

Japanische ANA erreicht im vergangenen Geschäftsjahr Rekordgewinn und eine Gewinnmarge von zehn Prozent

- Der japanische Marktführer schließt das Geschäftsjahr mit einem Umsatz von umgerechnet etwa 13,12 Milliarden Euro und einem Rekordgewinn von über einer Milliarde Euro ab.
- Der Umsatz im internationalen Passagierverkehr erreichte mit umgerechnet 4,6 Milliarden Euro einen Rekordwert und übertraf damit erstmals das Inlandsgeschäft.
- Der Star Alliance Partner zahlt erstmals nach fünf Jahren wieder Dividende und erhöht diese auf 50 Yen pro Aktie.
- Für das laufende Geschäftsjahr prognostiziert die ANA Group einen operativen Gewinn von umgerechnet 1,08 Milliarden Euro, der den höchsten Stand von vor der Covid-19-Pandemie übertreffen würde.

Tokio, Frankfurt (26. April 2024)

Das vergangene Geschäftsjahr, das am 31. März 2024 endete, verlief für den japanischen Marktführer ANA All Nippon Airways äußerst erfolgreich. Das Unternehmen erreichte den höchsten Gewinn in der Unternehmensgeschichte und brachte die operative Gewinnmarge vor Steuern erstmals auf einen zweistelligen Wert. Gegenüber dem vergangenen Jahr steigerte das Unternehmen seine Performance damit deutlich. Die Fluggesellschaft, die traditionell ihre Stärke im Heimatmarkt hat, machte im vergangenen Jahr erstmals auf ihren internationalen Strecken mehr Gewinn als auf den innerjapanischen. Bei einem Umsatz von umgerechnet etwa 13,12 Milliarden Euro lieferte die börsennotierte ANA Group den Anteilseignern einen Nettogewinn von über einer Milliarde Euro ab.

Die Nachfrage im Passagierverkehr erholte sich in den vergangenen zwölf Monaten weiter, trotz geopolitischer Risiken wie der Situation in der Ukraine und der Golfregion und deren Auswirkungen auf die Luftfahrtbranche. Vor dem Hintergrund der Änderung des Covid-19-Status zu einer Kategorie-5-Infektionskrankheit in Japan entwickelten sich sowohl der internationale als auch der inländische Passagierverkehr gut. Beide wurden unterstützt durch eine starke Nachfrage nach Reisen in das Ausland und den Freizeitreiseverkehr innerhalb Japans. Dies führte zu einem deutlich höheren Betriebsertrag als im Jahr zuvor.

Im **internationalen Passagierverkehr** stiegen die Zahl der Passagiere und der Umsatz wegen der starken Nachfrage aus dem Aus- und dem Inland deutlich an. Im Streckennetz setzte ANA den Ausbau der Flugkapazitäten fort, indem im April ausgewählte China-Strecken wie Tokio/Haneda – Peking sowie Tokio/Haneda – Shanghai (Pudong und Hongqiao) wieder aufgenommen wurden. Die Strecke Tokio/Narita – Perth folgte im Oktober. Außerdem wurde im Dezember das Angebot auf der Strecke Tokio/Narita – Honolulu mit zwei täglichen Hin- und Rückflügen mit dem Airbus A380 wieder komplettiert.

Im **inländischen Passagierverkehr** stiegen sowohl das Passagieraufkommen als auch der Umsatz im Jahresvergleich. Das Unternehmen profitierte von der aktiven Stimulation der Freizeitmärkte mit Aktionen wie dem „ANA Super Value“ und setzte insbesondere an Wochenenden und Feiertagen größere Flugzeuge ein. ANA richtete vorübergehend Flugverbindungen auf der Strecke Tokio/Haneda – Noto ein und bot zudem Sonderrabatte an, um die Erholung nach dem Erdbeben auf der Noto-Halbinsel im Jahr 2024 zu unterstützen. Weiterhin transportierte das Unternehmen Hilfsgüter.

Im **Frachtsegment** gingen das Volumen und der Umsatz im internationalen Frachtverkehr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum trotz intensiver Sales- und Marketingbemühungen vor allem für das Geschäft zwischen Nordamerika und Asien zurück. Grund war die sinkende Marktnachfrage aus wichtigen Branchen wie Halbleiter, Elektronik und der Automobilindustrie. Dennoch lag der Umsatz etwa 1,5 Mal höher als im vor-Corona-Geschäftsjahr 2019. Für das Streckennetz arbeitet die Airline daran, die Rentabilität durch aktives Monitoring der Nachfrage-Trends und flexible Anpassung des Einsatzes von Frachtflugzeugen zu sichern.

Im **Low-Cost-Sektor** mit der Konzern-Fluggesellschaft Peach Aviation stiegen die Zahl der Passagiere und der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr. Peach griff die Nachfrage nach Reisen nach Japan auf internationalen Strecken und nach Freizeitreisen auf inländischen Strecken aktiv auf. Im Streckennetz nahm der Low-Cost-Carrier im Mai die Strecken Kansai – Shanghai (Pudong) und Haneda – Shanghai (Pudong) sowie im August die Strecke Kansai – Kaohsiung wieder auf und bediente damit wieder alle internationalen Strecken ab den Flughäfen Tokio/Haneda und Osaka/Kansai, die aufgrund von Covid-19 ausgesetzt worden waren. Ebenso weitete Peach im September die Flugfrequenz auf internationalen Strecken wie Kansai – Hongkong und Kansai – Taipeh aus.

Dem **Ausblick** für das Geschäftsjahr 2024 (April 2024 - März 2025) nach soll der Umsatz mit der Normalisierung der Erträge und durch den geplanten Anstieg der Kapazitäten im internationalen Passagierverkehr weiter steigen. Zusammen mit dem Anstieg der Erlöse aus dem inländischen Passagierverkehr erwartet die ANA Group den höchsten Umsatz aller Zeiten. Die betrieblichen Aufwendungen werden hauptsächlich aufgrund von Kostensteigerungen durch den Kapazitätsausbau sowie einem Rückgang verschiedener Steuervergünstigungen und staatlicher Subventionen ebenfalls steigen. Der operative Gewinn wird voraussichtlich im Vergleich zum Geschäftsjahr 2023 zurückgehen, aber immer noch bei umgerechnet etwa 1,08 Milliarden Euro liegen und damit den höchsten Stand von vor der Covid-19-Pandemie übertreffen.

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. Im Laufe des Sommerflugplans werden die Frequenzen auf den Europastrecken weiter ausgebaut und neue Strecken aufgenommen.

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.

Pressekontakt:



BPRC Burkard PR Consulting

Matthias Burkard

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

ANA Deutschland

Yuji Hino

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