

ANA steigert Nettogewinn um knapp 80 Prozent

Die japanische Airline profitiert in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2014/15 von der stabilen Wirtschaftslage in Japan und dem Wachstum im internationalen Passagierverkehr

Tokio, Frankfurt (30. Oktober 2014)

ANA, Japans größte Fluggesellschaft und Mitglied in der Star Alliance, legte in der zurückliegenden ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2014/15 (1. April 2014 bis 31. März 2015) in allen Geschäftsfeldern kräftig zu und steigerte den Umsatz um knapp zehn Prozent. In diesem Zeitraum erwirtschaftete die Gruppe einen Umsatz von umgerechnet etwa 6,23 Milliarden Euro – im Vergleich zu 5,71 Milliarden Euro in den entsprechenden Monaten des Vorjahres. Diesen Anstieg verdankt die Airline vor allem dem Ausbau ihrer internationalen Verbindungen. Die operativen Ausgaben für Kerosin stiegen zwar um etwa acht Prozent, konnten den Nettogewinn von umgerechnet etwa 260 Millionen Euro unter dem Strich aber nicht signifikant trüben.

Obwohl die Ausgaben für Konsumgüter in Japan ins Stocken gerieten und auch bei den Kapitalanlagen nur ein langsamer Aufwärtstrend zu verzeichnen war, profitierte ANA in den vergangenen Monaten deutlich von der zunehmend stabileren japanischen Wirtschaft. Auch die Strategie, vor allem das internationale Streckenangebot weiter auszubauen, ging auf, denn die Kunden schwören auf ANA als eine der führenden Airlines: Im Juli siegte der japanische Marktführer im renommierten Skytrax-Ranking in den Bereichen „Airport Services“ und „Beste transpazifische Airline“ und verteidigte seine 5-Sterne-Klassifizierung, die weltweit nur noch sechs weitere Fluggesellschaften tragen.

Im **Inlandsgeschäft** stieg der Umsatz von ANA im ersten Halbjahr 2014 aufgrund der guten Nachfrageentwicklung und einer flexiblen Preisstruktur mit diversen Discounttarifen um 0,4 Prozent. Die Airline beförderte knapp 22 Millionen Passagiere auf innerjapanischen Strecken. Um den Reisekomfort für die Passagiere zu erhöhen, wurden zudem neue Verbindungen zwischen Aomori und Osaka, Tokio/Haneda und Saga sowie eine höhere Frequenz auf der Strecke Okinawa – Sapporo in den Sommermonaten eingeführt. ANA steigerte im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum im Vorjahr den Sitzladefaktor um 2,1 Prozentpunkte auf 63 Prozent. Durch den flexiblen Einsatz unterschiedlicher Flugzeuggrößen je nach Nachfrage konnte die Airline auch die Profitabilität der Strecken geschickt steuern. Konsequenter wird auch die weitere Verbesserung des Bordservices betrieben: Zum Beispiel führte ANA das Projekt „Tastes of Japan“ mit japanischen Spitzenprodukten und einer erweiterten Auswahl an Mahlzeiten und Getränken für die Fluggäste ein.

Auf den **internationalen Strecken** schreitet der Ausbau des Angebots noch konsequenter voran. Die Umsätze stiegen in diesem Geschäftsfeld um 20 Prozent. Die Airline beförderte insgesamt 421.000 Passagiere mehr als in den sechs Vergleichsmonaten im Vorjahr – insgesamt fast 3,6 Millionen. Der Sitzladefaktor sank um etwa zwei Prozentpunkte auf 72,9 Prozent. Auch im internationalen Bereich stieg die Nachfrage von Geschäftskunden und Urlaubsreisenden weiter. Beim Ausbau des Angebots profitierte die Airline vor allem von neuen Slots an dem Tokioter Stadtflughafen Haneda. Von dort bedient ANA sieben neue Strecken nach München, London, Paris, Hanoi, Jakarta, Manila und Vancouver. Auch nach Frankfurt, Singapur und Bangkok bietet das Unternehmen mehr Flüge ab Haneda an. Gäste

aus Deutschland haben mit der neuen Verbindung zwischen Düsseldorf und Tokio-Narita noch mehr Auswahlmöglichkeiten bei ihrer Reiseplanung. Angebotene Discounttarife honorierten die Kunden von ANA zusätzlich.

Bei der **Luftfracht** konnte ANA sowohl die Volumen als auch die Umsätze steigern. Die Entwicklung wurde vor allem durch die hohe Nachfrage nach Kurierdienstleistungen und dem Transport von Frischprodukten gestützt. Im internationalen Geschäft profitierte die Airline vom Ausbau des Streckennetzes: Sie startete zwei neue Routen Okinawa – Singapur – Tokio sowie die Route Tokio – Jakarta, um die wachsende Nachfrage zwischen Asien/Europa und Japan sowie aus China nach Nordamerika bedienen zu können. ANA wertet für das Frachtgeschäft ihr Frachtdrehkreuz auf der Insel Okinawa kontinuierlich auf. Im Inlands-Frachtgeschäft stiegen die Frachtvolumina im Jahresvergleich um 5,8 Prozent, die Umsätze um 5,7 Prozent. Im internationalen Sektor wuchs der Umsatz um 21,7 Prozent, das Frachtvolumen stieg gar um 28,2 Prozent.

Bei den **weiteren Aktivitäten** der ANA-Holding außerhalb des Kerngeschäfts stiegen die Umsätze um 10,5 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres auf umgerechnet etwa 584 Millionen Euro. Sie umfassen vor allem das Wartungsgeschäft für dritte Airlines, das Bonusprogramm der ANA sowie Einkünfte der 100prozentigen Low Cost Tochter Vanilla Air. Sie startete im Juli eine neue Route zwischen Tokio und Amami Oshima und führte eine neue Buchungsfunktionalität über Smartphones ein. Außerdem können Punkte aus dem ANA Mileage Programm jetzt auch in Freitickets für Vanilla Air Flüge umgewandelt werden. Die Low Cost Airline beförderte im Halbjahr etwa 570.000 Passagiere und erreichte einen Sitzladefaktor von beachtlichen 74,7 Prozent.

Beim **Ausblick** für das komplette Geschäftsjahr erwartet die ANA Holding eine anhaltend positive Entwicklung bei der Erholung der heimischen Wirtschaft. Diese wird gestützt durch eine ganze Reihe staatlicher Maßnahmen. Das Geschäft unterliegt weiterhin hohen Risiken durch die Währungsentwicklung des Yen und Ereignissen mit globaler Auswirkung. Außerdem wird der nationale und internationale Wettbewerb zunehmend härter. Dennoch setzt die Airline ihre Strategie der weiteren Diversifizierung und der Optimierung des Geschäfts fort. Weitere Komponente einer erfolgreichen wirtschaftlichen Entwicklung ist ein anhaltend rigides Kostenmanagement. Die Holding belässt aktuell ihre Prognose für das komplette Geschäftsjahr 2014/15 bei einem Umsatz von umgerechnet etwa 12,4 Milliarden Euro und einem Nettoergebnis von umgerechnet etwa 255 Millionen Euro.

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, München und Düsseldorf ein.

In Europa verbindet ANA täglich die Städte Frankfurt, München, Düsseldorf, 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 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 BurkardTelefon: 089 – 171 000 602
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

**Shigeru Hattori,
Maria Petalidou**Telefon: 069 - 29 976 - 0
www.anaskyweb.com