

## Japanische ANA weist hervorragende Zahlen aus trotz Zurückhaltung bei Geschäftsreisenden im Inland

- Die ANA Group steigert im ersten Quartal sowohl den Umsatz als auch das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich.
- Das Unternehmen kann den Quartalsumsatz um 30 Prozent auf umgerechnet etwa 3,08 Milliarden Euro ausbauen.
- Erholung der Geschäftsreise-Nachfrage auf dem Inlandsmarkt stagniert bei etwa 60 Prozent des Vor-Covid-Niveaus.

Tokio, Frankfurt (28. Juli 2023)

ANA, größte japanische 5-Sterne-Airline und Mitglied der Star Alliance, legte in den zurückliegenden drei Monaten zum ersten Mal seit vier Jahren wieder ein positives erstes Quartal hin. Das Fluggeschäft erholte sich weiter aufgrund der starken Nachfrage nach Inlands- und Auslandsreisen nach der Lockerung von Corona-Reisebeschränkungen. Das Unternehmen schloss das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2023 bis 31. März 2024) mit einem Umsatz von umgerechnet etwa 3,08 Milliarden Euro und einem Nettoergebnis von umgerechnet etwa 204,6 Millionen Euro ab.

„Die Leistung von ANA in diesem Quartal spiegelt unsere Strategie wider, nach der Lockerung der Beschränkungen für den nationalen und internationalen Reiseverkehr wieder ein nachhaltiges Wachstum zu erzielen“, sagte Kimihiro Nakahori, Executive Vice President und Chief Financial Officer der ANA Group. „Dass wir zum ersten Mal seit vier Jahren ein profitables erstes Quartal erzielen konnten, ist ein Beweis für die unermüdlichen Anstrengungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“

Im größten Geschäftsbereich Luftverkehr übertrafen die Betriebseinnahmen den Wert des Vorjahreszeitraums deutlich, was auf einen Anstieg der Passagiernachfrage sowohl auf Inlands- als auch auf Auslandsflügen zurückzuführen ist. Dem Umsatz von 3,08 Milliarden Euro standen operative Ausgaben von umgerechnet etwa 2,79 Milliarden gegenüber. Während die variablen Kosten aufgrund der Ausweitung des Geschäftsumfangs stiegen, verbesserte sich die Rentabilität dank umfassender Kostenmanagement-Initiativen erheblich.

Im **internationalen Passagierverkehr** erweiterte das Unternehmen sein Streckennetz und das Angebot deutlich. Die Entwicklung war angeführt von einem starken Wachstum der Passagierzahlen in Japan und einer wesentlich höheren Nachfrage bei Geschäftsreisen nach Nordamerika und China. Die Zahl der Fluggäste und der Umsatz stiegen um den Faktor 2,4 beziehungsweise 2,7, was insgesamt eine deutliche Verbesserung gegenüber dem Vorjahr darstellt. Insgesamt flogen mehr als 1,6 Millionen Passagiere im ersten Quartal auf den internationalen Strecken der ANA, der Sitzladefaktor lag bei 77,2 Prozent.

Im **innerjapanischen Passagierverkehr** hat die Nachfrage im Geschäftsreiseverkehr noch nicht wieder das Niveau von vor der Pandemie erreicht. Dagegen erholte sich die Nachfrage im Freizeitreiseverkehr wieder auf das Niveau von vor der Pandemie. Auch in Japan ist Covid-19 inzwischen als „allgemeine Infektionskrankheit“ mit gelockerten Kontrollmaßnahmen

eingestuft. Die Nachfrage wurde auch durch Verkaufsförderungsmaßnahmen wie den Verkauf zum 70-jährigen Jubiläum angekurbelt. Dadurch stieg das Passagieraufkommen um das 1,5-fache, und die Einnahmen übertrafen die des Vorjahres um das 1,4-fache. Die Airline beförderte im Quartal mehr als 9,6 Millionen Passagiere und erreichte einen Sitzladefaktor von 66,9 Prozent.

Im Geschäftsbereich **Fracht** lagen das Frachtvolumen trotz der Bemühungen, die Nachfrage zwischen Nordamerika und Asien/China zu steigern, bei etwa 80 Prozent und die Einnahmen bei etwa 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dies ist vor allem auf einen Nachfragerückgang in wichtigen Bereichen wie der Halbleiter-, Elektronik- und Automobilbranche zurückzuführen. Trotz des rückläufigen Trends waren der Stückpreis noch um den Faktor 1,8 und der Umsatz 1,5 Mal höher als noch vor Covid im Geschäftsjahr 2019.

Im **Low Cost Sektor** der ANA Group mit der Fluggesellschaft **Peach** war die Nachfrage nach Freizeitreisen während der japanischen Urlaubswoche Golden Week sehr hoch. Aufgrund der starken Nachfrage von Besuchern aus dem Ausland nach Japan-Reisen stiegen das Passagieraufkommen und der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um das 1,3-fache beziehungsweise das 1,8-fache. Peach beförderte in den drei Monaten insgesamt etwa 2,16 Millionen Passagiere und kam auf einen Sitzladefaktor von 84 Prozent.

Im **Ausblick** auf das gesamte Geschäftsjahr hält die ANA Group an ihrer Finanzprognose von Ende April 2023 fest. Demnach erwartet das Unternehmen einen Gesamtjahresumsatz von umgerechnet etwa 13,17 Milliarden Euro und einen Nettogewinn vom umgerechnet etwa 534,8 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 zahlreichen innerjapanischen und internationalen Strecken ein Reiseerlebnis der Extraklasse garantiert.

Neben Paris, London und Brüssel verbindet die Airline auch die deutschen Städte Frankfurt zweimal pro Tag und München viermal pro Woche im Direktflug mit Tokio. Zurzeit erfolgt die Bedienung aller Strecken situationsbedingt teilweise noch eingeschränkt.

Als eine von nur sehr wenigen Airlines weltweit wurde ANA seit dem Jahr 2013 kontinuierlich in jedem Jahr von der Rating-Agentur Skytrax mit dem höchsten Skytrax-Ranking von fünf Sternen ausgezeichnet. Zusätzlich wurde ANA von Skytrax im Jahr 2021 für das Hygienekonzept „ANA Care Promise“, das höchstmögliche Sicherheit, Sauberkeit und Hygiene am Boden und an Bord garantieren soll, ebenfalls mit dem 5-Sterne COVID19-Sicherheits-Rating ausgezeichnet.

## Pressemitteilung



### Pressekontakt:



BPRC Burkard PR Consulting

**Matthias Burkard**

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

ANA Deutschland

**Yuji Hino**  
**Maria Petalidou**

Telefon: 069 - 29 976 – 0  
[www.ana.co.jp/de/de](http://www.ana.co.jp/de/de)