eines Besseren belehrt. Der Wettergott hat uns von Juli bis Dezember mit Sonnenschein verwöhnt. Das lockte viele Gäste auf den Pilatus. Wir schliessen das letzte Jahr mit einem weiteren sehr guten Ergebnis ab, konnten das 2015 gar übertreffen.

Woher kamen die Gäste? Sind die Märkte anders gewichtet als in den vergangenen Jahren?

In der Zentralschweiz wuchs in den letzten fünf Jahren der chinesische Markt überdurchschnittlich stark. Im Jahr 2016 verzeichnet die PILATUS-BAHNEN AG einen Rückgang von ca. 20 Prozent bei den chinesischen Reisegruppen. Wir setzen seit Jahren auf einen breiten Gästemix. Dank dieser Strategie konnten wir die Einbussen mit Individualgästen aus der Schweiz, aus Europa und Amerika auffangen. Zirka 50 Prozent der Besucher am Berg sind aus der Schweiz und somit unsere wichtigste Zielgruppe. Das ist auch in Zukunft unser Fokus.

Die Schweizer Gäste sind treu. Vielleicht weil man sie mit gezielten strategischen Partnerschaften auf den Berg lockt?

Strategische Partnerschaften pflegen wir schon länger und suchen permanent Neue. Im vergangenen Jahr waren wir mit der UBS-Aktion sehr erfolgreich. Die Angebote waren so attraktiv, dass tatsächlich Schweizer Familien ihre Ferien hier verbracht haben, statt ins Ausland zu fahren. Partnerschaften mit anderen touristischen Anbietern – für eine attraktive Angebotskette – in der Region werden noch wichtiger. Das bedeutet: Der Kunde kauft für seinen Ausflug ein All-inclusive-Ticket bei einer zentralen Anlaufstelle. Er hat wenig Aufwand für die Planung und Buchung. Bereits heute bestehen erfolgreich gelebte Partnerschaften: die «Goldene Rundfahrt» mit der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees SGV sowie die «Silberne Rundfahrt» mit der Zentralbahn AG. Der Tell-Pass – das GA für die Zentralschweiz – ist ein weiteres Beispiel. Es ist ein Verbund der Transportunternehmen Zentralschweiz TUZ.

«Wir haben Ideen, suchen Lösungen und begeistern mit 2132 Möglichkeiten über Meer, genau wie unser Slogan verspricht.»

Alles inklusive – auch Abenteuer und Erlebnis. Was plant man, um neue Kunden anzusprechen?

Die Arbeit im Tourismus ist ein steter Prozess. Wir haben Ideen, suchen Lösungen und begeistern mit 2132 Möglichkeiten über Meer, genau wie unser Slogan verspricht. So bleibt der Pilatus auch für unsere treuen, wiederkehrenden Gäste interessant. Und es gelingt uns, neue Gästegruppen anzusprechen. Im letzten Jahr durften wir eine Zusammenarbeit mit dem Luzerner Sinfonieorchester LSO beginnen. Der international bekannte Schweizer Pianist Oliver Schnyder und die Musiker des Luzerner Sinfonieorchesters begeisterten das Publikum mit sechs Klavierkonzerten von Beethoven im prächtigen Queen Victoria Saal. Der Konzertflügel wurde mit dem Helikopter auf den Berg geflogen – ein Spektakel, das die Medien sehr gut aufgenommen haben.

Ein herzlicher und begeisterter Gastgeber, 365 Tage im Jahr. Können Sie diese Aussage bestätigen?

Ja, unbedingt. Ich beobachte mit Freude und Stolz, dass

unsere Mitarbeitenden diese Werte jeden Tag leben. Wir wollen den Menschen, die den Pilatus besuchen, ein unvergessliches Erlebnis bieten. Das Pilatus-Team darf täglich die Begeisterung unserer Gäste spüren. Sei dies durch ein spontanes Kompliment, ein zufriedenes Lächeln des Gastes beim Aussteigen an der Talstation oder das fröhliche Kindergeschrei auf dem Spielplatz auf der Krienseregg.

Damit man Begeisterung an die Kunden weitergeben kann, braucht es engagierte Mitarbeitende. Bei den PILATUS-BAHNEN AG sind sie am Erfolg beteiligt – um die Motivation zu fördern?

Geht es dem Unternehmen gut, profitieren unsere Mitarbeitenden. Das ist richtig. Schliesslich machen sie einen wesentlichen Teil des Erfolges aus. Wir beteiligen unsere Mitarbeitenden aber in erster Linie am Erfolg, damit ihr unternehmerisches Denken und Handeln gestärkt wird. Dazu gehört auch eine zuvorkommende Gästebetreuung. Die Motivation sollte sich jedoch nicht auf monetäre Anreize reduzieren. Viel wichtiger ist uns, dass unsere Mitarbeitenden stolz darauf sind, ein Teil eines sehr erfolgreichen Unternehmens mit einem sehr guten Ruf zu sein.

Ein schöner Grund, stolz zu sein. Was begeistert Sie ganz persönlich am Pilatus?

Der Pilatus ist ein Berg mit 2132 Möglichkeiten. Das ist nicht nur ein Marketing-Claim, sondern Tatsache. Mich selbst verbinden zwei weitere Dinge mit dem Berg. Auf einer Bergwanderung erfährt man viel über seine Begleitung. Nicht nur, wie fit sie ist, sondern auch, wie gut man sich mag. Die erste grössere Wanderung führte meine damalige Freundin Luzia und mich auf den Pilatus. Wir sind noch immer glücklich verheiratet... Die zweite Sache ist diese alte Sage: Wünscht sich ein Hochzeitspaar einen Stammhalter, sollte es den Pilatus besuchen. Und wir haben drei Söhne. Wenn das keine überzeugende Reklame ist!

Das ist wirklich sympathisch. Eine sympathische Zahl zum Schluss?

Eine konkrete Zahl kann ich nicht nennen. Die vielen spontanen Rückmeldungen, die wir von begeisterten Besuchern erhalten, sind erfreulich. Ich bin stolz, Teil der PILATUS-BAHNEN AG zu sein und ich bin stolz auf mein Pilatus-Team – begeisterte Gastgeberinnen und Gastgeber für Bergerlebnisse mit Herzklopfen-Garantie.

	2016	2015	Differenz
GESAMT-UNTERNEHMEN	CHF	CHF	%
Umsatz	31'570'808	30'513'061	3.5 %
EBITDA	9'913'970	8'540'985	16.1 %
Cashflow	9'179'200	8'428'045	8.9 %
GÄSTEZAHLEN			
Ersteintritte	685'524	688'143	-0.4 %
Gäste auf Berg	489'952	474'854	3.2 %
Frequenzen	2'460'152	2'338'511	5.2 %



ANNETTE UND ANNALISA DELAFONTAINE, RHEINFALL
DIE HEIMELIGE ATMOSPHÄRE IST EINMALIG SCHÖN. GENUSS PUR.



MUFF BEAT, PÄDAGOGISCHE HOCHSCHULE LUZERN
WEG UND DOCH NAH, DER PERFEKTE ORT FÜR EINE KLAUSUR.

HOTELS & GASTRONOMIE

ZU REIZVOLLEN AUSFLUGSZIELEN GEHÖRT EINE GUTE GASTRONOMIE

Der «Pilatus-Drache» hinterlässt sanfte Spuren in Hotelzimmern. Die Mitarbeitenden tragen den Pilatus-Geist im Herzen und 1.2 Millionen Sterne erfüllen Wünsche. Dass das kein Märchen, sondern Realität ist und was es damit auf sich hat, erzählt Matthias Kögl, Leiter Hotels & Gastronomie, im Interview.

Matthias Kögl, seit November 2016 sind Sie Leiter Hotels & Gastronomie bei der PILATUS-BAHNEN AG. Was hat Sie in die Gastronomie, auf den Pilatus geführt?

Bereits während meiner Schulzeit verdiente ich mein Taschengeld in der Gastronomie. Nach der Matura war klar, dass ich die Hotelfachschule Luzern besuchen will. Meine Lehr- und Wanderjahre führten mich durch alle Landesteile. Ich arbeitete immer an touristischen – also schönen – Orten, zu denen für mich unbedingt eine gute Gastronomie gehört. Nach vielen Jahren im Berner Oberland bin ich wieder über den Brünig gereist und geniesse die Zentralschweiz.

Über den Brünig in die Zentralschweiz: Sie haben zuvor zwölf Jahre lang das Grandhotel Giessbach in der Jungfrau Region mit Erfolg geführt. Gibt es Parallelen zum Berg der 2132 Möglichkeiten?

Durchaus, beide Destinationen sind historische Zeitzeugen des Tourismusbooms Mitte des 19. Jahrhunderts. Am Pilatus ist die steilste Zahnradbahn der Welt in Betrieb, in Giessbach die älteste Standseilbahn Europas. Ich zähle beide Orte zu den Leuchttürmen in der Schweizerischen Tourismuslandschaft. Betriebswirtschaftlich gibt es viele Parallelen. Wir haben Besucher aus aller Welt. Doch der Schweizer Gast ist zahlenmässig mit Abstand der wichtigste. Die Sommer-

saison ist sehr stark frequentiert, der Winter deutlich ruhiger. Diese Tatsache bringt mit sich, dass man viele Mitarbeitende saisonal beschäftigt. Das ist mir – mit allen Herausforderungen – bestens bekannt.

