

ANA profitiert von stabiler Wirtschaftslage und investiert in neue Flugzeuge

- Die Gruppe bestellt bei Boeing und Airbus insgesamt 48 neue Mittelstreckenflugzeuge und übernimmt 9,5 Prozent an Philippine Airlines.
- Deutliche Umsatzsteigerung und Rückgang des Ertrags nach Sondereffekten im vergangenen Jahr: Japanischer Marktführer meldet Nettoergebnis von fast 825 Millionen Euro für die zurückliegenden drei Quartale.

Tokio, Frankfurt (29. Januar 2019)

ANA, größte Fluggesellschaft Japans und Mitglied der Star Alliance, verkündete heute einige Weichenstellungen für die Zukunft und stellte gleichzeitig das Finanzergebnis der zurückliegenden neun Monate des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2018 bis 31. März 2019) vor. Demnach kann die Unternehmensgruppe weiterhin von der ökonomischen Erholung Japans und vom Anziehen des privaten Konsums profitieren. Dies erlaubt, kräftig in neue Flugzeuge und damit in die weitere Modernisierung der Flotte zu investieren: Die Airline bestellt daher bei Boeing 30 Flugzeuge des Typs 737 MAX 8 und beim europäischen Hersteller Airbus 18 weitere A320neo. Beide Modelle sind sehr treibstoffeffizient und sollen in den Jahren 2021 bis 2025 ausgeliefert werden. Zudem investiert ANA Holding in eine weitere Unternehmensbeteiligung in Asien und übernimmt 9,5 Prozent von Philippine Airlines zum Preis von 95 Millionen US-Dollar.

Trotz der positiven Wirtschaftsdaten waren die vergangenen Monate bei ANA von den zahlreichen Naturkatastrophen beeinflusst, die Japan trafen. Der Gewinn aus der Personenbeförderung lag damit unter dem Vorjahresniveau, was auch auf Investitionen in Sicherheit, Qualität und Personal sowie auf die gestiegenen Treibstoffkosten zurückzuführen ist. Jedoch gelang es dem Unternehmen, den Umsatz aus dem operativen Geschäft im Vergleich deutlich zu steigern. Er stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 5,2 Prozent auf umgerechnet etwa 12,11 Milliarden Euro. Allerdings lagen auch die operativen Aufwendungen mit 10,9 Milliarden Euro um 6,6 Prozent über dem Vorjahreswert, so dass das Nettoergebnis mit umgerechnet etwa 824,9 Millionen Euro um mehr als 30 Prozent unter dem Rekordwert des vergangenen Jahres landete. In diesem Wert waren allerdings auch Sondererträge aus der erstmaligen Einbeziehung von Peach Aviation Limited als konsolidiertes Tochterunternehmen erzielt worden.

All Nippon Airways zeigt seit Dezember ein neues, aufsehenerregendes Sicherheitsvideo an Bord der Flugzeuge, das auf der traditionellen japanischen Kunstform Kabuki basiert und sehr positiven Anklang bei den Passagieren findet. Darüber hinaus wurde die ANA Group bei der JCSI-Umfrage (Japanese Customer Satisfaction Index) mit dem ersten Platz für Kundenzufriedenheit im Bereich Internationale Luftfahrt ausgezeichnet, wobei der extrem hohe Standard der Dienstleistungen der Gruppe sehr gelobt wurde.

„Aufgrund der sich stetig erholenden Nachfrage lag das operative Ergebnis allein im dritten Quartal bei umgerechnet etwa 397 Millionen Euro und damit mehr als 10 Prozent über dem entsprechenden Vorjahreswert“, erklärte Ichiro Fukuzawa, CFO der ANA Holding. „Und dies konnten wir trotz anhaltender Rückgänge in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres nach Naturkatastrophen und anderer negativer Faktoren erreichen. Dieser Erfolg markiert einen großen Wendepunkt, er ist ein gutes Zeichen für weitere Profitabilität.“

Im zentralen Geschäftsfeld **inländischer Personenverkehr** der ANA ging die Zahl der Passagiere zwar aufgrund wiederholter Naturkatastrophen und Flugannullierungen nach Inspektions- und Wartungsarbeiten an Rolls-Royce-Triebwerken im Vergleich zum Vorjahr um 0,1 Prozent auf 33,8 Millionen Passagiere zurück. Jedoch stieg der Umsatz aufgrund der stabilen Nachfrage bei Geschäftsreisen und nach Inlandsflügen bei Touristen sowie durch Sonderangebote und intelligente Preissteuerung. ANA baute das Angebot auf Strecken wie Chubu – Miyako oder Fukuoka – Ishigaki aus. Auch in Bezug auf Vertrieb und Service machten sich die Anstrengungen positiv bemerkbar. Die Einnahmen aus dem inländischen Personenverkehr stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 0,4 Prozent, die Airline erreichte eine durchschnittliche Auslastung von 70,3 Prozent (plus 1,1 Prozentpunkte).

