

## **Japanische ANA will weiter wachsen und wird Airbus A380-Operator**

**Im Quartalsbericht meldet das Star Alliance Mitglied Rekordumsätze und –gewinne / Flotte soll von 258 auf 300 Flugzeuge wachsen / Erfolgreich auch im Low Cost Geschäft**

**Tokio, Frankfurt (29. Januar 2016)**

**ANA, größte japanische Fluggesellschaft und Mitglied in der Star Alliance, kann mit den zurückliegenden drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2015 bis 31. März 2016) überaus zufrieden sein: Die Airline Gruppe steigerte den Umsatz um 15,3 Prozent im Vergleich zu denselben drei Quartalen des Vorjahres auf umgerechnet etwa 10,39 Milliarden Euro. Der Nachsteuergewinn des börsennotierten Unternehmens stieg um 40 Prozent auf umgerechnet etwa 554 Millionen Euro, wie ANA heute in Tokio mitteilte. Außerdem wird ANA Operator des weltweit größten Verkehrsflugzeugs, des Airbus A380. Der Verwaltungsrat gab grünes Licht für die Bestellung von drei Jets dieses Typs.**

Das Umsatzwachstum ist vor allem auf den Ausbau des internationalen Streckennetzes zurückzuführen. Damit steigerte die Fluggesellschaft ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit. Ihr gelang es, die Nachfrage sowohl nach Reisen aus Japan und nach Japan als auch den Umsteigeverkehr vor allem aus den USA nach Asien über die beiden Drehkreuze Tokio/Haneda und Tokio/Narita zu steigern. Über Skaleneffekte steigerte die Airline auch ihre Profitabilität. Neue Strecken startete das Star Alliance Mitglied zum Beispiel nach Houston/Texas, Kuala Lumpur, Sydney und in Europa nach Brüssel. Mit den neuen Flügen stärkte das Unternehmen seine beiden Hubs in der weltweit größten Metropolregion als Drehkreuze für internationale Flugverbindungen. Zudem legte die Fluggesellschaft durch eine Marketingkooperation mit Disney weltweit deutlich an Markenbekanntheit zu: In der Flotte gibt es jetzt zwei Flugzeuge mit einer markanten Star Wars Sonderbemalung.

Zeitgleich mit den Quartalszahlen veröffentlichte die ANA Gruppe ihre Unternehmensstrategie für die kommenden fünf Jahre. Sie ist geprägt von weiterhin starkem Wachstum: Die Gruppe will ihre Einnahmen aus dem Geschäft mit Passagierflügen, mit Frachtflügen und mit ihren Low Cost Carrier Aktivitäten bis 2020 um 40 Prozent steigern. Die Flugzeugflotte soll von derzeit 258 Flugzeugen auf 300 wachsen – drei Viertel davon besonders treibstoffeffiziente Jets wie der Dreamliner von Boeing. Während die Kapazitäten auf dem Heimatmarkt Japan stabil bleiben werden, will ANA vor allem ihre Billigairline Vanilla Air als Marktführer in der Metropolregion Tokio positionieren. Die Zielmarke eines operativen Gewinns von umgerechnet knapp 1,7 Milliarden Euro, die bislang für das Jahr 2025 gesetzt war, will ANA bereits 2020 erreicht haben.

Ein Wachstumstreiber wird die Einführung einer Airbus A380 Operation auf der volumenstarken Strecke zwischen Tokio und Honolulu sein. Dafür bestellte die Airline heute drei der Großraumflugzeuge fest bei Airbus. Sie haben einen Listenpreis von umgerechnet etwa 1,14 Milliarden Euro und sollen in den beiden Geschäftsjahren 2018 und 2019 ausgeliefert werden.

Im **innerjapanischen Passagierverkehr** ging die Zahl der Passagier in den vergangenen drei Quartalen um 1,0 Prozent leicht zurück. Grund dafür sind der gesteigerte Wettbewerb auf dem japanischen Markt durch den Schnellzug Shinkansen und Flugausfälle während der

Taifunseason. Durch eine intelligente Preissteuerung allerdings gelang es ANA, den Umsatz dennoch um 1,1 Prozent auf knapp über vier Milliarden Euro zu steigern. Angebot und Nachfrage passte das Unternehmen noch besser durch den teilweisen Einsatz kleinerer Flugzeuge an, so dass auch der Sitzladefaktor von 64,1 auf 64,9 anstieg. Durch die Einführung eines ANA Discover JAPAN Preisspecials will der Lufthansa-Partner Reisen nach Japan noch attraktiver machen, und das Reisen wird in Japan durch die verstärkte Einführung automatischer Gepäckaufgabesysteme weiter erleichtert.

Im Geschäftsfeld **Internationale Passagierflüge** steigerte das Star Alliance Mitglied seinen Umsatz deutlich um 10,5 Prozent auf umgerechnet etwa 2,97 Milliarden Euro. Die Zahl der Passagiere stieg um 12,9 Prozent auf knapp über sechs Millionen, und der Sitzladefaktor entwickelte sich von 72,1 Prozent auf 74,7 Prozent. Das Wachstum war vor allem von der Nachfrage aus Nordamerika getrieben, während die europäischen Märkte nach den Terrorattacken von Paris etwas schwächelten. Neben Houston, Kuala Lumpur, Brüssel und zuletzt Sydney führte die Airline auch eine neue Strecke zwischen Tokio/Haneda und Guangzhou ein und steigerte die Zahl der Flüge ab Tokio/Haneda nach Peking und Shanghai.

Das **Frachtgeschäft** blieb hinter der Entwicklung des Passagiergeschäfts zurück: Weiterhin sinkende Frachtvolumina und die Schwäche des japanischen Yen sind die Gründe dafür. Der Umsatz in diesem Geschäftsfeld sank um 3,1 Prozent (Domestic) und 5,8 Prozent (International) auf umgerechnet etwa 856 Millionen Euro. Mit einer Neuaufstellung des Frachtvertriebs und Serviceverbesserungen versucht die Fluggesellschaft, diese Rückgänge aufzufangen. Auch bewähren sich die verstärkte Nutzung der Frachträume auf Passagierflügen und das vor einigen Jahren neu eingerichtete Frachtdrehkreuz auf Okinawa für innerasiatische Dienstleistungen gut.

In den **übrigen Geschäftsfeldern**, die auch die Low Cost Aktivitäten der ANA-Gruppe beinhalten, ist die Entwicklung ebenfalls gut: So stiegen die Umsätze mit den Low Cost Töchtern, mit Bordverkäufen sowie Flugzeugwartungen und -reparaturen für andere Airlines um 18,8 Prozent im Vorjahresvergleich auf umgerechnet über eine Milliarde Euro an. Die Low Cost Beteiligung Vanilla Air steigerte die Passagierzahl durch eine Marketingkampagne und den Start eines chinesisch-sprachigen Callcenters in Taiwan um 57,9 Prozent auf 1,297 Millionen Passagiere und erreichte eine Auslastung der Sitze von 85,7 Prozent.

Ihre **Umsatz- und Gewinnprognose** für das Geschäftsjahr, das am 31. März 2016 endet, hebt die ANA-Gruppe aufgrund der sehr positiven Entwicklung deutlich an und erwartet nun auf das Gesamtjahr bezogen einen Nachsteuergewinn von umgerechnet etwa 493,9 Millionen Euro statt bislang nur 395 Millionen Euro. Dies wäre eine Steigerung um 25,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.