Sie bezeichnen den Pilatus als «Leuchtturm in der Schweizerischen Tourismuslandschaft». Was macht den Leuchtturm für Sie einzigartig?

Die Weitsicht, die Aussicht, der Blick über die fantastische Seenlandschaft; schlicht grossartig. Seit 150 Jahren engagieren sich Menschen und treiben die touristische Entwicklung sanft voran. Das gelingt hervorragend und schafft spannende Gegensätze: angefangen bei der nostalgischen Zahnradbahn, dem wunderbaren Hotel Pilatus-Kulm, bis hin zu der modernen Architektur der Panoramagalérie und der top-modernen «Dragon Ride».

Die Infrastruktur ist das eine. Hotels und Gastronomie leben von den Menschen, die da arbeiten. Wie nehmen Sie das wahr?

Bevor ich die Herausforderung auf dem Pilatus angenommen habe, konsultierte ich alle möglichen Bewertungsplattformen. Auf diesen Portalen wird die Herzlichkeit der Angestellten oft erwähnt. Es hat sich bewährt. Die Mitarbeitenden sind stolz auf ihren speziellen Arbeitsort und ihre Leistungen – zu Recht! Sie tragen auch an hektischen Spitzentagen ein Lächeln im Gesicht. Das überträgt sich auf die Besucher. Ich will diesen guten Geist gemeinsam mit meinen Mitarbeitenden festigen und weitertragen.

Ihre erste Einschätzung nach 100 Tagen – steht alles zum Besten oder stellen Sie einiges auf den Kopf?

Es muss nichts auf den Kopf gestellt werden. Ich habe

grossen Respekt vor der Arbeit, die in der Vergangenheit geleistet wurde. Seit der Renovation des Hotels Pilatus-Kulm und dem Bau der Panoramagalérie sind die Besucherzahlen sehr stark gestiegen. Am Pilatus sind Gäste mit ganz unterschiedlichen Bedürfnissen und Anforderungen an Restaurants und Unterkünfte unterwegs. Es gilt nun vor allem, diese in einer effizienten Art und Weise zu befriedigen. Wir müssen die richtige Balance zwischen Qualität und Quantität finden. Dabei sind und bleiben die Mitarbeitenden Dreh- und Angelpunkt. Ihnen sollen wir Sorge tragen und genug Zeit, Wertschätzung und Respekt entgegenbringen.

«Am Pilatus sind Gäste mit ganz unterschiedlichen Bedürfnissen und Anforderungen an Restaurants und Unterkünfte unterwegs.»

Alle Zimmer im Hotel Bellevue wurden im November 2016 sanft renoviert. Realisieren und schätzen das die Gäste?

Die Zimmer strahlen eine moderne Frische aus, die überrascht. Die ersten Rückmeldungen sind sehr positiv. Ein schönes Detail ist, dass der «Pilatus-Drache» seine Spuren an den Zimmerwänden hinterlassen hat. Wir hoffen, dass wir mit der Qualität der Zimmer im Hotel Bellevue die Erwartungen der Gäste übertreffen.

Die Erwartung der Gäste ist eine Seite. Die Arbeit als Leiter Hotels & Gastronomie bringt bestimmt noch mehr mit sich? Was begeistert Sie daran?

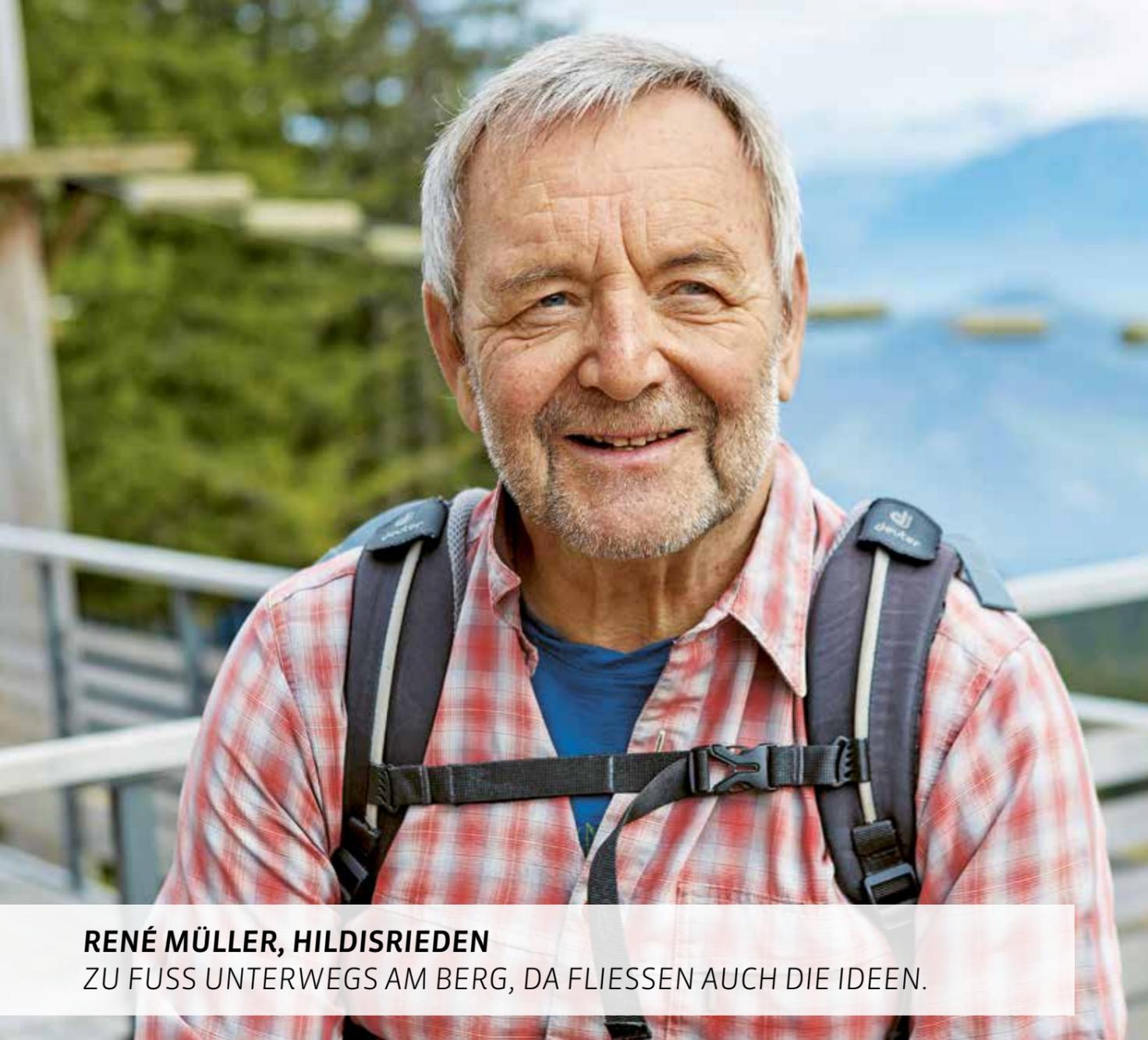
Man braucht ein gutes Flair für grosse komplexe Aufgaben. Es ist wichtig, dass man physisch präsent ist. Bei der Anzahl Hotels und Gastronomiebetriebe am Pilatus verlangt das nach einer sehr guten Organisation. Die Arbeit ist extrem vielfältig und spannend. Man weiss nie, welche Überraschungen und Abenteuer ein Tag bereithält. Deshalb sind Strukturen und Ordnung wichtig. So hat man Freiraum, um flexibel zu reagieren. Gerade im Kontakt mit Gästen ist das unabdingbar. Ich mag den Umgang mit Menschen verschiedenster Herkunft. Unabhängig ob Mitarbeitende oder Besucher: Auf dem Pilatus trifft sich die Welt.

Die Welt dreht sich unaufhörlich. In welche Richtung gehen Ihre Ziele für 2017?

Ich will mir die Zeit nehmen und genau herausspüren, welche Bedürfnisse vorhanden sind. Auf der Krienseregg herrschen ganz andere Ansprüche, als im Pilatus Businesscenter. Darauf möchte ich reagieren können. Allerdings muss ich zuerst klären, was mit der vorhandenen Infrastruktur möglich ist. Mein grösstes Augenmerk gilt den Mitarbeitenden und deren Anforderungen. Erst wenn ich alle diese harten und weichen Faktoren genau kenne, kann ich konkrete Ziele festlegen und verfolgen.

Ihre liebste Kennzahl am Pilatus?

Um eine konkrete Zahl zu nennen, bin ich noch zu wenig lange mit an Bord. Deshalb: Vom Pilatus sieht man zirka 1.2 Millionen Sterne. Die Wahrscheinlichkeit, eine Sternschnuppe zu sehen ist sehr hoch. Die Wahrscheinlichkeit, dass Wünsche in Erfüllung gehen somit auch.



RENÉ MÜLLER, HILDISRIEDEN

ZU FUSS UNTERWEGS AM BERG, DA FLIESSEN AUCH DIE IDEEN.

BAHNEN

DIE FREUDE DER GÄSTE UND DIE SICHERHEIT IMMER IM ZENTRUM

Über 685'000 begeisterte Gäste sind mit den Bahnen auf den Pilatus gereist. Was viel bewegt, muss gut gewartet werden und hohen Sicherheitsanforderungen genügen. Im Interview verrät Patrick Blaser, Leiter Technik & Betrieb, wann und wie man die Bahnen der PILATUS-BAHNEN AG instand hält, was den Mitarbeitenden im 2016 Herzklopfen bereitet hat. Und wie es sich anfühlt, zwischen den Bäumen zu hängen.

