

Internationale Strecken treiben das Geschäft der ANA weiterhin an

- Der japanische Marktführer steigert seine Umsätze in der Halbjahresbilanz um 5,4 Prozent auf umgerechnet etwa 8 Milliarden Euro.
- Erdbebenkatastrophe auf Hokkaido, viele Taifune und außerplanmäßige Triebwerksüberholungen wirkten sich belastend auf den Umsatz im Inlandsgeschäft aus.
- Privater Konsum in Japan zieht parallel zur kontinuierlichen Verbesserung der Unternehmensgewinne und sinkender Arbeitslosigkeit an.
- Low Coast Carrier der Gruppe Peach und Vanilla können durch neue Strecken den Umsatz um 9,5 Prozent steigern.
- Ausblick für das gesamte Geschäftsjahr bleibt angesichts stabiler Nachfrage unverändert optimistisch.

Tokio, Frankfurt (2. November 2018)

ANA, größte japanische Fluggesellschaft und Mitglied der Star Alliance, steigerte im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2018 bis 31. März 2019) den Umsatz um 5,4 Prozent auf umgerechnet 8,0 Milliarden Euro. Allerdings liegt das Betriebsergebnis unter dem Niveau des Vorjahres: Gestiegene Investitionen in Sicherheit, Qualität und Personal sowie höhere Treibstoffkosten machen sich bemerkbar. Unter dem Strich verdiente ANA mit umgerechnet etwa 567,8 Millionen Euro 37,7 Prozent weniger als im selben Zeitraum des Vorjahres. Die Vorjahreszahl allerdings war zu einem großen Teil auf die erstmalige Konsolidierung der Low Cost Tochtergesellschaft Peach zurückzuführen. Ohne diesen Effekt ergibt sich ein Rückgang des ordentlichen Gewinns um lediglich 8,7 Prozent.

Trotz zahlreicher Naturkatastrophen in Japan zwischen Juli und September war die Nachfrage nach Inlandsflügen sehr robust. Und auch auf den internationalen Strecken und im Frachtverkehr stiegen die Betriebserlöse im Vergleich zum Vorjahr. Die ANA Group wurde von der britischen SKYTRAX, einem renommierten Ratingunternehmen in der Airlineindustrie, bei den World Airline Awards 2018 erneut zur besten Fluggesellschaft in zwei Kategorien gewählt und erhielt im März das sechste Jahr in Folge die Spitzenbewertung von 5-Sternen.

Im **Inlandsverkehr** gelang es der Airline im Berichtszeitraum nicht ganz, die Auswirkungen der Naturkatastrophen wie das Erdbeben in Iburi auf Hokkaido und der Taifune auszugleichen: Die Nachfrage sank, die Zahl der Passagiere und der Umsatz gingen zurück. Zudem litt ANA unter der kurzfristigen Stilllegung von Flugzeugen aufgrund der außerplanmäßigen Inspektion und Wartung von Rolls-Royce-Triebwerken und der vorübergehenden Schließung des Internationalen Flughafens Kansai im zweiten Quartal. Beim Streckennetz baute der japanische Marktführer das Angebot auf den Strecken Kansai –Miyako und Chubu – Okinawa aus und führte für einen begrenzten Zeitraum im Sommer einen spätnächtlichen-Flug (Galaxieflug) auf der Strecke Tokio/Haneda – Okinawa ein. Der Absatz wurde mit neuen Tarifen forciert, und seit September sind ANA Tickets bereits 355 Tage vor dem Boarding-Datum buchbar. Darüber hinaus verbessert die Airline als Full-Service-Carrier Komfort und Bequemlichkeit kontinuierlich und führte als erste japanische Fluggesellschaft Check-in-Kioske

ein, mit denen Gäste für kombinierte nationale und internationale Flüge zu Beginn der Reise komplett einchecken können. Auch verbesserte das Unternehmen das Boarding für Passagiere mit Rollstühlen an den Airports Fukuoka und Itami wesentlich. Der Umsatz im innerjapanischen Personenverkehr sank um 0,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf umgerechnet etwa 2,71 Milliarden Euro, die Passagierzahl um 0,7 Prozent auf 22,34 Millionen.

