

Japanische ANA erreicht Betriebsergebnis in Rekordhöhe

Das Star Alliance Mitglied meldet nach neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres ein Betriebsergebnis von über einer Milliarde Euro und verdient 18 Prozent mehr als im Vorjahr

Tokio, Frankfurt (30. Januar 2017)

ANA, größte japanische Fluggesellschaft und Mitglied in der Star Alliance, schloss das dritte Quartal des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2016 bis 31. März 2017) mit einem Betriebsergebnis in Rekordhöhe ab: Die Airline nahm unter dem Strich umgerechnet etwa 1,06 Milliarden Euro ein. Nach Steuern kommt der japanische Marktführer auf einen Gewinn von umgerechnet etwa 703,2 Millionen Euro – 18 Prozent mehr als im selben Zeitraum des Vorjahres. Aus Tokio meldet das börsennotierte Unternehmen außerdem einen Umsatz von umgerechnet etwa 10,8 Milliarden Euro für die letzten neun Monate des Geschäftsjahres – dieser Wert allerdings liegt um 2,7 Prozent unter Vorjahr.

Die Hauptgründe für den Gewinnrekord sind das sehr effektive Kostenmanagement und eine wesentlich verbesserte operative Effizienz im Kerngeschäft. Der Umsatz ging trotz einer nachhaltigen Expansion vor allem beim Angebot an internationalen Flugverbindungen leicht zurück – vor allem wegen sinkender Einnahmen durch geringere Kerosinzuschläge bei abnehmendem Rohölpreis. ANA hat in den vergangenen Monaten zwei neue internationale Routen gestartet und betreibt in ihrem Doppelhub-System an beiden Flughäfen Haneda und Narita in Tokio ein sehr effizientes Streckennetzwerk. Das Unternehmen wurde außerdem für die Aufnahme in den Dow Jones Nachhaltigkeitsindex Asien-Pazifik vorgeschlagen, in dem Unternehmen mit hoher Sozialverantwortung gelistet sind. Obwohl sich die Kapitalinvestitionen in Japan inzwischen wieder verlangsamen, sieht die Gesellschaft eine anhaltende Verbesserung beim Konsum und bei der Beschäftigung und damit ein gutes Geschäftsklima im Inland. Für die Auslandsmärkte dagegen sieht die Airline weiterhin Risiken.

Das Ergebnis im **Inlandsverkehr** wurde negativ beeinflusst durch den Taifun im Oktober und außergewöhnlich viel Schnee im Dezember. Durch Sondertarife jedoch konnte die Fluggesellschaft die Passagierzahl um 0,3 Prozent steigern und verbesserte auch den Sitzladefaktor um 0,9 Prozentpunkte auf 65,8. Dem steht ein Rückgang bei den Stückpreisen entgegen, der den operativen Umsatz um 1,7 Prozent sinken ließ. Insgesamt beförderte die Airline 32,65 Millionen Passagiere auf ihren Inlandstrecken. ANA startete eine neue Flugverbindung zwischen Tokio/Haneda und Miyako auf Okinawa und erhöhte außerdem die Frequenzen auf mehreren weiteren Strecken. Mit Einführung der A321neo in die ansonsten nur aus Boeing bestehende Flotte kann der japanische Marktführer außerdem das Angebot noch feiner auf den Bedarf abstimmen. Das Unternehmen setzt außerdem viel Kraft daran, den Tourismus in die von Naturkatastrophen betroffenen Regionen Kyushu und Totori (die Erdbeben im vergangenen Jahr) sowie Hokkaido (der Taifun im August 2016) zu fördern.