Wie war das Jahr 2016 für den Zahnradbahn Betrieb? Begeistert und mit Herzklopfen-Garantie oder eher verhalten?

Bis Ende April lag Schnee. Das hat die Eröffnung der Zahnradbahn erschwert und sorgte für etwas Herzklopfen. Trotzdem konnten wir die «Goldene Rundfahrt» pünktlich zum Muttertag eröffnen. Über das ganze Jahr gesehen sind wir sehr zufrieden. Das schöne und trockene Wetter ab Juli machte die Einbussen aus dem eher nassen Frühling mehr als wett. Fast ein bisschen Herzrasen bekamen wir Mitte November. Die ersten grossen Schneemengen fielen, die Zahnradbahn stand still. Doch auch da zeigten sich die Wettergötter gnädig. Am letzten Betriebswochenende fand auf dem Pilatus der beliebte «Christchindlimärt» statt und alle Bahnen fuhren planmässig zum Gipfel.



FAMILIE GRÄSSL, SEELISBERG

WIR LIEBEN DEN PILATUS. NATUR PUR, SPIELEN, GENIESSEN.

Die Luftseilbahn «Dragon Ride» ist seit dem 1. April 2015 in Betrieb, das 2016 war also ihr erstes volles Betriebsjahr. Blieb die anfängliche Begeisterung bestehen?

Auf jeden Fall! Wir spüren die Freude der Gäste täglich und bekommen sehr schöne Rückmeldungen. Die «Dragon Ride» ist neben den vielen Stehplätzen mit zwölf Sitzplätzen ausgestattet. Der Ansturm auf diese Plätze ist jeweils gross. Sobald sich die Türen der Seilbahn öffnen, stürmen die Leute los, damit sie das Cockpit-Feeling der „Dragon Ride“ an vorderster Front geniessen können.

Ist die «Dragon Ride» ein Publikumsmagnet geworden?

Auf dem Schweizer Markt ist sie sicher einer von vielen Gründen, einen Ausflug auf den Pilatus zu planen. International ist die Seilbahn alleine wohl eher ein kleines Ereignis. Da fasziniert der Berg der 2132 Möglichkeiten als Gesamtpaket. Im 2016 beförderten wir 270'000 Gäste mit der «Dragon Ride» auf den Berg – eine stattliche Zahl. Wir sind gespannt, wie das Jahr 2017 wird.

685'000 Gäste reisten im 2016 mit den drei Bahnen auf den Pilatus. Bei Personentransporten ist die Sicherheit elementar. Wer erlässt die Vorschriften dazu?

Die Anforderungen an die Sicherheit sind in der Schweiz sehr hoch. Es existieren gesetzliche Vorgaben, Richtlinien und Vorschriften, an die wir uns halten müssen. Die sind vom Bundesamt für Verkehr, von Verbänden und Herstellern erarbeitet und werden laufend den technischen Entwicklungen oder aufgrund bekannter Ereignisse angepasst. Wir sind in der Pflicht, unsere Anlagen auf dem aktuellen Stand der Technik zu halten.

Wann erledigt man diese Arbeiten? Die Seilbahnen sind ja das ganze Jahr in Betrieb, nur die Zahnradbahn macht Winterpause.

Die Instandhaltungsarbeiten variieren nach Anlage und Gesetzgebung. Sie sind in zeitliche und leistungsabhängige Intervalle aufgeteilt. Bei den Seilbahnen erledigen wir die meisten Arbeiten vor oder nach den Betriebszeiten

und während der dreiwöchigen Revision. Bei der Zahnradbahn durchlaufen die Triebfahrzeuge alle 2'000 Kilometer eine Zwischenrevision. Im Schnitt legen die Triebwagen in jeder Saison rund 8'000 Kilometer zurück. Im Jahr 2016 waren es insgesamt 8'500 Fahrten. Während der Winterpause von November bis April ist die Zahnradbahn nicht in Betrieb. Die Triebwagen werden auf Herz und Nieren geprüft und für die nächste Saison in Schuss gebracht.

«Die Zahl der Gäste, die im 2016 in der «Dragon Ride» geschwebt sind, ist eindrücklich: 270'000 Personen haben wir auf den Pilatus befördert.»

Wie gewährleisten Sie, dass die Mitarbeitenden in puncto Sicherheit à jour sind?

Unsere Mitarbeitenden werden laufend geschult und wir führen regelmässig Übungen durch. Das ist bei unserem Job sehr wichtig. So üben wir zum Beispiel jährlich die Evakuierung der Gäste aus der Panorama-Gondelbahn. Wir sind immer sehr erfreut darüber, wie viele Menschen sich freiwillig für diese Ernstfallübung zur Verfügung stellen.

Evakuierung? Da ist bestimmt für Herzklopfen gesorgt. Begeisterung löst auch Herzklopfen aus. Wie schafft man es, die Gäste 365 Tage im Jahr zu begeistern?

Wir sind in erster Linie Menschen, die ihre Arbeit lieben. Das spüren auch unsere Gäste. Natürlich gibt es auch bei uns mal einen schlechten Tag. Doch unsere Mitarbeitenden schaffen es wirklich, den Gästen jeden Tag ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern und sie mit der Begeisterung für den Pilatus anzustecken. In den letzten Jahren haben wir viel in die Infrastruktur und in die Bahnanlagen investiert. Das motiviert unsere Mitarbeitenden natürlich auch – sind doch alle von der Technik fasziniert.



LONG TIN TIN, CHINA

ICH MAG DEN PILATUS, DIE JAHRESZEITEN. FASZINIEREND!



MAE WANG, CHINA

EIN REIZENDES SOUVENIR, ALS ERINNERUNG FÜR DAHEIM.

Investieren will man auch in Zukunft. Ein neues Konzept für die Zahnradbahn steht auf der Agenda. Wohin führt die Reise?

Die Triebwagen der Zahnradbahn stammen aus dem Jahr 1937. Das Jahr, in dem man die Strecke elektrifiziert hat. Deshalb entschied die PILATUS-BAHNEN AG «mittelfristig eine Neukonzipierung der Zahnradbahn» in Angriff zu nehmen. Ob und wie viel erneuert, saniert werden muss, können wir jetzt noch nicht beantworten. Wir werden im Jahr 2017 eine Machbarkeitsstudie durchführen lassen. Wir wollen nicht nur die Fahrzeuge unter die Lupe nehmen. Da sind weitere Faktoren wie Strecke, Betriebskonzept, Logistik und Gästefluss, die wir prüfen werden. Eines ist gewiss: Die Reise führt weiterhin von Alpnachstad auf den Pilatus.

Die Bahnen befördern Menschen, die sich am Berg vergnügen; unter anderem in den Freizeitanlagen. Wie war das Jahr 2016 für den Seilpark und die Rodelbahn?

Im Seilpark und auf der Rodelbahn sind die Besucherzahlen stark vom Wetter abhängig. So war der nasse Frühling ungünstig. Die Gäste benutzen die Rodelbahn auch während kurzer Schönwetterfenster. Deshalb konnten wir hier den relativ nassen Juni ausbalancieren. Beim Seilpark sind die Menschen weniger spontan. Diesen Ausflug plant man längerfristig und reist bei schlechtem Wetter eher gar nicht erst an.

Seilpark – auch da ist Sicherheit wichtig. Was unternimmt man, damit die Besucherinnen und Besucher sicher unterwegs sind?

Es ist wichtig, dass die Gäste mit dem Material und der Handhabung vertraut sind. Wir instruieren sie genau, bevor wir sie in den Parcours lassen. Den Park selbst kontrollieren un-

sere Mitarbeitenden täglich. Sie prüfen alle 125 Plattformen im ganzen Seilpark. Da gibt es verschiedene Faktoren zu beachten: Verschraubungen von Klettergriffen, die natürliche Alterung der verbauten Holzteile, Verschleiss etc.

Begeisterung und Herzklopfen-Garantie am Pilatus: Womit überrascht man die Gäste als Nächstes?

Im 2017 lancieren wir auf der Fräkmüntegg die Tree Tents. Das sind Zelte, die zwischen den Bäumen hängen. Eine Nacht am Berg, umgeben von der Natur, unter dem Sternenhimmel: ein unvergessliches Erlebnis. Wir sind sicher, dass wir mit dieser einzigartigen «Unterkunft» für Gäste (Gruppen und Einzelpersonen) von nah und fern ein einmaliges Erlebnis kreieren.

Gibt es eine Zahl, die beeindruckend, sympathisch und in keiner Statistik zu finden ist?

Da gäbe es einige. Was uns ausserordentlich freut ist, dass jedes Jahr über hundert Gäste im Rollstuhl den Pilatus besuchen. Wir unterstehen dem Behindertengleichstellungsgesetz. Die Anlagen sind jedoch über hundertjährig und ein komplett selbständiger Zugang ist nicht möglich. Wir betreuen den Gast deshalb von der Ankunft bis zur Verabschiedung persönlich – für beide Seiten eine schöne Erfahrung.

MERCHANDISING

NOCH NÄHER ZU DEN MENSCHEN

Das Wahrzeichen von Luzern zieht mitten in die Stadt. Neben Bergerlebnissen und Herzklopfen-Garantie verkauft man Kleider. Warum das Sinn macht und was es mit dem Glücksdrachen auf sich hat? Das verrät Janin Sperl, Leiterin Merchandising.

