ANA erzielte im vergangenen Geschäftsjahr ein Rekordergebnis

Das japanische Star Alliance Mitglied schließt ein äußerst erfolgreiches Jahr ab und erholte sich im vergangenen Jahr rasch von den Folgen der Erdbeben- und Tsunami-Katastrophe

Tokio, Frankfurt (27. April 2012)

ANA, größte Airline in Japan und Mitglied der Star Alliance, schloss am 31. März 2012 ein Rekord-Geschäftsjahr ab. Das börsennotierte Unternehmen meldete heute in Tokio einen um 43 Prozent auf umgerechnet etwa 883 Millionen Euro gestiegenen operativen Ertrag. Der Umsatz im zurückliegenden Geschäftsjahr stieg um vier Prozent auf umgerechnet etwa 12,86 Milliarden Euro, der Gewinn nach Steuern stieg um 20,9 Prozent auf umgerechnet 255,9 Millionen Euro. ANA zahlt den Aktionären eine Dividende von vier Yen pro Aktie.

Die Airline konnte die hervorragenden Zahlen trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfelds erzielen – vor allem durch die erfolgreiche Steigerung der Nachfrage und ein strenges Kostenmanagement. Trotz starken Gegenwinds erwartet das Unternehmen auch für das laufende Geschäftsjahr (1. April 2012 bis 31. März 2013) eine positive Entwicklung. Der japanische Marktführer fühlt sich als Netzwerkcarrier gut aufgestellt und investiert darüber hinaus kräftig in den in Japan gerade entstehenden Low Cost Markt.

ANA reagierte in den vergangenen Monaten sehr dynamisch auf die wirtschaftlichen Herausforderungen, die vor allem bei steigenden Ölpreisen, einem ungünstigen Wechselkursverhältnis und der wirtschaftlichen Krise in der Eurozone lagen. Die Airline sicherte ihre wirtschaftliche Situation durch gezielte Stimulation der Nachfrage und verbesserte Effizienz: So brachte sie ein Notprogramm zur Kostensenkung auf den Weg, das bisher umgerechnet 270 Millionen Euro umfasste und in den kommenden Monaten fortgeführt werden soll.

Die Airline profitierte zudem sehr von der Einflottung der neuen Boeing 787 (Dreamliner), für die der Star Alliance Partner Erstkunde war. Das neue Flugzeugmuster wurde ab November 2011 auf Inlandsrouten eingesetzt und ab Januar mit der neuen Strecke Frankfurt – Tokio/Haneda auf der ersten Interkontinentalverbindung.

In ihrem **Heimatmarkt Japan** erholte sich ANA nach dem Erdbeben im März vergangenen Jahres sehr schnell von den wirtschaftlichen Folgen der Katastrophe, bereits im Juni erreichte die Nachfrage wieder den Stand von vor dem Erdbeben. Mit Einführung einer neuen Tarifstruktur glich die Fluggesellschaft den kurzen Nachfrageeinbruch zum Ende des Geschäftsjahres wieder komplett aus. Ein flexibler Einsatz der Flotte und teilweise Kapazitätsreduzierungen sowie die Einführung neuer Strecken zwischen Matsuyama und Okinawa sowie Osaka und Akita, zusätzliche Sonderflüge in die Katastrophenregionen Sendai, Fukushima und Yamagata und der Einsatz der 787 auf ersten Routen erwiesen sich als Erfolgsfaktoren für die zufriedenstellende Entwicklung des Inlandsgeschäfts. In Summe verzeichnete ANA in diesem Bereich einen leichten Umsatzrückgang um 0,2 Prozent.

