

Japanische ANA fühlt sich nach Rekordergebnis im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres für die Zukunft optimal aufgestellt

- **Anpassung der Prognose für das gesamte Geschäftsjahr aufgrund einer pessimistischeren Einschätzung der Weltwirtschaftslage.**
- **Geringeres Betriebsergebnis durch höhere Investitionen in Personal, Flugzeuge und Instandhaltung zur weiteren Verbesserung von Sicherheit, Qualität und Service.**
- **ANA investiert in die Zukunft, um für den Kapazitätsausbau an den beiden Tokioter Großflughäfen im kommenden Jahr optimal vorbereitet zu sein.**

Tokio, Frankfurt (29. Oktober 2019)

Die ANA HOLDINGS, Muttergesellschaft der größten japanischen Fluggesellschaft, meldet für die erste Hälfte des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2019 bis 31. März 2020) einen Umsatzrekord. Das börsennotierte Unternehmen erreichte in den vergangenen sechs Monaten ein Umsatzplus von 1,7 Prozent auf umgerechnet etwa 8,7 Milliarden Euro, wie die Gruppe in Tokio bekanntgab. Noch immer erholt sich die Wirtschaft des Landes trotz der anhaltenden Exportschwäche moderat, aber stetig. Die Unternehmensgewinne bleiben stabil und das Beschäftigungsumfeld verbessert sich weiter.

ANA wurde vor Kurzem drei Jahre in Folge in den „Dow Jones Sustainability World Index“ aufgenommen, einer der weltweit führenden Indikatoren für sozial verantwortliches Investment. Obwohl die Umsätze im internationalen Frachtgeschäft aufgrund der globalen wirtschaftlichen Unsicherheit rückläufig waren, konnte ANA die Betriebserlöse im gesamten Bereich Air Transportation im Vergleich zum Vorjahr steigern, was unter anderem auf die stärkere Nachfrage nach Privatreisen während der zehntägigen Golden Week zurückzuführen ist. Das Betriebsergebnis sank im Vergleich zum Vorjahr aufgrund gestiegener Personal-, Flugzeug- und Instandhaltungsaufwendungen zur weiteren Verbesserung von Sicherheit, Qualität und Service im Hinblick auf den für 2020 angekündigten Kapazitätsausbau der Tokioter Großflughäfen.

Der gestiegene Umsatz, hauptsächlich aus dem Luftfahrtgeschäft, führte zu dem Rekordumsatz von umgerechnet etwa 8,7 Milliarden Euro. Das Unternehmen erreichte bei Betriebskosten von umgerechnet etwa 8 Milliarden Euro (plus 4,7 Prozent) einen operativen Gewinn von umgerechnet etwa 671,3 Millionen Euro, der nach Steuern zu einem Gesamtergebnis vom umgerechnet etwa 467 Millionen Euro führt (minus 23 Prozent).

„Unser internationales Passagiergeschäft konnten wir in diesem Jahr erheblich aufwerten, indem wir im Mai den Airbus A380 auf unserer Strecke zwischen Tokio und Honolulu eingeführt und im September eine neue Strecke zwischen Tokio und Perth eröffnet haben. Darüber hinaus haben wir im Juli begonnen, eine der im weltweiten Vergleich geräumigsten neuen Business Classes mit 'THE Room' an den Start zu bringen. Sie wird von unseren Passagieren sehr gut angenommen. Im Inlandsverkehr ist der Trend nach wie vor positiv, wir erleben eine sehr befriedigende Nachfrageentwicklung“, so Ichiro Fukuzawa, CFO und Executive Vice President der ANA Holding. „Wir mussten allerdings unsere konsolidierte Prognose für das gesamte Jahr aufgrund der weltweiten wirtschaftlichen Unsicherheit

anpassen. Da wir jedoch vom Kapazitätsausbau der beiden Tokioter Großflughäfen im nächsten Jahr profitieren wollen, investieren wir derzeit in die Zukunft.“

Im **internationalen Personenverkehr** stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr, obwohl die Nachfrage leicht rückläufig war, aufgrund überproportional gestiegener Passagierzahlen auf den Strecken nach Hawaii und Europa. Im Streckennetz steigerte die Airline die Zahl der Verbindungen zwischen Tokio/Narita und Honolulu und setzte dort zusätzlich die ersten beiden Airbus A380 FLYING HONU auf zehn Flügen pro Woche ein. Die Route Tokio/Narita – Perth wurde im September als einziger Direktflug von Japan nach Westaustralien neu eingeführt. Beim Service verbesserte ANA das Produkt im August entscheidend mit den branchenführenden neuen Produkten für die First Class und die Business Class auf der Strecke Tokio/Haneda – London. Es wird im Februar kommenden Jahres auch auf der Strecke zwischen Frankfurt und Tokio/Haneda verfügbar sein.