Im **internationalen Personenverkehr** stiegen sowohl die Passagierzahl als auch die Umsatzerlöse im Vergleich zum Vorjahr an, was auf eine starke Geschäftsnachfrage aus Japan und aus Ländern wie China zurückzuführen ist. ANA erhöhte die Anzahl der Flüge auf der Strecke Tokio/Haneda – Bangkok ab Juni auf drei Verbindungen pro Tag und hat damit ein Gesamtangebot von fünf täglichen Returnverbindungen zwischen Tokio und der Hauptstadt Thailands. Neben der Erneuerung der Wein- und Sake-Auswahl an Bord im September ist das Ziel der ANA weiterhin, den Passagieren ein Maximum an Sicherheit und Komfort zu bieten: Zum Beispiel lag ein besonderes Augenmerk bei den Bordmahlzeiten auf Lebensmittelunverträglichkeiten. Die Umsätze in diesem Geschäftsbereich stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 12,0 Prozent auf umgerechnet etwa 2,55 Milliarden Euro, die Passagierzahl um 8,6 Prozent auf 5,17 Millionen. Der Star Alliance Partner verbesserte auch die Auslastung der Flüge um 1,6 Prozentpunkte auf 77,4 Prozent.

Im **internationalen Frachtservice** entwickelte sich das Geschäft zwischen Japan und Übersee gut – vor allem durch die Nachfrage nach Transportdienstleistungen für Autoteile und elektronische Komponenten nach Nordamerika und Europa. Auch die Nachfrage bei Frachtdienstleistungen nach Japan entwickelte sich gut, so dass ANA zeitweise sogar Frachtflugzeuge hinzucharterte. Dennoch sank das Frachtaufkommen im Vergleich zum Vorjahr, weil weniger Anschlussverbindungen innerhalb Japans zur Verfügung standen. Der Umsatz stieg als Ergebnis eines verbesserten Yieldmanagements, so dass zwar im Inlandsgeschäft die Erlöse um 7,6 Prozent sanken, im internationalen Cargo-Geschäft stiegen sie aber um 17,1 Prozent an.

Im neuen **Low-Cost-Segment** der ANA wirkte sich zwar die vorübergehende Schließung des Kansai International Airport negativ aus, aber die Zahl der Passagiere und auch der Erlös stiegen im weiter ausgebauten Streckennetz im Vergleich zum Vorjahr. Die Nachfrage erwies sich als sehr stabil. Ihr Netz erweiterte die Tochtergesellschaft Peach Aviation Limited durch die Aufnahme einer neuen Strecke Okinawa – Kaohsiung im April und der Linie Kansai – Kushiro im August. Die zweite Tochtergesellschaft in diesem Geschäftsfeld, Vanilla Air Inc., richtete neue Strecken zwischen Tokio/Narita und Ishigaki sowie zwischen Okinawa und Ishigaki ein. Parallel zur Einführung neuer Strecken gab es Preis- und Marketingaktionen. Bei Vanilla Air kombinierten viele Passagiere aus Taiwan und Hongkong ihren internationalen Flug mit einem japanischen Inlandsticket. Der Umsatz im Low Cost Segment stieg gegenüber dem Vorjahr um 9,5 Prozent auf umgerechnet etwa 372,1 Millionen Euro, die beiden Airlines erreichten eine Auslastung von im Schnitt 87,1 Prozent.

Im **Ausblick** auf das gesamte Geschäftsjahr 2018/19 bleibt die ANA Group aufgrund der guten Entwicklung im zurückliegenden Halbjahr weiterhin optimistisch. Das Unternehmen passt die konsolidierte Finanzprognose nicht an, da die derzeit starke Nachfrage im Luftverkehr trotz der Annullierung von Flügen durch Inspektion und Wartung von Triebwerken und der Auswirkungen von Naturkatastrophen in den sechs Monaten bis September 2018 konstant bleiben dürfte. ANA erwartet für das Gesamtjahr einen Umsatz von umgerechnet etwa 15,72

Milliarden Euro bei einem Nachsteuergewinn von umgerechnet etwa 785,9 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 und Brüssel 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 BurkardTelefon: 089 – 171 000 602
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

**Hiroshi Goto,
Maria Petalidou**Telefon: 069 - 29 976 - 0
www.anaskyweb.com