Seit November 2016 führt die PILATUS-BAHNEN AG einen eigenen Shop in der Stadt. Was ist die Idee dahinter?

Majestätisch und mystisch thront der Pilatus über Luzern. Mit dem Shop mitten in der Stadt gelangen wir direkter an mögliche Besucher. Neben Tickets für die Pilatus-Erlebnisfahrt, die «Goldene Rundfahrt» mit dem Schiff oder die «Silberne Rundfahrt» mit der Zentralbahn, sind auch die beliebten Gutscheine für die Pilatus-Angebote erhältlich. Unsere Kunden verbinden den Kauf ihres Tickets ganz einfach mit dem Shopping in der wunderschönen Altstadt.

Näher zu den Menschen also. Spüren die Kunden im Pilatus-Shop den speziellen Geist des «Drachen-Berges»?

Es ist uns sehr gut gelungen, den Pilatus als Naturerlebnis abzubilden. Ein grosses, eindrückliches Bild des Pilatus zielt den Eingangsbereich und nimmt die Kunden «in Empfang». Auf einem Grossbildschirm sehen sie Livebilder der wunderbaren Aussicht vom Gipfel. Charmante und sehr gut informierte Mitarbeitende beraten die Gäste im Shop über die 2132 Möglichkeiten am Pilatus und verkaufen die Angebote. Unsere Besucher besteigen danach in Kriens oder Alpnachstad die Bahn, ohne an der Kasse anzustehen.

Erhofft man sich davon noch mehr Besucher auf dem Berg? In erster Linie wollen wir damit in der Stadt bei den Individual-

touristen präsenter sein. Was natürlich mit dem Ziel verbunden ist, mehr individuelle Gäste am Berg zu haben. Wir sind bereits bei Drittverkäufern, wie Hotels, Camping, VBL und dem Tourist Office vertreten. Mit dem eigenen Shop hat die PILATUS-BAHNEN AG jetzt einen noch direkteren Zugang zu potentiellen Kunden.

«Unsere Kunden buchen jetzt ihren Pilatus-Ausflug gleich beim Shopping in der schönen Altstadt.»

Im Shop verkauft man nicht nur Tickets, sondern auch Kleider. Wer kauft Kleidungsstücke, auf denen der rote Pilatus-Drache thront?

Die Pilatus-Kollektion ist bei Schweizern und ausländischen Touristen sehr beliebt. Der rote Drache gilt im asiatischen Raum als Zeichen des Glücks, des himmlischen Beistandes und der Fruchtbarkeit. Er ist deshalb ein geschätztes Souvenir. Wir wollen mit der Kollektion explizit die Nähe zum Pilatus schaffen. Darum verkaufen wir sie exklusiv in den Shops der PILATUS-BAHNEN AG. Auf 2017 ist die Kollektion modischer und so geschnitten, dass man sie einfach gerne trägt.

Der «Pilatus-Drache» als Zeichen des Glücks... Welche Zeichen schätzen Sie und Ihr Team?

Wir bekommen von unseren begeisterten Gästen täglich unzählige Einladungen, sie in ihrer Heimat zu besuchen. Das ist ein schönes Zeichen der Wertschätzung.



**ILIR GECI, ORGANISATOR MISS ALBANIEN WAHLEN
MIT DEN SCHÖNSTEN ALBANERINNEN AUF DEM SCHÖNSTEN BERG!**

MARKETING & VERKAUF

UNSER ERFOLG IST VIELSCHICHTIG

Der Pilatus begeistert. Nicht umsonst ist das Ausflugsziel die Nummer eins der Zentralschweiz bei Tripadvisor. Was es mit Rockmusik auf dem Gipfel, dem virtuellen Erlebnis und den Uhren vom SWISS LION Shop auf sich hat, erklärt Tobias Thut, Leiter Marketing & Verkauf.

Auf dem Pilatus gibt es neu ein SWISS LION Shop. Damit spricht man vor allem die ausländischen Gäste an. 50 Prozent der Besucher am Berg sind Schweizer. Wie passt das?

Das Angebot richtet sich in erster Linie an unsere Gäste aus den Fernmärkten – Schweizer Uhren sind sehr beliebt. Der Markenmix im SWISS LION Shop spricht aber mit Sicherheit auch europäische und Schweizer Gäste an. SWISS LION ist ein absoluter Premium-Partner für uns. Der Shop fügt sich hervorragend in die Architektur der Panoramagaleries ein und ergänzt das «Gipfelangebot» perfekt. Ein exklusives Einkaufserlebnis für alle unsere Gäste. Denn, was spricht dagegen, sich eine schöne Uhr auf 2132 Metern über Meer zu gönnen? Als Krönung eines unvergesslichen Aufenthaltes...

«Wir sind sehr gut aufgestellt, gemäss TripAdvisor die Nummer eins in der Zentralschweiz.»

Das heisst, man will mit dem Shop mehr Gäste aus den Fernmärkten gewinnen?

Nein, es geht nicht darum, mehr Gäste anzulocken, sondern ein Kundenbedürfnis zu befriedigen. Wir wollen unseren

Anspruch und unsere Position als Berg der 2132 Möglichkeiten festigen. Was indirekt auch dazu führt, dass wir unseren Gästemix (50 Prozent Schweizer Gäste, 25 Prozent asiatische Gäste, viele Amerikaner und Europäer) stabilisieren können.

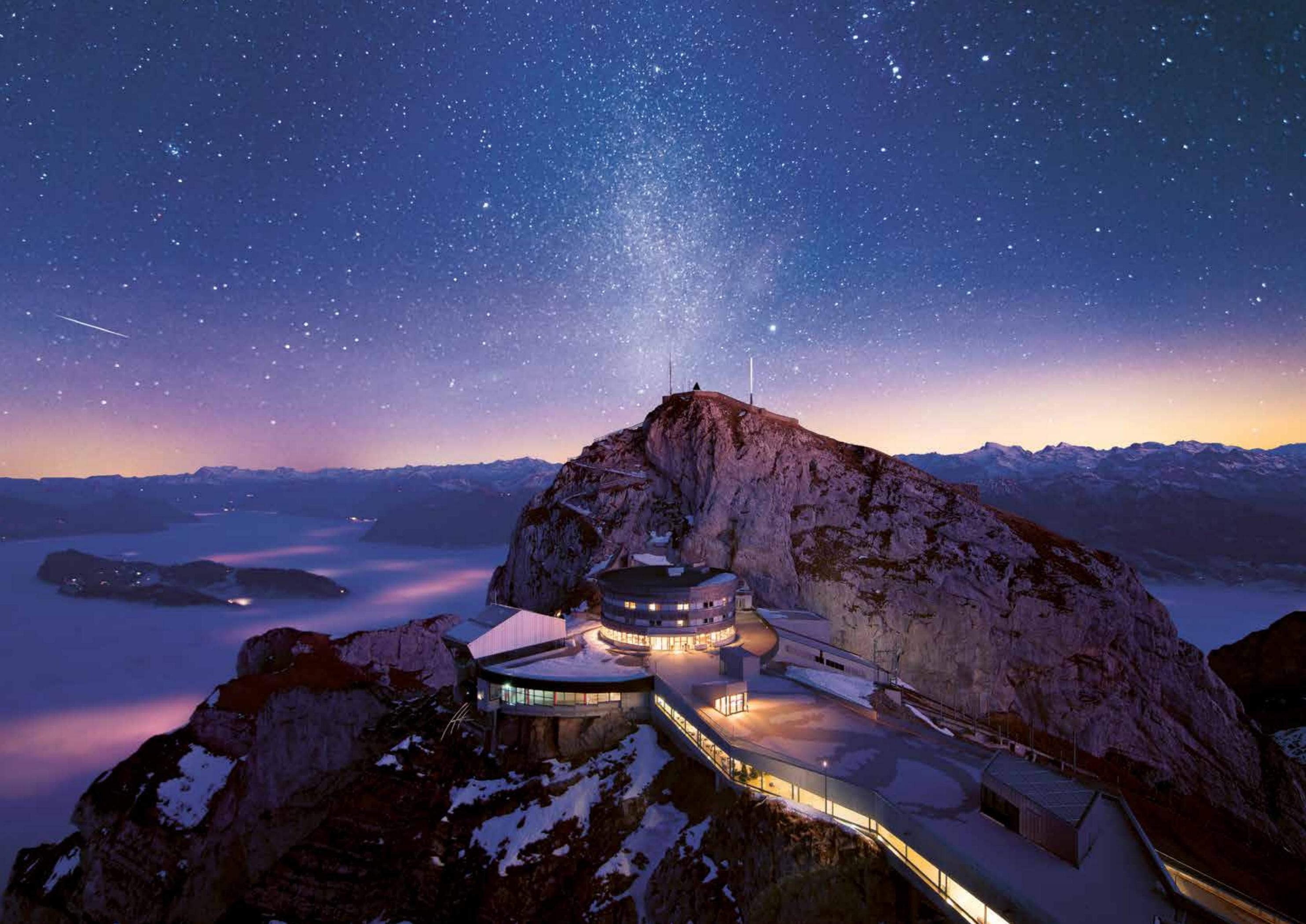
Trotzdem will man ja wachsen und neue Märkte erschliessen. Mit welchen Argumenten begeistern Sie diese für den Pilatus?