Beim **internationalen Personenverkehr** steigerte das Star Alliance Mitglied im Vergleich zum Vorjahr sowohl die Zahl der Passagiere als auch die Umsatzerlöse. Auch dies ist auf die stabile Nachfrage nach Geschäftsreisen mit Ursprung in Japan und die eine gute Inbound-Nachfrage zurückzuführen. Beim Streckennetz wurde die Zahl der Flüge auf der Strecke Tokio/Haneda – Bangkok ab Juni auf drei pro Tag erhöht, so dass in Kombination mit der Strecke Tokio/Narita – Bangkok insgesamt fünf Flüge pro Tag in die Hauptstadt Thailands angeboten werden.

Darüber hinaus baute der japanische Marktführer das Netzwerk weiter aus, unter anderem mit der Aufnahme von Codeshare-Flügen und eine Meilenprogramm-Partnerschaft mit Alitalia ab Oktober. Auch ist jetzt die Nutzung von Meilen für die Buchung der Premium Economy mit ANA-Prämientickets möglich sowie ein Meilen-Upgrade von der Economy Class zur Premium Economy. Mit neuen, kreativen Snackvarianten wird das Interesse an der japanischen Küche bei Fluggästen aus dem Ausland geweckt. Infolge dieser Bemühungen stieg der Umsatz im internationalen Personenverkehr um 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr. ANA beförderte in den vergangenen neun Monaten mehr als 7,6 Millionen Passagiere auf den internationalen Strecken und erreichte eine durchschnittliche Auslastung der Flüge von 77,2 Prozent.

Das **Frachtgeschäft** von Japan nach Übersee entwickelte sich gut, unterstützt durch die robuste Nachfrage bei Autoteilen und elektronischen Komponenten für Nordamerika und Europa. Das Frachtaufkommen sank im Vergleich zum Vorjahr, weil insgesamt weniger internationales Geschäft über Japan abgewickelte wurde. Jedoch steigerte das Unternehmen den Umsatz aufgrund eines besseren Yield-Managements. Der Erlös aus inländischen Frachtdiensten sank um 9,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr, der Erlös aus internationalen Frachtdiensten hingegen stieg im Vergleich um 12,1 Prozent.

Die **Low Cost Carrier** der ANA Gruppe konnten in den zurückliegenden neun Monaten und nach dem weiteren Ausbau des Streckennetzes sowohl Passagierzahlen als auch Umsätze steigern. Peach Aviation Limited nahm eine neue Strecke Okinawa – Kaohsiung sowie die Verbindung Kansai – Kushiro auf, während Vanilla Air Inc. das Netz erweiterte mit dem Start der Strecken Tokio/Narita – Ishigaki und Okinawa – Ishigaki sowie das Angebot zwischen Okinawa und Taipeh ausbaute. Seit November ist der CEO von Peach Aviation gleichzeitig President von Vanilla Air, um die im Geschäftsjahr 2019 geplante Integration der beiden Unternehmen zu beschleunigen. Die Umsätze im LCC-Segment stiegen um 7,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Der **Ausblick** auf das Ergebnis des Gesamtjahres bleibt bei dem in Tokio und London börsennotierten Unternehmen unverändert: ANA rechnet weiterhin mit einem Umsatz von umgerechnet knapp 15,8 Milliarden Euro und einem Nachsteuerergebnis von umgerechnet etwa 788 Millionen Euro.

Über ANA:

ANA, die größte Fluggesellschaft Japans und Mitglied in der Star Alliance, bietet auf ihren Flügen ein mehrfach ausgezeichnetes Bordprodukt, innovative Technik und erstklassigen Service. Damit ist auf den insgesamt 119 innerjapanischen und 84 internationalen Strecken ein Reiseerlebnis der Extraklasse garantiert. Neben Paris, London, Brüssel und Wien verbindet die Airline auch die deutschen Städte Frankfurt, München und Düsseldorf im Direktflug mit Tokio. Einmal täglich hebt der ANA-Dreamliner in der Langversion 787-9 jeweils in München und in Düsseldorf nach Tokio ab. Ab Frankfurt startet zweimal am Tag eine moderne Boeing 777 mit Vierklassenkonfiguration in Richtung Japan. Als eine von nur sehr wenigen Airlines weltweit wurde ANA auch 2018 im sechsten Jahr in Folge wieder mit dem höchsten Skytrax-Ranking von fünf Sternen ausgezeichnet.

Pressekontakt:



BPRC Burkard PR Consulting

Matthias Burkard

Telefon: 089 – 171 000 602
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

**Hiroshi Goto,
Maria Petalidou**

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