

## Jahresbilanz: Japanische ANA fliegt weiterhin auf Rekordhöhe

- Der japanische Marktführer kann den Umsatz auf knapp 15,2 Milliarden Euro (plus 11,7 Prozent) und den Nettogewinn auf 1,1 Milliarden Euro (plus 45,6 Prozent) steigern.
- Mehr touristische Nachfrage aus Asien und Übersee führte zu einer deutlichen Umsatzsteigerung im internationalen Passagierverkehr.
- Weiterer Ausbau bei den beiden Low Cost Tochtergesellschaften Peach Aviation und Vanilla Air geplant.

Tokio, Frankfurt (27. April 2018)

**ANA, größte Fluggesellschaft Japans und Mitglied der Star Alliance, fliegt auch wirtschaftlich weiterhin auf Rekordhöhe: Eine stabile Nachfrage in den Kernmärkten führte dazu, dass die Airline im abgelaufenen Geschäftsjahr (1. April 2017 bis 31. März 2018) einen weiteren Rekord bei Umsatz und Gewinn einflegen konnte. Der Umsatz stieg um 11,7 Prozent auf umgerechnet etwa 15,2 Milliarden Euro, der Nettogewinn erreichte ein um 45,6 Prozent höheres Niveau als im Vorjahr und kletterte auf umgerechnet etwa 1,1 Milliarden Euro. Dies teilte das börsennotierte Unternehmen heute in Tokio mit. Die starke Performance im internationalen Passagier- und Frachtgeschäft sowie die Einnahmen der neu konsolidierten Low Cost Tochtergesellschaft Peach Aviation Ltd. sorgten für einen operativen Gewinn von umgerechnet etwa 1,27 Milliarden Euro.**

Japans Wirtschaft ist weiterhin auf Wachstumskurs und auch die private Konsumbereitschaft im Land steigt angesichts dessen weiter. Parallel entwickeln sich Unternehmensgewinne und die Beschäftigungssituation derzeit gut. Auch die internationale wirtschaftliche Situation bietet aus Sicht der ANA ein gutes Umfeld für das Fluggeschäft. Japan spürt einen kontinuierlichen Anstieg der Besucherzahlen im Land. Auch im laufenden Jahr erlangte die Airline zum sechsten Mal in Folge das begehrte 5-Sterne-Ranking von Skytrax, das weltweit nur sehr wenige Airlines halten. Die Zeitschrift Air Transport World verlieh ANA den Titel „Airline of the Year 2018“. Darüber hinaus wurde der Star Alliance Partner zum ersten Mal in die „2018 Health & Productivity Stock Selection“ als Unternehmen aufgenommen, das sich strategisch im Gesundheitsmanagement von Mitarbeitern engagiert, und als „Nadeshiko Brand“ vom Ministerium für Wirtschaft, Handel und Industrie für die aktive Förderung von Frauen in Führungspositionen.

Im **innerjapanischen Personenverkehr** stiegen Passagierzahl und Einnahmen, trotz der Auswirkungen der Taifune im Oktober 2017 und der starken Schneefälle in den Monaten Januar und Februar 2018, im Vergleich zum Vorjahr aufgrund anhaltend starker Nachfrage und verschiedener Sondertarife. ANA beförderte in diesem Geschäftssegment 44,15 Millionen Passagiere (plus 2,8 Prozent) und erreichte eine Auslastung von 68,9 Prozent (plus 2,9 Prozentpunkte). Das Geschäftsfeld hat einen Anteil von knapp 40 Prozent des Umsatzes im Kerngeschäft „Air Transportation“ der ANA.

Im Juni eröffnete die Airline eine neue Route Fudschijama – Miyako, startete spätabendliche Verbindungen (Galaxy Flights) zwischen Tokio/Haneda und Okinawa für einen begrenzten Zeitraum im Sommer und baute des spätabendliche Angebot zwischen Tokio/Haneda und Hiroshima aus. Das Programm „Tastes of JAPAN - Explore the Regions“ startete im Dezember: Beim Catering werden regionale Speisen und Zutaten betont, um Japans weniger bekannte Regionen im In- und Ausland zu promoten. Die Airline führte im September den Airbus A321neo ein, der auf allen Plätzen persönliche Monitore mit Touchscreen und damit den Gästen ein umfangreiches Unterhaltungsprogramm bietet. Nach den Entwürfen des international bekannten japanischen Architekten Kengo Kuma eröffnete ANA neue Lounges am New Chitose Airport. Und an immer mehr Flughäfen können Fluggäste jetzt ihr Fluggepäck automatisch aufgeben.