«Die steilste Zahnradbahn der Welt» ist ganz klar unser Alleinstellungsmerkmal. Das steht im Zentrum. Daneben dürfen wir viele weitere Vorzüge präsentieren: die neue Luftseilbahn «Dragon Ride» – nur Fliegen ist schöner, eine Top-Gastronomie und das hervorragende Hotelangebot auf 2132 Metern über Meer. Innerhalb weniger Minuten ist man von der Stadt Luzern mitten in einer beeindruckenden, alpinen Berglandschaft mit vielen Attraktionen (Panoramagaleries, Oberhaupt, Esel, Drachengalerie etc.). Das sind sehr schöne Argumente, für alle Gäste. Wir wollen nicht in erster Linie neue Märkte erschliessen. Unser Bestreben ist es, in bestehenden Märkten präzenter zu sein und so mehr Menschen zu erreichen.

Im Raum Luzern erreicht man viele schöne Berge in kurzer Zeit. Der Markt wird also von einigen Mitbewerbern bearbeitet. Sucht man Synergien oder ist man Konkurrent?

Wir sind Konkurrenten, ganz klar. Das schliesst aber einen freundschaftlichen Umgang untereinander nicht aus. Trotzdem, am Ende des Tages will jeder Anbieter den besten Deal, das attraktivste Angebot auf dem Platz. Wir suchen Synergien – jedoch nicht mit anderen Bergregionen. Wir pflegen spannende Kooperationen mit Unternehmen, die unser Angebot sinnvoll ergänzen (z.B. SGV, Zentralbahn). Gut besuchte Reiseplattformen stellen uns ein hervorragendes





PILATUS SHOP

FERNSICHT

HIRSCHENPLATZ

FRISCHLUFT

ERHOLUNG

TICKETS

INFOS

GESCHENKIDEE

HAUSBERG

SOUVENIR

SNOW&FUN

GUTSCHEINE



www.pilatus.ch

AM HIRSCHENPLATZ | LUZERN



MARCO MOZZATTI, HOCKEY CLUB LUZERN / MARKETING & SPONSORING
SEHR ENGAGIERT FÜR DEN NACHWUCHS – DIE PILATUS-BAHNEN AG.

des Zeugnis aus. Gemäss TripAdvisor sind wir die Nummer eins in der Zentralschweiz. Unser Ziel ist ganz klar, uns weiterhin auf diesem Platz zu behaupten.

«Bereits die Vorbereitung für den Pilatus-Ausflug darf ein Abenteuer sein und zur kurzweiligen Entdeckungsreise werden.»»

Die Nummer eins bleiben: Was unternimmt man, damit das gelingt?

Wir optimieren unsere Angebote laufend. Für die «Goldene Rundfahrt» haben wir in einem Testlauf einen Shuttle-Service initiiert – gemeinsam mit den Partnern SGV und VBL. Diese Adaption war so erfolgreich, dass wir den Service beibehalten. Ist das Wetter gut und reges Interesse für die Rundfahrt da, können unsere Besucher die Rundfahrt jetzt auch in umgekehrter Richtung geniessen. Ab 2017 fährt fix ein Spätschiff von Alpnachstad nach Luzern. An der Schiffstation in Luzern macht ein Gästebetreuer auf die Möglichkeit aufmerksam und bringt die Gäste zum VBL-Shuttle. Damit gelangen sie an die Talstation in Kriens, erhalten ihre Tickets und reisen ohne lange Wartezeiten auf den Pilatus.

Dann ist ständiges Optimieren das Rezept für langfristigen Erfolg?

Der Erfolg ist vielschichtig: Die PILATUS-BAHNEN AG hat in den letzten Jahren viel in neue Bauten investiert. Zusätzlich

kreieren wir neue spannende Erlebnisse, die zum Berg und zu unserer Philosophie passen. Die «Gipfelwerke» des Luzerner Sinfonieorchesters sind ein schönes Beispiel dafür – sie fanden im Herbst 2016 zum ersten Mal statt. Ein Augen- und Ohrenschauspiel für Klassik-Fans. Als schönes Pendant dazu lancieren wir im August 2017 eine Neuauflage des Openairs «Pilatus On The Rocks». Die Fräkmüntegg wird noch erlebnisreicher: Mit den Tree Tents sprechen wir sicher auch neue Kunden an. Die Geschichte vom «Pilatus-Dra-chen» und viele Sagen rund um den Pilatus warten darauf, erzählt zu werden. Es bleibt spannend.

Den Pilatus sollte man in erster Linie erleben. Trotzdem steht online einiges an. Wieso will man online investieren?

Unsere Gäste sollen den Pilatus nicht nur real als Erlebnis wahrnehmen. Bereits die Vorbereitung für den Pilatus-Ausflug darf ein Abenteuer sein und zur kurzweiligen Entdeckungsreise werden. Das Ziel ist und bleibt dasselbe: Der Gast soll die wunderschöne Bergwelt live vor Ort entdecken. Wir erleichtern ihm in Zukunft die Entscheidung und den Weg dahin.

Da bewegt sich einiges im Marketing & Verkauf. Was heisst das in Zahlen ausgedrückt?

Das Marketingteam verbrennt pro Jahr rund sieben Millionen Kalorien im Job, begleitet über fünfzig Journalistenteams auf den Berg, was tolle Berichterstattungen in der ganzen Welt generiert, schreibt ungefähr 60'000 E-Mails und führt zirka 40'000 Telefongespräche.



ALYSSA RELLSTAB UND MARISA MOLINARO
NACHTSCHICHT VORBEI. JETZT TANKEN WIR SONNE AM BERG.

MANAGEMENT SERVICES

EINE OFFENE TÜR FÜR ALLE

Wer bei den PILATUS-BAHNEN AG arbeitet, ist in erster Linie ein herzlicher Gastgeber. An 365 Tagen im Jahr. Neben den Menschen an der Front sorgen die Management Services, in diesem Fall die Human Resources, im Hintergrund für einen reibungslosen Betrieb. Was dazu gehört, wie wertvolles Wissen erhalten bleibt und was den richtigen Kitt gibt? Das erzählt Brigitte Wagner, Leiterin Personal.

Was trägt man von Seiten Human Resources dazu bei, dass die PILATUS-BAHNEN AG ein attraktiver Arbeitgeber ist?

Unsere Mitarbeitenden sollen sich voll und ganz auf ihre Arbeit konzentrieren können. Ihr Fokus ist der Service am Kunden. Wir erledigen alle Arbeiten, die in einer Personalabteilung anfallen. Daneben ist uns sehr wichtig, dass unsere Tür für alle offen steht. Wir sind vor allem auch in schwierigen Lebenssituationen für Mitarbeitende da. Die persönliche Entwicklung jedes Einzelnen ist ein Schwerpunkt. Fordern und fördern ist auf jeder Anstellungsebene elementar. Unser Wissen teilen wir in regelmässigen Schulungen mit den Führungskräften. Mit dem Führungsinstrument «Kompass» sorgen wir dafür, dass für Menschlichkeit viel Platz ist und die Mitarbeitenden am Erfolg beteiligt sind.

Menschlichkeit, Erfolgsbeteiligung, offene Türen für alle – gibt es weitere Gründe?

Der Pilatus ist ein geniales «Produkt» und bietet wunderschöne und abwechslungsreiche Erlebnisse; einfach ein schönes Gefühl, die Freude der Gäste zu erleben. Herzlichkeit und Begeisterung leben wir nicht nur unseren Gästen gegenüber. Es ist die Kultur, die das gesamte Unternehmen prägt und trägt. Unsere Mitarbeitenden profitieren von

spannenden Vergünstigungen. Diverse Mitarbeiteranlässe sind der Kitt, der zusammenhält. Verbringt man auch neben der Arbeit Zeit miteinander, verbindet das. Für auswärtige Arbeitskräfte ist das neue Personalhaus ein schönes Zuhause, ganz nah am Berg.

«Wer bei den PILATUS-BAHNEN AG arbeiten will, muss gerne und von Herzen Gastgeber sein.»

Man tut viel dafür, dass die Mitarbeitenden sich wohlfühlen. Reicht das als Motivation, den Gästen an 365 Tagen im Jahr mit Begeisterung und Herzlichkeit zu dienen?

Für die anspruchsvollen Stellen braucht es schlicht und einfach die richtigen Menschen. Wer bei der PILATUS-BAHNEN AG arbeiten will, muss von Herzen Gastgeber sein. Harmonie, Respekt, Toleranz und Wertschätzung im ganzen Team sind enorm wichtig; gerade an hektischen Tagen. Viele Saisoniers kehren seit Jahren an den Pilatus zurück. Das ist ein schönes Zeugnis für uns als Arbeitgeberin und es bleibt uns viel wertvolles Wissen erhalten.

Neben den Menschen sind auch Zahlen wichtig: Ferientage, Arbeitsstunden, Überzeit ... Verraten Sie uns eine ganz besondere Kennzahl?

64 Mal selbst Gebackenes im Jahr – wir feiern in der Verwaltung jeden Geburtstag mit einem Kuchen und vor anstehenden Ferien werden die Arbeitsgspändli mit Süssem verwöhnt.

