

Die japanische ANA erzielt den höchsten Halbjahresumsatz der Unternehmensgeschichte

- Umsatz aus dem internationalen Passagiergeschäft steigt auf umgerechnet etwa 2,35 Milliarden Euro.
- Das Betriebsergebnis liegt leicht über dem Plan für dieses Geschäftsjahr, während die Betriebsausgaben stiegen.
- ANA Group belässt angesichts der Steigerung der Umsätze, aber auch der Betriebsausgaben, die Jahresprognose unverändert.

Tokio, Frankfurt (31. Oktober 2024)

ANA All Nippon Airways, größte japanische Fluggesellschaft und Mitglied der Star Alliance, profitiert von ihrer Strategie des nachhaltigen Wachstums und der strengen Kostenkontrolle. Das in Tokio börsennotierte Unternehmen erzielte in der vergangenen ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2024 bis 31. März 2025) den höchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte und lag auch beim Betriebsergebnis über dem Plan. Wie das Unternehmen heute mitteilte, erzielte die ANA Group in den zurückliegenden sechs Monaten einen Umsatz von umgerechnet 6,62 Milliarden Euro und ein Nettoergebnis von umgerechnet 485,9 Millionen Euro.

„Diese Ergebnisse entstanden in einer Zeit voller Chancen und Herausforderungen, und wir möchten unseren engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie unseren Kundinnen und Kunden für ihre Unterstützung danken“, sagte Kimihiro Nakahori, Executive Vice President und Group Chief Financial Officer.

Im **internationalen Passagierverkehr** stiegen in der ANA Group wegen der starken Nachfrage nach Reisen nach Japan das Passagieraufkommen und auch der Umsatz: In den zurückliegenden sechs Monaten beförderte die Airline fast 3,9 Millionen Passagiere – das sind 12,3 Prozent mehr als im Vorjahr im selben Zeitraum. Die Airline erreichte einen Sitzladefaktor von 77,9 Prozent. Um das Interesse und die Aufmerksamkeit der Kunden auf Sicherheit zu lenken, veröffentlichte die Airline ein neues Sicherheitsvideo mit Pokémon-Charakteren auf den speziell bemalten Flugzeugen „Pikachu Jet NH“ und „Eevee Jet NH“, die auf internationalen Routen eingesetzt werden. Außerdem startet ANA nun auch in der ANA Business Class den „ANA Wi-Fi Service“, der kostenlosen Internetservice an Bord auf vielen internationalen Strecken anbietet.

Auch im **innerjapanischen Passagierverkehr** übertraf der Star Alliance Partner trotz der widrigen Wetterbedingungen durch Taifune und anderer Faktoren sowohl die Passagierzahl als auch den Umsatz aus dem Vorjahr. Dies gelang durch die Stimulation der Nachfrage nach Freizeitreisen, vor allem durch die „ANA SUPER VALUE“-Aktionen, bei denen besondere Flugpreise angeboten wurden. Das Streckennetz optimierte die Airline in Richtung Freizeitreisen und führte zusätzliche Flüge auf den Strecken Nagoya – Sapporo und Nagoya – Okinawa hauptsächlich während der Sommerferien und aufeinanderfolgender Feiertage ein. Zudem endeten im August die Flugreduzierungen aufgrund von Wartungsarbeiten an Pratt &

Whitney-Triebwerken, die seit Januar intensiviert worden waren. Die Airline erreichte im Halbjahr mit fast 21,7 Millionen Passagieren und einem Sitzladefaktor von 74,2 Prozent einen Umsatz von umgerechnet etwa 2,08 Milliarden Euro.

Im internationalen **Frachtgeschäft** stiegen sowohl die Frachtmengen als auch die Umsätze im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres. Dies ist auf die starke Nachfrage nach dreiseitigem Frachtverkehr zwischen Asien, China und Nordamerika zurückzuführen. Und auch im Automobilbereich erholte sich die Nachfrage nach Frachten von und nach Japan moderat. Im Streckennetz arbeitete das Unternehmen daran, die Rentabilität sicherzustellen. So wurden im August Charterflüge für andere Fluggesellschaften gestartet und die Routen an das Angebot flexibel an die Nachfragetrends angepasst.

Bei den beiden **Tochterunternehmen** Peach und AirJapan war die Entwicklung im Halbjahr ebenfalls sehr positiv: Die Umsätze der Low Cost Fluggesellschaft Peach stiegen im Jahresvergleich durch mehr Passagiere auf internationalen Strecken trotz eines Rückgangs auf inländischen Strecken. Die Fluggesellschaft setzte aufgrund der starken Nachfrage mehr Jets auf internationalen Strecken ein. Im Inland bediente Peach die Routen Kansai – Memanbetsu und Kansai – Kushiro für eine begrenzte Zeit, um der saisonalen Nachfrage gerecht zu werden. Im September führte Peach den „Peach BAGGAGE TAG KIOSK“ ein, mit dem Passagiere ihre Gepäckanhänger selbst ausstellen können. Die neue Marke AirJapan nahm im Februar den Betrieb auf und profitierte gleich von einem Sommer-Sale. Peach beförderte im Halbjahr mehr als 4,6 Millionen Passagiere, AirJapan 4,32 Millionen. Zusammen erreichten beide Unternehmen einen Umsatz von umgerechnet 454 Millionen Euro.

Nach der **Prognose** für das gesamte Geschäftsjahr bleibt die Nachfrage nach internationalen und inländischen Flügen stark. Vor diesem Hintergrund prognostiziert die ANA Group den Umsatz mit umgerechnet knapp 13,37 Milliarden Euro und erwartet einen Nettogewinn von knapp 723 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 einmal täglich im Direktflug mit Tokio. Im August wird auch die Wien-Strecke wieder aufgenommen und ab dem Winterflugplan die drei neuen Zielorte Mailand, Stockholm und Istanbul angesteuert.

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