

ANA profitiert stark vom Ausbau internationaler Routen

Das japanische Star Alliance Mitglied kehrt auch für das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres zurück in die Gewinnzone und erwartet einen stabilen Geschäftsverlauf

Tokio, Frankfurt (3. August 2012)

ANA, die größte japanische Fluggesellschaft, hat ihre Ertragskraft im vergangenen ersten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres (1. April 2012 bis 31. März 2013) noch einmal deutlich verbessert und schloss nun auch diesen traditionell ertragsschwachen Zeitraum positiv ab: Bei einem Umsatz von umgerechnet etwa 3,5 Milliarden Euro in den drei Monaten erwirtschaftete das Star Alliance Mitglied einen operativen Gewinn von etwa 111,4 Millionen Euro und erreichte einen Nachsteuerertrag von etwa 6,1 Millionen Euro. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres hatte die Airline noch einen operativen Verlust von umgerechnet etwa 82 Millionen Euro gemeldet.

Grund für die positive Entwicklung ist vor allem die Steigerung der Passagierzahlen sowohl im Inlands- als auch im internationalen Verkehr. Im Vorjahr war dieser Zeitraum durch die Auswirkungen der Erdbeben- und Tsunamikatastrophe belastet. Außerdem spiegelt die Situation den Erfolg der ANA damit wider, mit neuen, günstigen Tarifen und neuen Routen die Nachfrage erheblich zu steigern. Insgesamt stieg der Umsatz im ersten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres daher um 12,5 Prozent.

Obwohl sich die japanische Wirtschaft sukzessive wieder erholt, leidet die Fluggesellschaft unter der weltweiten Wirtschaftsschwäche, dem schwindenden Vertrauen der Europäer in ihre Regierungen und dem insgesamt härteren Wettbewerb. Dieser ist vor allem der weiteren Liberalisierung der japanischen Luftfahrt, dem Ausbau der beiden Tokioter Flughäfen und dem Start neuer Low Cost Airlines in Japan geschuldet. ANA als Netzwerkfluggesellschaft positioniert sich in diesem Umfeld mit dem Ausbau des Streckennetzes und verfolgt ihre umfangreichen Kostensenkungspläne weiter, die Teil der aktuellen Unternehmensstrategie sind.

Im Inlandsverkehr ist die Reisenachfrage inzwischen wieder stabil, nachdem sie nach dem Erdbeben im vergangenen Jahr kurzzeitig eingebrochen war. Der Umsatz stieg in diesem Teil des Unternehmens um 10,9 Prozent, ANA steigerte den durchschnittlichen Sitzladefaktor um 4,6 Prozentpunkte auf 58,2 Prozent. Neben den neuen Verbindungen Tokio/Narita – Niigata und Osaka – Fukushima baute die Airline ihr Angebot auf zahlreichen weiteren Inlandsstrecken durch zusätzliche Frequenzen weiter aus. ANA stellte allerdings auch einige Verbindungen ein, um das Angebot der Nachfrage anzupassen. Sehr positiv wirkten sich auch die Einführung der Boeing 787 auf Inlandsstrecken sowie ein Relaunch des Inlandsprodukts mit einer neuen Premium-Klasse aus. Zudem erneuerte der Star Alliance Partner die Lounges in Kumamoto und in Kansai.

Den internationalen Passagierverkehr konnte ANA mit einer Steigerung der Passagierzahl um 25 Prozent deutlich ausbauen. In diesem Geschäftsfeld stieg der Umsatz um 20,2 Prozent an – vor allem durch einen stetigen Wiederanstieg der Nachfrage aus dem Inland, die nach dem Erdbeben deutlich zurückgegangen war. Allem voran verbesserte die Airline ihr

Angebot nach China mit zwei neuen Verbindungen Tokio – Hangzhou und Osaka – Hangzhou/Qingdao und dem Einsatz größerer Flugzeuge auf der Strecke zwischen Osaka und Peking. Auch wirkte sich die mit der Boeing 787 bediente neue Interkontinentalverbindung zwischen Frankfurt und dem stadtnahen Tokioter Flughafen Haneda bereits sehr positiv aus. Das Joint Venture zwischen Lufthansa und ANA auf allen Verbindungen zwischen Deutschland und Japan läuft seit April in vollem Umfang, sodass beide Airlines nun von dem großen Streckennetz des jeweils anderen Partners voll profitieren. Außerdem genießen die Kunden seit Juni einen verbesserten Premium Economy Service auf internationalen Flügen.

Im **Unternehmensbereich Fracht** musste ANA einen leichten Rückgang der Nachfrage verkraften: Trotz der erfolgreichen Einführung des neuen Frachtdrehkreuzes auf der Insel Okinawa sank der Frachtumsatz im Inland verglichen mit dem sehr starken ersten Quartal im Vorjahr um 3,5 Prozent. Im internationalen Geschäft war die Nachfrage durch die negative wirtschaftliche Entwicklung in Europa bestimmt, auch konnten die hohen Zuwachsraten aus dem vergangenen Jahr im Aufkommen in die USA sowie aus Asien und dort vor allem aus China nicht gehalten werden. International sank der Umsatz daher um 9 Prozent verglichen mit dem ersten Quartal des vergangenen Geschäftsjahres.

Im **Ausblick** für den Rest des Geschäftsjahres ist die Star Alliance Fluggesellschaft, was Japan betrifft, recht positiv. Vor allem profitiert ANA vom Wiederaufbau einiger Regionen nach dem Erdbeben im vergangenen Jahr. Schwierigkeiten erwartet das Unternehmen jedoch durch den hohen Ölpreis, die Wechselkursschwankungen des Yen und die in Japan noch immer geltenden Restriktionen bei der Versorgung mit elektrischer Energie. Im internationalen Maßstab prognostiziert die Airline eine Abschwächung des Wirtschaftswachstums vor allem durch die Situation in Europa. ANA positioniert sich in dieser Situation mit dem Ausbau ihrer Mehrmarkenstrategie, die auch den Betrieb von Low Cost Fluggesellschaften beinhaltet, dem Umbau des Unternehmens zu einer klaren Holdingstruktur und der Verbesserung der Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit. In den kommenden Monaten werden neue Verbindungen von Tokio nach Seattle und San Jose in den USA sowie nach Rangun und Delhi aufgenommen, zusätzlich setzt ANA jedoch weiterhin auf die Stärke ihres Streckennetzes innerhalb von Japan und optimiert das Angebot dort weiter.

Inzwischen hat auch die neue Low Cost Beteiligung der ANA, AirAsia Japan, den Flugbetrieb aufgenommen. Die Airline soll nun ihr Streckennetz sukzessive ausbauen. In Zahlen rechnet ANA für das laufende Geschäftsjahr unverändert mit einem Umsatz von umgerechnet etwa 15,2 Milliarden Euro und einem Nachsteuergewinn von etwa 405 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 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