BERICHT ZUR JAHRESRECHNUNG 2016

Die Vorzeichen für das Jahr 2016 waren für die Tourismusbranche nicht gerade positiv. Die Frankenstärke, die Visumsproblematik und das sich abschwächende Wirtschaftswachstum in China, wie auch die Terroranschläge in Europa waren grosse Herausforderungen. Trotz dem schwierigen Umfeld darf die Pilatus-Bahnen AG auch im 2016 auf ein sehr erfolgreiches Jahr zurückblicken. Die Zahlen des Rekordjahres 2015 konnten nochmals übertroffen werden. Hauptgrund für das wiederum sehr gute Resultat ist das vom Juli bis im Dezember anhaltend schöne Wetter.

Die Frequenzen übertrafen mit 2'460'152 das Vorjahr um 5.2%. Die Anzahl Gäste am Pilatus lag mit 685'524 zwar knapp unter dem Vorjahr. Davon reisten jedoch 489'952 Gäste auf Pilatus Kulm. Dies entspricht einer Zunahme von 3.2% gegenüber dem Vorjahr. Beim Gruppengeschäft musste ein Rückgang von 10% verzeichnet werden. Dieser konnte jedoch durch mehr Individualgäste wettgemacht werden.

Die Steigerung der Gästezahlen konnte in fast allen Bereichen der PILATUS-BAHNEN AG in höhere Umsätze umgesetzt werden. Somit erreichte der Gesamtumsatz CHF 31.6 Mio., was eine Zunahme von CHF 1.1 Mio. bzw. 3.5 % bedeutet.

Der Personalaufwand belief sich auf CHF 12.4 Mio. Gemessen am Gesamtumsatz ergibt dies einen Personalkostensatz von 39%. Erstmals profitieren unsere Mitarbeitenden vom neu geschaffenen Mitarbeitererfolgsbeteiligungsmodell. Dieser Betrag ist in der Position bereits berücksichtigt.

Dank konsequentem Kostenmanagement konnte der Betriebsaufwand um CHF 0.8 Mio. auf CHF 6.3 Mio. reduziert werden. Er beträgt 20% des Gesamtumsatzes.

Das Betriebsergebnis EBITDA beläuft sich auf CHF 9.9 Mio. Eine Erhöhung gegenüber dem Vorjahr um 16%. Die EBITDA-Marge beträgt 31.4%.

Der Cashflow konnte gegenüber dem Vorjahreswert um CHF 0.75 Mio. gesteigert werden und beträgt CHF 9.2 Mio., was 29.1% des Gesamtumsatzes bzw. 8% der Gesamtinvestitionen entspricht.

Der Reingewinn erhöhte sich um 24% auf CHF 1'274'790.

Aufgrund dieses erneut guten Ergebnisses kann der Verwaltungsrat den Aktionären zusätzlich zur Bruttodividende von 65% bzw. brutto CHF 32.50 pro Aktie eine einmalige Sonderdividende von CHF 5.00 pro Aktie vorschlagen.

Im Berichtsjahr waren Anlagenzugänge von insgesamt CHF 2.2 Mio. zu verzeichnen, einschliesslich der Sanierung von 20 Gästezimmern im Hotel Bellevue und dem Ausbau des neuen Pilatus Shops in Luzern. Es wurden ordentliche Abschreibungen in der Höhe von CHF 2.7 Mio. vorgenommen. Der Nettobuchwert der Anlagenrechnung beträgt mit CHF 30.6 Mio. 27% des Anschaffungswertes, was auf einen hohen Substanzwert hinweist. Weitere Details zu den Sachanlagen sind auf Seite 21 ersichtlich.

Der Bestand an flüssigen Mitteln per 31. Dezember 2016 konnte um CHF 6 Mio. auf CHF 13.9 Mio. erhöht werden.

Der Verwaltungsrat der PILATUS-BAHNEN AG nimmt jährlich eine Risikobeurteilung vor. Die Risikobeurteilung ermöglicht sowohl die frühzeitige Erkennung und Analyse von Risiken als auch die Ergreifung entsprechender Massnahmen. Zum Risikobeurteilungsprozess gehört die systematische Erfassung und Auswertung der Risiken, deren Priorisierung, die Beurteilung der Einflüsse auf das gesamte Unternehmen sowie die Einleitung und Überwachung von Massnahmen zur Vermeidung oder Minimierung von Risiken. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Risikolage der PILATUS-BAHNEN AG im Wesentlichen nicht verändert. Der Verwaltungsrat der PILATUS-BAHNEN AG hat im Berichtsjahr an seiner Sitzung vom 07. Dezember die Risikobeurteilung vorgenommen.

BILANZ

	31.12.2016		31.12.2015	
AKTIVEN	CHF	%	CHF	%
Flüssige Mittel	13'892'677	29.7	7'928'410	19.2
Kurzfristig gehaltene Aktiven mit Börsenkurs	144'643	0.3	156'967	0.4
Forderungen aus Leistungen	437'568	0.9	384'669	0.9
Übrige kurzfristige Forderungen	455'706	1.0	113'347	0.3
Warenvorräte	745'105	1.6	777'409	1.9
Aktive Rechnungsabgrenzung	530'416	1.1	340'971	0.8
Umlaufvermögen	16'206'115	34.6	9'701'773	23.5
Sachanlagen	113'717'462		111'573'858	
Abschreibungsrechnung	- 83'139'013		- 80'434'603	
Buchwert Sachanlagen	30'578'449	65.3	31'139'255	75.6
Anlagen im Bau	0	0.0	339'890	0.8
Grundstücke	34'000	0.1	34'000	0.1
Anlagevermögen	30'612'449	65.4	31'513'145	76.5
Total Aktiven	46'818'564	100.0	41'214'918	100.0
PASSIVEN				
Verbindlichkeiten aus Leistungen	1'816'814	3.9	2'084'734	5.1
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	2'120'228	4.5	1'967'721	4.8
Passive Rechnungsabgrenzung	2'704'631	5.8	2'602'362	6.3
Kurzfristiges Fremdkapital	6'641'673	14.2	6'654'817	16.1
Rückstellungen langfristige	31'227'000	66.7	26'027'000	63.1
Langfristiges Fremdkapital	31'227'000	66.7	26'027'000	63.1
Fremdkapital	37'868'673	80.9	32'681'817	79.3
Aktienkapital	1'320'000	2.8	1'320'000	3.2
Gesetzliche Gewinnreserven	2'750'000	5.9	2'750'000	6.7
Freie Reserven	3'250'000		3'150'000	
Eigene Kapitalanteile	- 70'962		- 70'962	
Gewinnvortrag	426'063		354'235	
Jahresergebnis	1'274'790		1'029'828	
Freiwillige Gewinnreserven	4'879'891	10.4	4'463'101	10.8
Eigenkapital	8'949'891	19.1	8'533'101	20.7
Total Passiven	46'818'564	100.0	41'214'918	100.0

ERFOLGS-RECHNUNG

	2016	2015
	CHF	CHF
Verkehrsumsatz	19'383'212	18'436'603
Umsatz Hotellerie	1'309'986	1'096'979
Umsatz Gastronomie	7'096'366	7'213'794
Umsatz Merchandising	2'199'829	2'148'899
Umsatz Freizeitanlagen	886'167	976'028
Übriger Ertrag	695'248	640'758
Nettoerlös	31'570'808	30'513'061
Warenaufwand Gastronomie	- 2'017'350	- 2'164'765
Warenaufwand Merchandising	- 891'757	- 858'196
Bruttoerfolg I	28'661'701	27'490'100
Personalaufwand	- 12'448'218	- 11'862'501
Bruttoerfolg II	16'213'483	15'627'599
Allgemeiner Betriebsaufwand	- 559'031	- 554'380
Unterhalt und Reparaturen	- 1'628'567	- 2'227'269
Miete und Leasing	- 229'330	- 198'270
Sachversicherungen	- 329'733	- 335'452
Gebühren und Abgaben (Konzessionen)	- 502'138	- 535'051
Energie und Entsorgung	- 690'177	- 727'306
Verwaltungsaufwand	- 820'929	- 729'676
Werbung und Verkauf	- 1'539'608	- 1'779'212
Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA)	9'913'970	8'540'985
Ordentliche Abschreibungen	- 2'704'410	- 2'698'217
Betriebsergebnis nach Abschreibungen (EBIT)	7'209'560	5'842'768
Finanzaufwand und Finanzertrag	112'419	77'962
Betriebsfremder Aufwand und betriebsfremder Ertrag	93'877	7'735
Ausserordentlicher Aufwand und Ertrag	- 5'450'000	- 4'350'000
Steuern	- 691'066	- 548'637
Jahresergebnis	1'274'790	1'029'828

GELDFLUSS-RECHNUNG

	2016	2015
Geschäftsbereich (indirekte Methode)	CHF	CHF
Jahresergebnis	1'274'790	1'029'828
Abschreibungen	2'704'410	2'698'217
Veränderung von Rückstellungen	5'200'000	4'700'000
Cashflow	9'179'200	8'428'045
Veränderung Wertschriften	12'325	- 6'256
Veränderung Forderungen	- 395'257	- 138'865
Veränderung Warenlager	32'304	- 39'033
Veränderung aktive Rechnungsabgrenzungen	- 189'445	- 50'623
Veränderung kurzfristige Verbindlichkeiten	- 115'414	1'039'922
Veränderung passive Rechnungsabgrenzungen	102'269	- 79'567
Veränderung eigene Kapitalanteile	0	2'009
Geldfluss aus Geschäftstätigkeit	8'625'982	9'155'631
Investitionsbereich		
Investitionen Sachanlagen	- 2'187'614	- 7'158'255
Investitionen Anlagen im Bau	339'890	- 339'890
Desinvestitionen Sachanlagen	44'009	0
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	- 1'803'715	- 7'498'145
Finanzierungsbereich		
Dividendenzahlung	- 858'000	- 660'000
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	- 858'000	- 660'000
Total Veränderung der flüssigen Mittel	5'964'267	997'485
Bestandesnachweis		
Flüssige Mittel gemäss Schlussbilanz	13'892'677	7'928'410
Flüssige Mittel gemäss Eröffnungsbilanz	7'928'410	6'930'925
Veränderung der flüssigen Mittel	5'964'267	997'485