Der **internationale Passagierverkehr** hat bei der 5-Sterne-Airline nun einen Umsatzanteil von knapp 35 Prozent am Geschäftsfeld „Air Transportation“ und entwickelte sich im abgeschlossenen Geschäftsjahr hervorragend: Passagierzahl und Erlöse stiegen kräftig an. ANA beförderte mit 9,74 Millionen Passagieren 6,8 Prozent mehr als im Vorjahr und erreichte mit 76,3 Prozent einen etwas höheren Sitzladefaktor als im Jahr zuvor. Grund dafür ist eine starke Nachfrage sowohl aus Japan als auch im Inboundverkehr nach Japan. Die Zahl der Flüge auf der Route Haneda – Jakarta wurde im Sommer verdoppelt, das Angebot zwischen Tokio und Los Angeles im Herbst verdreifacht. ANA hat auch auf den Strecken zwischen Tokio und Honolulu den Flugzeugtyp aufgewertet und bedient sie jetzt mit einer Boeing 787-9 mit Fullflat-Sitzen in der Business Class und einer Premium Economy-Klasse, die beide auch sehr stark nachgefragt werden. Vollkommen erneuert wurde das Wein- und Champagnermenü in der First und der Business Class auf internationalen Flügen.

Im **Frachtgeschäft** erwies sich die Inlandsnachfrage als etwas schwächer, eine Umsatzsteigerung brachte im vergangenen Jahr vor allem der Transport von Blumen aus Okinawa zur dortigen Blütezeit nach Tokio. Rückläufig war das Geschäft mit Paketdienstleistungen für Privatpersonen. Dies führte zu einer schwächeren Entwicklung sowohl beim Frachtvolumen (- 3,2 Prozent) als auch beim Umsatz (- 0,5 Prozent). Der internationale Cargo-Service zeigt jedoch stetiges Wachstum, insbesondere durch den Transport von Automobilteilen und -elektronik für Nordamerika und Europa. Im Jahresvergleich stiegen daher Frachtvolumen (+ 4,3 Prozent) und Umsatz (+ 26,5 Prozent).

In den **anderen Geschäftsfeldern** stiegen die Einnahmen um 36,9 Prozent. Sie stammen hauptsächlich aus dem Mileage-Programm der ANA, den Beteiligungen an den beiden Low Cost Airlines Vanilla Air Inc. und Peach Aviation Limited – die ab diesem Geschäftsjahr voll konsolidiert wurden – sowie aus Bordverkauf und Wartungsverträgen. Vanilla Air hat die Flotte um drei Flugzeuge auf 15 ausgebaut und eine neue internationale Verbindung zwischen Fukuoka und Taipeh eingeführt. Die Passagierzahl kletterte auf 2,7 Millionen (plus 25,7 Prozent). Peach Aviation erhöhte die Zahl der Flugzeuge um zwei auf 20, eröffnete im September die Inlandsstrecken Sendai – Sapporo und Sendai – Fukuoka und war der erste Low Cost Carrier, der mit der Kansai – Niigata-Route in die Region Joshinetsu flog. International erweiterte Peach das Netz mit den Strecken Sendai – Taipeh und Sapporo – Taipeh. Die Passagierzahl stieg auf 5,1 Millionen.

Im **Ausblick** für das gerade begonnene Geschäftsjahr ist ANA trotz der Terrorgefahr positiv, vor allem wegen der Verbesserung des Beschäftigungsumfelds und der Wirkung verschiedener neuer Regierungspolitiken. Der japanische Marktführer verfolgt weiterhin die strategische Vision, die „weltweit führende Fluggesellschaft“ zu werden und rechnet für das aktuelle Geschäftsjahr mit einem weiteren Umsatzanstieg auf umgerechnet 15,7 Milliarden Euro und einem Nettogewinn von knapp 790 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 116 innerjapanischen und 85 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 Burkard**Telefon: 089 – 171 000 602  
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

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