

ANA schließt Halbjahr mit Rekordumsatz aber weniger Gewinn ab

Hohe Treibstoff-Kosten durch den starken Yen drücken das Ergebnis / Der Star Alliance Partner passt die Gewinnprognose für das laufende Geschäftsjahr an

Tokio, Frankfurt (31. Oktober 2013)

Mit einem neuen Umsatz-Rekordwert schloss die japanische ANA-Gruppe die erste Hälfte des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2013 bis 31. März 2014) ab. Die größte japanische Fluggesellschaft und Mitglied der Star Alliance nahm danach umgerechnet etwa 5,91 Milliarden Euro ein – 5,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Dem standen Kosten von umgerechnet 5,59 Milliarden Euro gegenüber. Da die Kosten jedoch mit 11,3 Prozent stärker gestiegen sind als der Umsatz, schmolz der operative Gewinn um mehr als 30 Prozent auf umgerechnet etwa 320,7 Millionen Euro. Grund dafür sind vor allem drastisch gestiegene Kosten für Kerosin, die der stärkere Yen den japanischen Airlines verursacht. Unter dem Strich blieb der ANA-Gruppe ein Halbjahresgewinn von 20 Milliarden Yen oder 148,14 Millionen Euro.

Dabei lief das zweite Quartal des Geschäftsjahres insgesamt besser als das erste. Dennoch passt die Gesellschaft ihre Prognose für das laufende Geschäftsjahr an und reduziert die Nachsteuer-Gewinnerwartung um 222 Millionen Euro auf 111 Millionen Euro. Neben den steigenden Ausgaben für Kerosin macht die Airline vor allem einen langsameren Netzausbau als geplant verantwortlich. Dies ist vor allem verspäteten Auslieferungen neuer Boeing 787 durch Boeing und anhaltender Zurückhaltung der Japaner bei Besuchen im Nachbarland China geschuldet. ANA begegnet diesem Gegenwind mit weiteren Bemühungen um Kosteneffizienz und Erhöhung der Profitabilität. Ziel bleibt es, Asiens führende Fluggesellschaft zu werden. Um dieses Ziel zu erreichen, baut die Gruppe ihre Vielmarkenstrategie weiter aus, expandiert konsequent in Wachstumsmärkte und investiert strategisch im Umfeld des Kerngeschäfts Luftfahrt – vor allem in Asien. Aus Sicht der ANA erholen sich in Japan sowohl die Finanzmärkte als auch die Verbrauchernachfrage weiterhin stetig.

Im **Inlandsgeschäft**, dem traditionell stärksten Geschäftsfeld der Fluggesellschaft, stiegen die Umsätze im Berichtszeitraum um 0,4 Prozent – vor allem durch die Entwicklung neuer Strecken und den Ausbau der Frequenzen auf bestehenden Strecken. Um die Auslastung in der ohnehin starken Sommersaison weiter zu erhöhen, setzte die ANA auch in dieser Periode verstärkt auf Sondertarife.

Im **internationalen Passagiergeschäft** stiegen die Umsätze im Vorjahresvergleich um 9,3 Prozent, obwohl die Zahl der Passagiere sank. Die Airline kann gute Zahlen im Geschäftsreiseverkehr vorweisen, leidet allerdings unter der Nachfrageschwäche bei Privatreisen aus Japan nach China. Auch hier steuerte ANA durch das stärkere Angebot von Sondertarifen gegen. Vor allem auf den Strecken zwischen Nordamerika und Asien stieg die Nachfrage deutlich an. Bereits im Juli hatte der asiatische Carrier eine neue Verbindung zwischen Tokio und San José in Kalifornien eröffnet und im September das Angebot zwischen Tokio/Narita und Chicago auf 14 Flüge pro Woche verdoppelt. Zudem erhöhte ANA die Attraktivität ihres Angebot zum Beispiel durch die Einführung neuer Mahlzeiten oder neuer Ausstattung der Betten in der First Class und der Business Class. Im Dezember dieses Jahres

wird die Fluggesellschaft auch das Angebot an Speisen in der Economy Class weiter verbessern und so die Reaktionen der Kunden bei einem Facebook-Voting umsetzen.

Im **Geschäftsbereich Fracht** sank das Volumen der beförderten Güter im Inland um 3,6 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr des vorherigen Geschäftsjahres. Hier ist ANA von der allgemeinen Nachfrageschwäche bei Luftfrachtdienstleistungen betroffen. So sank die Nachfrage beim Transport von Frischgütern, und die Stückpreise sind als Folge der starken Konkurrenz auch von alternativen Transportsystemen weiterhin unter Druck. Im internationalen Frachtgeschäft dagegen lief es besser: Hier konnte ANA Volumen und Umsatz um 18,6 Prozent steigern. Ursache ist die hohe Nachfrage nach Frachtkapazitäten zwischen China und Nordamerika und das starke Angebot der ANA über ihr Frachtdrehkreuz in Okinawa. In den vergangenen Monaten baute die Airline ihr Frachtangebot weiter aus und startete neue Routen zwischen Tokio/Narita und Okinawa, zwischen Tokio/Narita, Chubu und Okinawa sowie nach Bangkok und Taipeh.

Aus dem **Handling-Geschäft** mit anderen Fluggesellschaften und ihren **Airline-Beteiligungen** – unter anderem auch an AirAsia Japan – erzielte die ANA-Gruppe Umsätze in Höhe von umgerechnet 643 Millionen Euro – 18,3 Prozent mehr als noch im ersten Halbjahr des Vorjahres. AirAsia Japan beförderte im Halbjahr 344.000 Passagiere auf ihren Inlandsrouten und weitere 140.000 auf internationalen Strecken. Sie erreichte einen Sitzladefaktor von 66,5 Prozent (Inland) und 65,7 Prozent (Auslandsrouten). Zum Ende Juni hat ANA die Low Cost Fluggesellschaft ganz übernommen und wird sie ab dem 1. November unter dem Namen Vanilla Air weiter betreiben.

Über ANA:

ANA ist die japanische Fluggesellschaft im weltumspannenden Netz der Star Alliance und gemessen an den Umsatzzahlen (2011) die weltweit achtgrößte Fluggesellschaft. Die Airline ist der größte Betreiber der neuen Boeing 787 (Dreamliner) und setzt den Flugzeugtyp unter anderem auch nach Deutschland mit täglichen Verbindungen nach Frankfurt und München ein.

In Europa verbindet ANA täglich die Städte Frankfurt, München, Paris und London im Direktflug mit Tokio/Narita und von dort aus mit zahlreichen weiteren Zielen innerhalb von Japan und ganz Asien. Von Frankfurt aus bedient die Airline zusätzlich sogar den Tokioter Stadtflughafen Haneda. 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 Bordprodukt, das in allen Klassen Maßstäbe setzt: So bietet die Airline zum Beispiel in ihrer Business Class auf allen Verbindungen nach Deutschland einen Fullflat-Liegesitz mit einer Sitzplatzbreite von 65 und einem Sitzabstand von 165 Zentimetern. 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

**Shigeru Hattori,
Maria Petalidou**

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