

Japanische ANA erreicht Quartalsumsatz in Rekordhöhe

- Die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres zeigen Umsatzzuwächse in wichtigen strategischen Bereichen.
- Investitionen in Sicherheit, Qualität und Service sichern auch das zukünftige Wachstum der Airline.

Tokio, Frankfurt (30. Juli 2019)

ANA, größte japanische 5-Sterne-Airline und Mitglied der Star Alliance, schloss die ersten drei Monate des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2019 bis 31. März 2020) mit einem Rekordergebnis ab. Die japanische Wirtschaft profitiert noch immer von hohen Unternehmensgewinnen, einer relativ stabilen Beschäftigungssituation und der Erholung des privaten Konsums. Der Umsatz der Airline, hauptsächlich aus dem Kerngeschäft Luftfahrt, wuchs auf umgerechnet etwa 4,05 Milliarden Euro – eine Steigerung um 3,2 Prozent. Das Betriebsergebnis allerdings sank im Vorjahresvergleich um fast 20 Prozent auf umgerechnet etwa 130 Millionen Euro. Vor allem wegen einer höheren Steuerlast sank der Nettogewinn dementsprechend um knapp 30 Prozent auf 92,3 Millionen Euro.

Einen besonderen Imageerfolg erreichte ANA in diesen Tagen: Bei der neuen japanischen „Air Force One“, die im April ihren Dienst aufnahm, wurde die ANA Group für Schulung, Wartung und Betriebsunterstützung engagiert. Das britische Luftfahrtunternehmen SKYTRAX würdigte ANA in diesem Jahr darüber hinaus bei den SKYTRAX World Airline Awards wieder außerordentlich und verlieh ANA Auszeichnungen in den Kategorien „World's Best Airport Services“ und „Best Business Class Onboard Catering“.

„Wir profitieren derzeit von einer starken Nachfrage sowohl im internationalen als auch im nationalen Verkehr, wozu auch die Einführung des Airbus A380 auf unserer Strecke Narita – Honolulu beigetragen hat, die von unseren Passagieren sehr gut angenommen wurde. Dies führte zu einer Umsatzsteigerung auf mehr als 500 Milliarden Yen (umgerechnet etwa 4,05 Milliarden Euro), was ein Rekordhoch für das erste Quartal eines Geschäftsjahres ist“, sagte Ichiro Fukuzawa, CFO und Senior Vice President der ANA Holding. „Basierend auf unserer mittelfristigen Unternehmensstrategie für die Geschäftsjahre 2018 bis 2022 haben wir in den letzten zwei Jahren unsere Ressourcen ausgebaut und die Anstrengungen verstärkt, um Sicherheit, Qualität und unseren Service zu verbessern.“

Im Passagierverkehr führte vor allen Dingen eine gestiegene Nachfrage nach Flugreisen während der zehntägigen Golden Week und die allgemein starke Entwicklung im nationalen und internationalen Personenverkehr dazu, dass die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr deutlich anstiegen. Im Gegensatz dazu sank das operative Ergebnis, was unter anderem auf die Vorbereitungen für den Kapazitätsausbau der Tokioter Großflughäfen 2020 und vorausschauende Expansionsaufwendungen in Personal und Fluggeräte zurückzuführen ist.

Im **internationalen Personenverkehr** wuchsen die Erlöse im ersten Quartal während der Golden Week besonders stark. Dies ist unter anderem auf eine gestiegene Nachfrage nach Umsteigeflügen zwischen Nordamerika und Asien zurückzuführen. Im April stellte ANA auf der Strecke Narita – Singapur eine Boeing 787-10 in Dienst, die mit komfortablen neuen Sitzen ausgestattet ist. Und mit der Einführung des Airbus A380 FLYING HONU auf der

Strecke Narita – Honolulu im Mai und der Vorstellung einer neuen ANA LOUNGE auf dem Flughafen von Honolulu stimulierte ANA die Nachfrage nach Urlaubsreisen nach Hawaii weiter und will mit dem neuen Produkt ihren Marktanteil erhöhen. Die Umsätze aus dem internationalen Personenverkehr stiegen um 5,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Auch im **inländischen Personenverkehr** hatte die zehntätige Golden Week neben der positiven Nachfrage nach Geschäftsreisen und mehr Privatbuchungen für Inlandsflüge einen äußerst positiven Einfluss auf den Umsatz. Die Attraktivität verschiedener Rabattaktionen erhöhte die Nachfrage weiter, was zu einem Anstieg von Passagierzahl und Umsatz gegenüber dem Vorjahr führte. Das Programm „SUPER VALUE EARLY“, das ermäßigte Tarife anbietet, die schon 355 Tage vor Abflug gebucht werden können, ist ein Kernelement der neuen Preisstrategie. Die Umsätze im inländischen Personenverkehr stiegen um 6,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Im internationalen **Frachtgeschäft** von Japan nach China und Nordamerika verzeichnete die Airline eine geringere Nachfrage, da sich die wirtschaftliche Aktivität aufgrund der Handelsprobleme zwischen den USA und China verlangsamt hat. Sowohl das Gesamtfrachtaufkommen als auch der Umsatz sind daher gesunken (minus 18,3 Prozent bei den internationalen Diensten gegenüber dem Vorjahr). Auch die Erlöse aus inländischen Frachtdienstleistungen sanken um 12,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Die beiden **Low Cost Carrier** der ANA mussten ein Rückgang sowohl der Passagierzahlen als auch der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, der auf die zeitweise Reduktion der Flüge während der Vorbereitung der Integration von Peach Aviation in die Vanilla Air zurückzuführen ist. Insgesamt sank der Umsatz im LCC-Segment um 2,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Die Ergebnisse der ersten drei Monate bis zum 30. Juni 2019 entsprachen im Wesentlichen dem aktuell veröffentlichten **Ausblick** des Konzerns auf das Gesamtjahr. Daher ändert sich der Ausblick für das Geschäftsjahr 2019/20 nicht, der von einem Gesamtumsatz von 17,4 Milliarden Euro für das komplette Geschäftsjahr und einem Nettogewinn von umgerechnet 857 Millionen Euro ausgeht.

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 120 innerjapanischen und mehr als 80 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. Seit Februar 2019 wird Tokio auch täglich ab Wien von ANA angefliegen. 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 2019 im siebten Jahr in Folge wieder mit dem höchsten Skytrax-Ranking von fünf Sternen ausgezeichnet. Die ANA-Gruppe beförderte im Geschäftsjahr 2017/18 insgesamt 53,8 Millionen Passagiere, beschäftigt rund 39.000 Mitarbeiter und verfügt über eine Flotte von mehr als 260 Flugzeugen.

Pressekontakt:



BPRC Burkard PR Consulting

Matthias Burkard

Telefon: 089 – 171 000 602
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

**Katsuya Goto,
Maria Petalidou**

Telefon: 069 - 29 976 – 0
www.ana.co.jp/de/de