Der neue Business-Class-Sitz „THE Room“ ist nicht nur der erste breite Sitz von ANA mit privater Tür, sondern bietet auch höchsten Komfort wie den weltweit ersten persönlichen Monitor in 4K-Auflösung. Darüber hinaus standen in den vergangenen Monaten weitere Anstrengungen im Mittelpunkt, um den Komfort für die Kunden zu erhöhen, zum Beispiel die Einführung eines automatisierten Gepäckabfertigungsservices am Flughafen Narita ab September. Der Umsatz in diesem schnell wachsenden Geschäftsfeld der ANA stieg um 2,3 Prozent auf umgerechnet etwa 2,79 Milliarden Euro. Die Zahl der Passagiere blieb mit knapp 5,2 Millionen gleich, der Sitzladefaktor nahm mit 76,8 Prozent leicht ab. Allerdings gelang es, das Plus bei den angebotenen Sitzkilometern von 4,7 Prozent fast vollständig am Markt abzusetzen.

Im **inländischen Personenverkehr** profitierte ANA neben der positiven Geschäftsnachfrage und mehr Inlandsflügen in Japan vor allem von der zehntägigen Golden Week. Verschiedene Rabattaktionen erhöhten die Umsätze, was zu einem Anstieg von Passagierzahlen und Umsatz gegenüber dem Vorjahr führte. Das Streckennetz der ANA wurde auf den Strecken Tokio/Narita – Nagoya (Chubu), Fukuoka – Miyako, Osaka (Kansai) – Miyako und Tokio/Haneda – Okinawa (Naha) erweitert. Die Airline startete den SUPER VALUE EARLY Rabatt, der bis zu 355 Tage vor dem Reisedatum buchbar ist. Darüber hinaus wurde die ANA LOUNGE am Flughafen Naha/Okinawa unter Leitung des renommierten Designers Kengo Kuma erneuert. Infolgedessen stieg der Umsatz aus dem inländischen Personenverkehr um 4,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf umgerechnet etwa 3,04 Milliarden Euro, die Passagierzahl wuchs um 3,4 Prozent auf mehr als 23 Millionen, und der Sitzladefaktor stieg um 0,6 Prozentpunkte auf 70,4 Prozent an.

Im **internationalen Frachtgeschäft** wurde das Frachtflugzeug Boeing 777 im Juli auf der Strecke Tokio/Narita – Shanghai (Pudong) eingeführt, mit dem auch die Nachfrage nach großformatiger Spezialfracht wie beispielsweise Halbleiterfertigungsanlagen bedient werden kann. Sowohl Frachtaufkommen als auch Umsatz sanken jedoch im Vergleich zum Vorjahr, was auf einen Rückgang der Nachfrage aus Japan und Übersee zurückzuführen ist. Auch die Handelsprobleme zwischen den USA und China wirken sich negativ aus. Infolgedessen sanken die Erlöse aus internationalen Frachtdienstleistungen um 20,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, die Umsätze aus den inländischen Frachtdienstleistungen um 9,9 Prozent.

Im **Geschäftsbereich der Low Cost Carrier** gingen sowohl die Zahl der Passagiere als auch die Umsätze gegenüber dem Vorjahr zurück, was auf eine vorübergehende Reduktion der Anzahl der Flüge zurückzuführen ist: Derzeit wird die Peach Aviation Limited in die Vanilla Air Inc. integriert. Daher werden Flugzeuge überholt, und Flugpersonal muss zur Vorbereitung der Integration umgeschult werden. Im Bereich Marketing haben sowohl Peach Aviation Limited als auch Vanilla Air Inc. mit der Kampagne „Count Down 100 THANKS Festa!“ eine gemeinsame Promotion-Aktion umgesetzt. Der Umsatz im LCC-Segment sank um 4,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf umgerechnet etwa 380 Millionen Euro.

Im **Ausblick** auf das gesamte Geschäftsjahr ist die ANA Gruppe der Ansicht, der Umsatzanstieg bleibe hinter den Erwartungen – vor allem durch die eingebrochene Frachtnachfrage als Folge der offenen Handelsfragen zwischen den USA und China. Auch schwächte sich die Nachfrage im internationalen Personenverkehr etwas ab. Der Konzern geht ferner davon aus, dass sich der Wettbewerb im LCC-Geschäft weiter verstärken wird. Daher senkt ANA die Umsatzprognose für das komplette Geschäftsjahr von ursprünglich umgerechnet etwa 17,7 Milliarden Euro leicht auf 17,2 Milliarden Euro ab. Der Gewinn nach Steuern wird bei umgerechnet etwa 774,3 statt ursprünglich 889,6 Millionen Euro erwartet.

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 über 120 innerjapanischen und 82 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 2018 insgesamt 54,4 Millionen Passagiere, beschäftigt rund 43.000 Mitarbeiter und verfügt über eine Flotte von mehr als 260 Flugzeugen.

Pressekontakt:



BPRC Burkard PR Consulting

Matthias Burkard

ANA Deutschland

**Katsuya Goto,
Maria Petalidou**

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

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