

Die japanische ANA kehrt wieder zurück in die Gewinnzone

Das Star Alliance Mitglied profitiert von wirtschaftlicher Erholung und steigert Umsatz und Ertrag im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahrs deutlich

Tokio, Frankfurt (29. Oktober 2010)

ANA, die japanische Fluggesellschaft in der Star Alliance, kehrt zurück in die Gewinnzone. Die Airline konnte bei der Vorlage der Halbjahresbilanz für das laufende Geschäftsjahr (1. April 2010 bis 31. März 2011) einen deutlichen Zuwachs bei Umsatz und Ertrag melden. Mit einem Umsatzplus von 11,8 Prozent auf umgerechnet 5,99 Milliarden Euro und einem Gewinn von 115,55 Millionen Euro nach einem Verlust von 221,5 Millionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres profitierte die führende japanische Fluggesellschaft von ihrem harten Kostenmanagement und der wieder anziehenden Nachfrage.

Im Gegensatz zum Vorjahr, das durch eine abgeschwächte Nachfrage als Folge des Grippevirus H1N1 gekennzeichnet war, zog die Zahl der Passagiere in den zurückliegenden sechs Monaten wieder deutlich an. Zudem gelang es dem Unternehmen, mit einem wiederholt angepassten Strategieplan die Produktivität zu steigern und die Kostenstrukturen zu verbessern. Damit erreichte ANA eine Senkung der operativen Kosten um zwei Prozent auf 5,49 Milliarden Euro über die gesamte Unternehmensgruppe.

Im **Inlandsgeschäft** zog die Nachfrage bei Geschäfts- und auch bei Privatreisenden wieder an. Gleichzeitig hat ANA ihre Kapazitäten optimiert, so dass sich die Auslastung mit 65,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (60,8 Prozent) spürbar verbesserte. Mit einem neuen Transit-Tarif, der auf weitere Strecken ausgedehnt wurde, und der Einführung eines Bonusprogramms für Familien verbesserte die Airline ihren Service und gewann mehr Kunden. Außerdem war das Unternehmen sehr erfolgreich in der Einsatzplanung der Flugzeuge und konnte das Angebot der Nachfrage besser anpassen. Insgesamt flogen im ersten Halbjahr fast 21 Millionen Passagiere auf den Inlandsrouten der ANA – 3,7 Prozent mehr als im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs zuvor.

Bei den **internationalen Strecken** machten sich die Flugausfälle infolge des Vulkanausbruchs in Island und die instabile politische Lage in Thailand bemerkbar. Dem stand eine Erholung auf dem Geschäftsreisesektor und ein Anziehen der Nachfrage bei Privatreisenden gegenüber. Im Juli wurden die Verbindung zwischen Tokio und München sehr erfolgreich eröffnet und das neue Bordprodukt „Inspiration of Japan“ auf den Strecken von Tokio nach Frankfurt und nach New York eingeführt. Auch neue Paketangebote zur Expo in Schanghai, die im Mai startete, und vielfältige Marketingkampagnen für Reisen nach Japan wirkten sich positiv aus. Insgesamt zählte ANA 2,6 Millionen Passagiere auf ihren internationalen Routen und steigerte den Gewinn in diesem Teilbereich um stolze 40,5 Prozent. Die Auslastung der Flugzeuge stieg um 6,8 Prozentpunkte auf 79,2 Prozent.

Im Unternehmenssektor **Fracht** stieg die Nachfrage sowohl im Inlands- als auch im internationalen Verkehr wieder an. Im Inlandsgeschäft sank das Frachtvolumen jedoch, da im Schnitt kleinere Flugzeuge mit weniger Frachtkapazität im Einsatz waren. Bei den internationalen Frachtrouten entwickelten sich die Strecken nach China und innerhalb von Asien sehr gut. Hier sorgten vor allem die Halbleiterindustrie und die Hersteller von Flachbildschirmen für gute Umsätze und eine Steigerung der Frachtvolumina. Innerhalb von

Japan wurden so mit 219.000 Tonnen 4,4 Prozent weniger als im Vergleichszeitraum des Vorjahres transportiert, auf internationalen Strecken stieg das Frachtvolumen jedoch um 45,6 Prozent auf 272.000 Tonnen an.

Für das laufende dritte Quartal des aktuellen Geschäftsjahres und die folgenden Monate erwartet ANA deutlich positive Auswirkungen des Kapazitätsausbaus am Flughafen Tokio-Haneda. Dort wurde im Oktober ein neues internationales Terminalgebäude eröffnet, und ANA wird in den nächsten Tagen und Monaten einige neue internationale Verbindungen starten. Damit steigert das Unternehmen seine Wettbewerbsfähigkeit und erschließt neue Märkte.

An der wirtschaftlichen Erholung weltweit und besonders in Asien wird nach Einschätzung der ANA auch Japan teilhaben. Allerdings erschweren die anhaltend schwierige Lage auf den Arbeitsmärkten und ein starker Yen den Ausblick auf die kommenden Monate. Daher bleibt das Unternehmen für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres vorsichtig optimistisch und erwartet bei einem Umsatz von umgerechnet etwa 12,05 Milliarden Euro nach einem Verlust im Vorjahr einen kleinen Gewinn von 52,5 Millionen Euro für das Gesamtjahr.

ANA ist die japanische Fluggesellschaft im weltumspannenden Netz der Star Alliance und gemessen an der IATA-Passagierstatistik die weltweit zehntgrößte Fluggesellschaft. Die Airline ist weltweit Erstkunde bei Boeing für die neue Flugzeuggeneration B787 „Dreamliner“. In Europa verbindet ANA täglich die Städte Frankfurt, München, Paris und London im Direktflug mit Tokio und von dort aus mit zahlreichen weiteren Zielen innerhalb von Japan und ganz Asien. Darüber hinaus bietet ANA Codeshare-Flüge mit Lufthansa nach Tokio, Osaka und Nagoya an. Für alle ANA-Flüge sind in Zusammenarbeit mit Lufthansa ab allen Flughäfen in Deutschland und von vielen Airports in Europa Zubringerflüge buchbar. An Bord verfügt ANA über ein mehrfach ausgezeichnetes Vier-Klassen-Konzept: So bietet die Airline zum Beispiel in ihrer Business Class einen Komfort-Liegesitz mit einer Sitzplatzbreite von 65 und einem Sitzabstand von 165 Zentimetern. ANA bietet auf der Strecke Frankfurt–Tokio mit dem neuen Bordprodukt „Inspiration of Japan“ eine First-, eine Business- und eine Economy Class an, die in ihrer Klasse jeweils Maßstäbe setzen. Auf allen Flügen der ANA können Teilnehmer eines der Vielfliegerprogramme der Star Alliance (beispielsweise Miles & More) volle Status- und Prämienmeilen sammeln.

Pressekontakt:

BZ.COMM GmbH
Matthias Burkard
Telefon: 089 – 3303 7489 10
burkard@bz-comm.de

ANA Deutschland
Akira Nakamura, Maria Petalidou
Telefon: 069 - 29 976 - 0
www.anaskyweb.com