Sehr erfolgreich entwickelte sich das **internationale Geschäft** des Carriers: Hier wuchs der Umsatz um umgerechnet knapp 360 Millionen Euro (14 Prozent) auf insgesamt mehr als 2,9 Milliarden Euro. Auch in diesem Geschäftsfeld erreichte die Nachfrage bereits im Juni wieder

den Stand von vor dem Erdbeben im März 2011. Auch bei Urlaubsreisen ex Japan war schon im Sommer kein Minus mehr zu spüren. ANA reagierte nach der Katastrophe unmittelbar mit dem teilweisen Einsatz kleinerer Flugzeuge und der Aussetzung einiger weniger Routen. Mit Tokio – Chengdu, Nagoya – Hongkong und Tokio/Haneda – Frankfurt hingegen wurden drei neue Routen erfolgreich eingeführt. Auch entwickelt sich das neue Joint Venture mit United und Continental Airlines im transpazifischen Verkehr bereits sehr positiv.

Im Bereich **Luftfracht** konnte ANA von der Situation nach dem Erdbeben sogar etwas profitieren, weil die Nachfrage nach Frachtverbindungen stieg. Dieser Effekt war vor allem im Verkehr auf die Insel Hokkaido im Norden des Landes spürbar. Außerdem wirkte sich die Erweiterung der Frachtkapazitäten durch die Einführung der 787 positiv aus. Auf den internationalen Frachtstrecken hatte allerdings die Unterbrechung der Lieferketten in den Bereichen Elektronik und Automobil negativen Einfluss auf das Geschäft. Dieser wurde jedoch mehr als ausgeglichen durch eine deutlich steigende Nachfrage vor allem von chinesischen Herstellern von Smartphones und Tablet Computern während des Sommers. Insgesamt wuchs der Umsatz im wichtigen Frachtsektor verglichen mit dem Vorjahr um 2,6 Prozent (Inland), beziehungsweise 2,2 Prozent (international).

Für das gerade angelaufene Geschäftsjahr 2012/13 ist die Fluggesellschaft **in ihrem Ausblick** vorsichtig optimistisch, obwohl sie auch große Risiken sieht. So erwartet ANA zum Beispiel, dass sich das Wachstum in China und weiteren asiatischen Ländern verlangsamt. Auch werden die wirtschaftlichen Schwierigkeiten in vielen Übersee-Ländern, zum Beispiel in Europa, und der dauerhaft stärkere Yen als problematisch bewertet. Aus dem Inlandsmarkt verspricht sich die Airline jedoch deutliche positive Impulse. ANA arbeitet weiterhin sehr konsequent an ihren drei wichtigsten Zielen für das aktuelle Geschäftsjahr: der erfolgreichen Einführung einer Multibrand-Strategie, strukturelle Reformen auf der Kostenseite und am Übergang des Unternehmens zu einer klassischen Holding-Struktur.

Der Ausbau der 787-Flotte, der Start neuer internationaler Strecken wie Tokio – Seattle, Tokio – San Jose und Tokio – Myanmar sowie der Start von Air Asia Japan mit Low Cost Verbindungen ab Tokio/Narita im August werden wichtige Meilensteine im laufenden Geschäftsjahr sein. Insgesamt rechnet ANA für die laufenden zwölf Monate mit einem Umsatz von umgerechnet etwa 13,66 Milliarden und einem Nachsteuergewinn von 364 Millionen Euro.

ANA ist die japanische Fluggesellschaft im weltumspannenden Netz der Star Alliance und gemessen an der IATA-Passagierstatistik weltweit eine der zehn größten Fluggesellschaften. Die Airline ist weltweit die erste Fluggesellschaft, die die neue Flugzeuggeneration Boeing 787 „Dreamliner“ im Linienverkehr einsetzt – unter anderem auch nach Deutschland. 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. Von Frankfurt aus bedient die Airline sogar den Tokioter Stadtflughafen Haneda mit der ultramodernen Boeing 787. 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:

bprc.

BPRC Burkard PR Consulting

Matthias Burkard

Telefon: 089 – 3303 7489 10
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

Akira Nakamura,
Maria Petalidou

Telefon: 069 - 29 976 - 0
www.anaskyweb.com