Bei den **internationalen Strecken** lag die Zahl der Passagiere um 11,5 Prozent über dem Vorjahr – Grund ist vor allem die anhaltend hohe Nachfrage nach Privat- und Geschäftsreisen nach Japan. Allerdings sanken die Erlöse durch die Aufwertung des Yen und speziell auch die Erlöse aus den Treibstoffzuschlägen der ANA. Der Umsatz in diesem Geschäftsbereich sank um 0,7 Prozent, die Passagierzahl stieg auf 6,75 Millionen und der Sitzladefaktor stieg um 0,8 Prozentpunkte auf 75,6 Prozent. ANA baute das Streckennetz weiter aus und führte im April die neue Verbindung Tokio/Narita – Wuhan und im September Tokio/Narita – Phnom Penh ein, nachdem zuvor bereits Flüge zwischen Tokio/Haneda und New York sowie Chicago und Kula Lumpur gestartet worden waren. Für Urlaubsreisende führte die Fluggesellschaft Preisspecials für Interkontinentalrouten und auch für Flüge zwischen Japan und China ein, die die Nachfrage stärkten. Im Produktbereich bietet ANA als erste japanische Fluggesellschaft Bordunterhaltungsprogramme mit speziellen Hilfsfunktionen für Hör- und Sehbehinderungen.

Im **Frachtgeschäft** entwickelte ANA den Pakettransport für den privaten Bereich weiter, ein Wachstumsmarkt, von dem die Airline sehr profitieren kann. Hier kamen sogar zusätzliche Frachtmaschinen in nachfragestraken Zeiten zum Einsatz. Allerdings schwächelt der klassische Luftfrachtmarkt weiter, was auch an den Wetterverhältnissen im Frachtdrehkreuz der ANA auf der Insel Hokkaido lag. Daher sanken die Umsätze in diesem Geschäftssegment – im Inlandsektor um 3,2 Prozent, auf den Auslandsfrachtrouten sogar um 23,6 Prozent. Dies jedoch bei einer gestiegenen Luftfrachtmenge: Mit einem Plus von 17,4 Prozent und insgesamt 3,1 Millionen Tonnenkilometern kletterte das Frachtvolumen auf ein Rekordhoch. Der Umsatzeinbruch im internationalen Geschäft war vor allem dem Yen-Kurs und der Abschaffung der Provision für Frachtagenturen geschuldet.

Die Erlöse aus dem **sonstigen Luftverkehrsgeschäft** einschließlich des ANA-Meilenprogramms und der Low Cost Tochter Vanilla Air stiegen gegenüber dem Vorjahr um 5,9 Prozent. Vanilla Air startete im April neue Routen von Kansai/Osaka nach Taipeh, von Taipeh nach Ho-Chi-Minh-Stadt sowie im September von Okinawa nach Taipeh. Ab November wurde auf der Website von Vanilla Air das Angebot der Airline Scoot integriert – ebenfalls ein Mitglied der Value Alliance, der weltweit ersten Low-Cost-Carrier Allianz. Vanilla Air beförderte im Berichtszeitraum 1,53 Millionen Passagiere – 18,1 Prozent mehr als im Vorjahr – und erreichte einen Sitzladefaktor von 85,4 Prozent.

Im **Ausblick** rechnet die ANA-Gruppe mit einer weiteren Erholung der heimischen Wirtschaft und einer weiteren Verbesserung der Beschäftigungs- und Einkommenssituation. Allerdings sieht das Unternehmen weiterhin globale Risiken für das Geschäft und befürchtet Schwankungen bei den Währungen und auf den Ölmärkten. Zunehmend wird der weltweit harte Wettbewerb auf dem Luftfahrtmarkt auch in Japan spürbar. Andererseits rechnet der Star Alliance Partner auch mit einer höheren Nachfrage nach Flügen im Vorfeld der Olympischen und Paralympischen Spiele in Tokio 2020. Für das Gesamtjahr erwartet das Unternehmen einen Umsatz von umgerechnet 14,15 Milliarden Euro und einem Gewinn von umgerechnet 650,4 Millionen Euro – das wären 1,8 Prozent mehr als im Jahr zuvor.

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 116 innerjapanischen und 83 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 von Düsseldorf ab, von München aus geht es täglich mit der neuen Langversion des Dreamliners nach Tokio. Ab Frankfurt startet zweimal am Tag eine moderne Boeing 777 mit Vierklassenkonfiguration in Richtung Japan. Als eine von nur sieben Airlines weltweit wurde ANA auch 2016 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