ANLAGEN-RECHNUNG

	Bestand 31.12.2015	Zugang 2016	Abgang 2016	Bestand 31.12.2016	Buchwert 31.12.2016
ANLAGENRECHNUNG	CHF	CHF	CHF	CHF	CHF
Stockwerkeigentum Inseliquali, Luzern	1'258'575	0	12'605	1'245'970	102'580
Zentrale Dienste	969'060	58'702	137	1'027'625	215'313
Personalhaus Alpnachstad	1'656'793	0	5'981	1'650'812	1'332'048
Gondelbahn Kriens – Fräkmüntegg	24'261'378	424'988	0	24'686'366	1'132'259
Luftseilbahn Fräkmüntegg – Pilatus	19'326'034	63'304	0	19'389'338	4'380'140
Zahnradbahn Alpnachstad – Pilatus	11'196'084	868'885	0	12'064'969	2'527'668
Hotel Pilatus-Kulm	24'798'418	83'950	2'700	24'879'668	5'050'513
Hotel Bellevue	8'466'137	246'530	0	8'712'667	3'045'959
Panoramagalerie	12'155'157	0	0	12'155'157	8'048'783
Restaurant Krienseregg	905'184	0	0	905'184	18'313
Restaurant Fräkmüntegg	4'745'015	0	22'586	4'722'429	3'742'533
Restaurant Fräkmüntalp	475'756	0	0	475'756	225'909
Restaurant Chalet, Alpnachstad	826'326	0	0	826'326	303'135
Merchandising	153'308	0	0	153'308	0
Pilatus Shop Luzern	0	441'255	0	441'255	429'046
Freizeitanlagen	380'632	0	0	380'632	24'250
Total	111'573'857	2'187'614	44'009	113'717'462	30'578'449

ABSCHREIBUNGSRECHNUNG

Stockwerkeigentum Inseliquali, Luzern	1'129'253	17'288	3'151	1'143'390
Zentrale Dienste	726'553	85'759	0	812'312
Personalhaus Alpnachstad	210'072	108'692	0	318'764
Gondelbahn Kriens – Fräkmüntegg	23'453'551	100'556	0	23'554'107
Luftseilbahn Fräkmüntegg – Pilatus	14'769'888	239'310	0	15'009'198
Zahnradbahn Alpnachstad – Pilatus	9'331'345	205'956	0	9'537'301
Hotel Pilatus-Kulm	19'305'525	523'630	0	19'829'155
Hotel Bellevue	5'323'244	343'464	0	5'666'708
Panoramagalerie	3'436'467	669'907	0	4'106'374
Restaurant Krienseregg	882'257	4'614	0	886'871
Restaurant Fräkmüntegg	654'601	325'295	0	979'896
Restaurant Fräkmüntalp	230'059	19'788	0	249'847
Restaurant Chalet, Alpnachstad	478'523	44'668	0	523'191
Merchandising	150'762	2'546	0	153'308
Pilatus Shop Luzern	0	12'209	0	12'209
Freizeitanlagen	352'502	3'880	0	356'382
Total	80'434'602	2'707'562	3'151	83'139'013

BUCHWERT ANLAGENRECHNUNG

Total Anlagenrechnung	111'573'857	2'187'614	44'009	113'717'462
Total Abschreibungsrechnung	80'434'602	2'707'562	3'151	83'139'013
Total Buchwert Anlagenrechnung	31'139'255	- 519'948	40'858	30'578'449

ANHANG DER JAHRESRECHNUNG

1. IN DER JAHRESRECHNUNG ANGEWANDTE BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Die vorliegende Jahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Bestimmungen über die kaufmännische Buchführung des Schweizerischen Obligationenrechts (Art. 959c Abs. 1 OR) erstellt. Die wesentlichen Bilanzpositionen sind wie nachstehend bilanziert.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Auf diese Werte werden individuelle Einzelwertberichtigungen vorgenommen, wobei der Restbestand pauschal wertberichtigt wird.

Vorräte

Vorräte werden zum Anschaffungswert bewertet. Es werden Wertberichtigungen für unverkäufliche Vorräte und Vorräte mit geringer Umschlagshäufigkeit vorgenommen. Zusätzlich wird pauschal eine Wertberichtigung von einem Drittel vorgenommen.

Anlagevermögen

Die Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten oder zu Herstellungskosten abzüglich den Abschreibungen bilanziert.

Fremdwährungspositionen

Die Positionen in Fremdwährungen in EUR wurden in der Erfolgsrechnung zu Monatsmittelkursen gemäss ESTV und in der Bilanz per 31.12.2016 mit 1.0733 umgerechnet (31.12.2015: 1.0872).

2. ANGABEN, AUFSCHLÜSSELUNGEN UND ERLÄUTERUNGEN ZUR JAHRESRECHNUNG

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt wie im Vorjahr im Jahresdurchschnitt nicht über 250 Mitarbeitenden.

Nichtbilanzierte Leasingverbindlichkeiten

Wie im Vorjahr bestehen keine Leasingverbindlichkeiten.

Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

Per 31.12.2016 bestand eine Verbindlichkeit gegenüber der Vorsorgeeinrichtung von CHF 131'201.65 (Vorjahr: CHF 74'452).

Gesamtbetrag der aufgelösten Wiederbeschaffungsreserven und weitere wesentliche Auflösung stiller Reserven

Im Berichtsjahr wurden wie im Vorjahr netto keine stillen Reserven aufgelöst.

Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Erfolgsrechnung

Der ausserordentlichen Aufwand von CHF 5'450'000 (Vorjahr: CHF 4'350'000) entstand durch die Bildung von Rückstellungen.

3. WEITERE VOM GESETZ VERLANGTE ANGABEN (ART. 959C, ABS. 1, ZIFF. 4 OR)

EIGENE AKTIEN	Stück
Bestand per 31.12.2015	212
Veränderungen im GJ 2016	-
Bestand per 31.12.2016	212

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Keine.

	2016	2015
VERPFÄNDETE AKTIVEN	CHF	CHF
Buchwert der verpfändeten Aktiven	488'825	488'825
Eingetragene Grundpfandrechte	11'000'000	11'000'000

GEWINN- VERWENDUNG

ANTRAG ÜBER DIE VERWENDUNG DES BILANZGEWINNES

	2016		2015	
BILANZGEWINN	CHF	%	CHF	%
Gewinnvortrag	426'063		354'235	
Jahresergebnis	1'274'790		1'029'828	
Total	1'700'853		1'384'063	
VERWENDUNG DES BILANZGEWINNES				
Der Verwaltungsrat beantragt, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden:				
Dividende auf CHF 1'320'000	858'000	65	858'000	65
Ausschüttung einer einmaligen Sonderdividende von CHF 5.00 brutto pro Namenaktie	132'000	10	0	
Zuweisung an die freien Reserven	100'000		100'000	
Vortrag auf neue Rechnung	610'853		426'063	
Total	1'700'853		1'384'063	
Bei Annahme dieses Antrages durch die Generalversammlung wird folgende Dividende ausgeschüttet.				
Namenaktie à nominal CHF 50, Bruttodividende	32.50		32.50	
Einmalige Sonderdividende (brutto) pro Namenaktie 5.00	5.00		-	
Total Ausschüttungen pro Namenaktie	37.50		32.50	

BERICHT DER REVISIONSSTELLE



Bericht der Revisionsstelle
an die Generalversammlung der
PILATUS-BAHNEN AG
Alpnach

Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der PILATUS-BAHNEN AG bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, Geldflussrechnung und Anhang (gemäss Geschäftsbericht 2016, Seiten 18 bis 23) für das am 31. Dezember 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben.

Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

Ferner bestätigen wir, dass der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht und empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

Norbert Kühnis
Revisionsexperte

Barbara Mebold
Revisionsexpertin

Luzern, 16. Februar 2017

PricewaterhouseCoopers AG, Werftstrasse 3, Postfach, 6002 Luzern
Telefon: +41 58 792 62 00, Telefax: +41 58 792 62 10, www.pwc.ch

PricewaterhouseCoopers AG ist Mitglied eines globalen Netzwerks von rechtlich selbständigen und voneinander unabhängigen Gesellschaften.



