

ANA: deutliche Erholung nach der Erdbeben- und Tsunamikatastrophe

Das Star Alliance Mitglied kann ein Umsatzplus von drei Prozent während der ersten neun Monate des laufenden Geschäftsjahres verbuchen und steigert Passagierzahlen

Tokio, Frankfurt (1. Februar 2012)

ANA, die größte japanische Fluggesellschaft und Mitglied in der Star Alliance, bestätigt den positiven Trend der im Oktober 2011 veröffentlichten Halbjahreszahlen und meldet für die ersten neun Monate des aktuellen Geschäftsjahres (1. April 2011 bis 31. März 2012) eine Umsatzsteigerung um drei Prozent auf umgerechnet rund 9,7 Milliarden Euro. Die Airline erreichte bei einem operativen Gewinn in Höhe von umgerechnet etwa 823,5 Millionen Euro einen Nettogewinn von 304,6 Millionen Euro (Vorjahr: 339 Millionen Euro).

Um den Herausforderungen in einem sowohl national als auch international schwierigen wirtschaftlichen Umfeld entsprechend begegnen zu können, arbeitet ANA konsequent an der Stimulation der Märkte, an der Reduzierung der Kosten sowie der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit als Netzcarrier. So war ANA auch im November 2011 die erste Fluggesellschaft weltweit, die den neuen Boeing 787 Dreamliner im Linienverkehr einsetzte. Als Folge verschiedener strategischer Maßnahmen und eines starken japanischen Yen hat das Unternehmen seine Prognose für den Gewinn im aktuellen Geschäftsjahr nach oben korrigiert.

Während sich Japans Wirtschaft kontinuierlich von den Auswirkungen des großen Erdbebens und der anschließenden Tsunamikatastrophe im März 2011 erholt, bleibt der weltweite Ausblick für ANA aufgrund ständig steigender Ölpreise, der Schuldenkrise in der Eurozone und Wechselkursschwankungen weiterhin unsicher. Um in diesem Umfeld auch zukünftig erfolgreich zu operieren, hat ANA Maßnahmen zur Nachfragesteigerung auf dem gesamten Streckennetz ergriffen und ein Sparprogramm mit einem Umfang von 271 Millionen Euro auf den Weg gebracht.

Die Airline hat seit 1. November als erste Linienfluggesellschaft weltweit die Boeing 787 im Einsatz. Am 21. Januar eröffnete sie mit der Strecke Tokio/Haneda – Frankfurt eine weitere wichtige internationale Route.

Im **Inlandsgeschäft** fielen die Passagierzahlen direkt nach dem Erdbeben zunächst dramatisch, konnten sich aber seit Juni 2011 wieder erholen. So reagierte das Unternehmen auf sinkende Passagierzahlen vorübergehend mit Frequenzkürzungen und Streckeneinstellungen. Auf nachfragestarken Routen wurden hingegen größere Flugzeuge eingesetzt. Hinzu kamen weitere neue Flugverbindungen, die sich positiv entwickelt haben und der Einsatz der Boeing 787 auch auf Charterrouten. Insgesamt ging der Umsatz im Geschäftsfeld Domestic im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,1 Prozent zurück.

Im **internationalen Flugverkehr** wurden die Kapazitäten ebenfalls durch vorübergehende Frequenzausdünnungen und Streckeneinstellungen sowie den Einsatz größeren Fluggerätes auf bestimmten Routen optimiert. Hinzu kamen neue Flugverbindungen, zum Beispiel Tokio/Narita – Chengdu und Chubu – Hongkong.

Mit einem Weihnachtsspecial und Sonderpreisen für Flüge mit dem Partner United und Continental Airlines konnte zudem die Nachfrage nach Urlaubsflügen angekurbelt werden. Darüber hinaus unterstützt die größte japanische Fluggesellschaft verschiedene Initiativen, um das Image des Landes nach der Erdbeben- und Tsunamikatastrophe wieder zu verbessern. Im Rahmen dieser Aktivitäten werden verstärkt Unternehmen, Behördenvertreter und Pressegruppen nach Japan eingeladen, was für steigende Passagierzahlen sorgt. All diese Maßnahmen schlagen sich in einem Umsatzplus um 12,5 Prozent nieder. Die absolute Passagierzahl stieg um 10,8 Prozent auf rund 4,3 Millionen.

Im Unternehmenssektor **Fracht** stieg die Nachfrage im Inlandsverkehr infolge der Erdbebenkatastrophe im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, weil nach dem Erdbeben Transportkapazitäten von der Straße in die Luft verlagert werden mussten – vor allem nach Hokkaido im Norden des Landes. Durch den Einsatz der Boeing 787, die mehr Frachtbeiladung erlaubt, wuchsen die Kapazitäten zusätzlich.

Die Unterbrechung der Lieferketten im Automobil- und Halbleiterbereich nach dem Erdbeben hatte für ANA nur vorübergehend einen Nachfragerückgang zur Folge. Allerdings wurden wegen des starken Yen viele Produktionsstätten nach Übersee verlagert, was wiederum für schwierige Marktbedingungen für Luftfracht aus Japan heraus sorgte. Dennoch konnte ANA die Cargoaktivitäten ausweiten und mehr Exportvolumen am Markt absetzen. In Summe stiegen die Umsätze im nationalen Frachtgeschäft um 3,7 und im internationalen Bereich um 3,2 Prozent.

Aufgrund der Eröffnung neuer Strecken, die mit der Boeing 787 bedient werden, erwartet der Star Alliance Partner in seinem **Ausblick** über die nächsten Monate eine steigende Nachfrage. Externe Faktoren wie die Überschwemmungen in Thailand und die weiterhin schwierige finanzielle Lage Europas könnten diesen Trend jedoch negativ beeinflussen. Dennoch bleibt der Ausblick insgesamt weiterhin positiv: Dank des umgerechnet 271 Millionen Euro umfassenden Sparprogramms und verschiedener Strukturreformen auf der Kostenseite, deren Umsetzung im kommenden Geschäftsjahr ansteht, soll der Gewinn um weitere 181 Millionen Euro steigen.

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 täglich mit der ultramodernen Boeing 787 (tägliches Angebot ab dem 1. Februar 2012). 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