VERWALTUNGSRAT

Istvan Szalai, Rothenthurm | Urs Jenny, Ennetbürgen | André Zimmermann, Vizepräsident, Horw | Bruno Thürig, Präsident, Ramersberg | Urs Küchler, Alpnach Dorf | Hans Grüter, Hergiswil NW



GESCHÄFTSLEITUNG

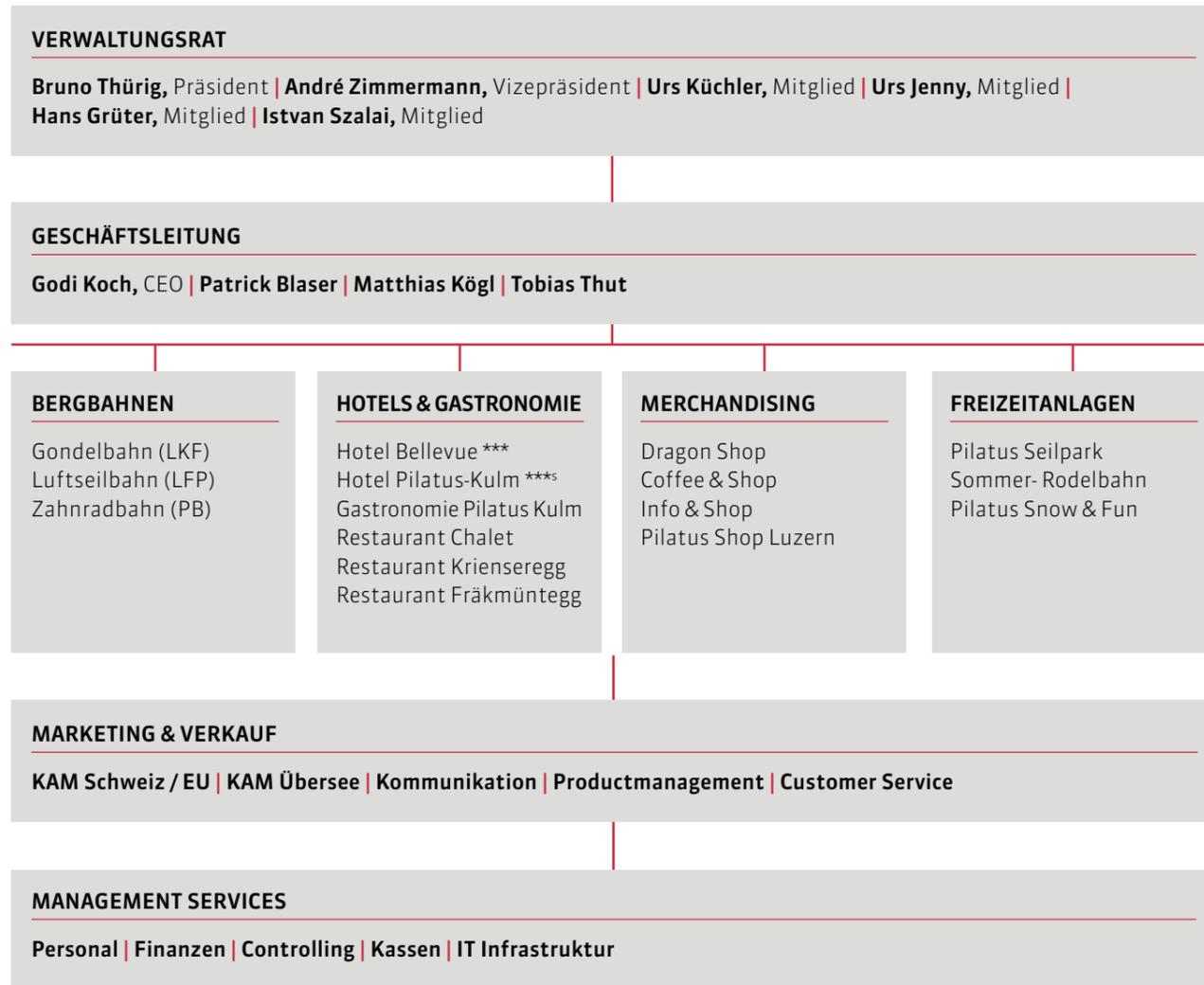
Matthias Kögl, Hotels & Gastronomie | Godi Koch, CEO | Patrick Blaser, Technik & Betrieb | Tobias Thut, Marketing & Verkauf

REVISIONSSTELLE

PricewaterhouseCoopers AG, Luzern

ORGANIGRAMM

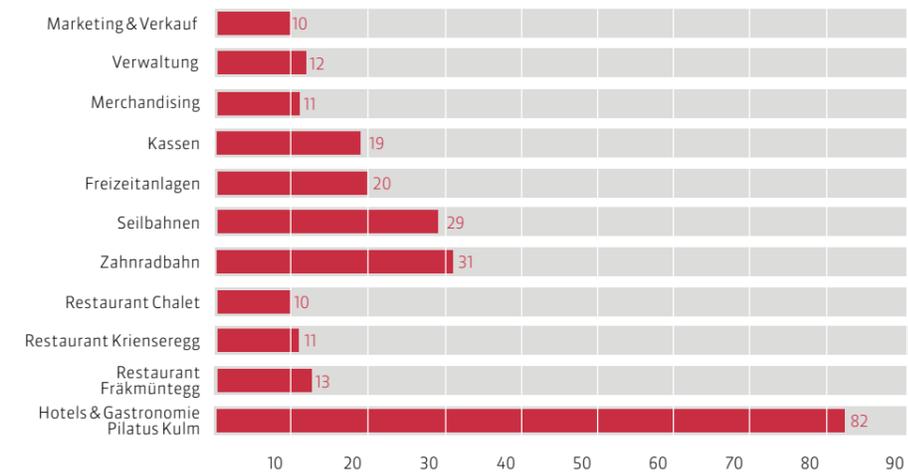
31.12.2016



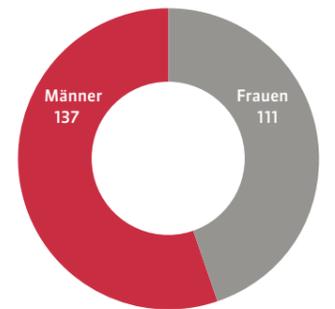
ZAHLEN UND FAKTEN

ZU MITARBEITENDEN

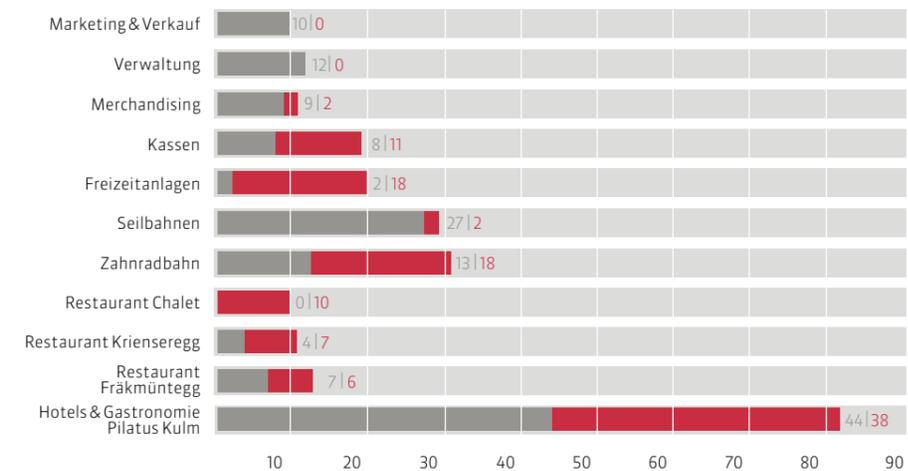
Total 248 Mitarbeitende bei den Pilatus-Bahnen



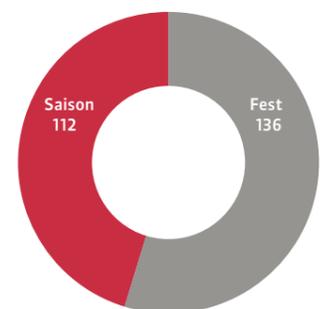
Total



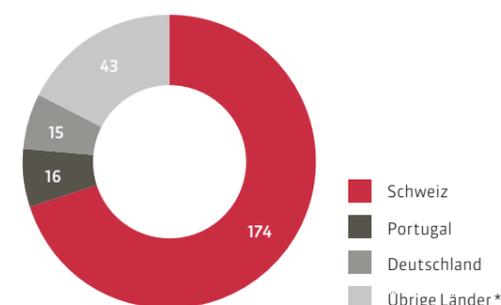
Anteil Mitarbeitende Fest – Saison



Total



Nationalitäten



* Übrige Länder: Slowakei (13), Ungarn (4), Philippinen (3), Tschechien (3), Eritrea (2), Italien (2), Österreich (2), Ägypten (1), Angola (1), China (1), Ecuador (1), Grossbritannien (1), Kolumbien (1), Lettland (1), Malaysia (1), Niederlanden (1), Senegal (1), Serbien (1), Spanien (1), Sri Lanka (1), Tunesien (1).

IMPRESSUM

Herausgeber PILATUS-BAHNEN AG, Kriens | **Konzept, Gestaltung und Satz** Ultragrafis, Sonja Rogger, Luzern | **Fotografie** Armin Grässli, Seelisberg; Severin Pomsel, Horw; Hanno Mackowitz, Innsbruck | **Interview** wortsprudel.ch, Yvonne Ineichen | **Druck** von Ah Druck AG, Sarnen **Auflage** 4'000 Ex. | **Generalversammlung der PILATUS-BAHNEN AG** Donnerstag, 11. Mai 2017, Messe Luzern, Eingang Halle 3/4

PILATUS-BAHNEN AG
Schlossweg 1
CH-6010 Kriens / Luzern
Switzerland

Tel. +41 (0)41 329 11 11
Fax +41 (0)41 329 11 12
info@pilatus.ch
www.pilatus.ch

