

Die japanische ANA überzeugt vor allem auf ihren internationalen Strecken mit starken Zahlen für die vergangenen neun Monate

- **Die ANA Group erzielte in den zurückliegenden drei Quartalen einen Umsatz von umgerechnet 10,33 Milliarden Euro und erreichte einen operativen Ertrag von mehr als einer Milliarde Euro.**
- **Gruppenairlines profitieren von der starken Nachfrage nach Flugreisen in, aus und nach Japan.**
- **Der Umsatz aus dem internationalen Geschäft erreicht einen Rekordwert, vor allem wegen der robusten Nachfrage nach Flügen aus Japan nach Europa und Nordamerika.**
- **Auf den Inlandsstrecken erreicht ANA eine Rekord-Auslastung von 77 Prozent der Sitzplätze allein im dritten Quartal.**
- **Die ANA Gruppe korrigiert die Prognosen für das Gesamtjahr nach oben.**

Tokio, Frankfurt (3. Februar 2025)

Die ANA Group, Muttergesellschaft der größten japanischen Fluggesellschaft ANA, kann nach der Auswertung der Ergebnisse für die zurückliegenden drei Quartale des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2024 bis 31. März 2025) die Umsatz- und Ergebnisprognose für das Gesamtjahr nach oben korrigieren. Das börsennotierte Unternehmen meldete heute in Tokio einen kumulierten Umsatz von umgerechnet etwa 10,33 Milliarden Euro für neun Monate und Betriebsausgaben von umgerechnet etwa 9,29 Milliarden Euro. Unter dem Strich bleibt dem Unternehmen ein Nettoergebnis von umgerechnet etwa 812,66 Millionen Euro.

„Die Umsetzung unserer Strategie trug zu der positiven finanziellen Entwicklung im zurückliegenden Quartal bei. Der Erfolg resultiert aus mehreren Faktoren, die uns die Zuversicht geben, unsere Prognosen für das Gesamtjahr überarbeiten und erhöhen zu können“, erklärte Kimihiro Nakahori, Executive Vice President und Chief Financial Officer der ANA Group. „Wir werden uns auch weiterhin auf nachhaltiges Wachstum konzentrieren.“ Auf den **internationalen Passagierstrecken** der Kerngesellschaft ANA stiegen sowohl das Passagiervolumen als auch die Umsätze im Jahresvergleich, hauptsächlich aufgrund starker Nordamerika- und Europastrecken. Auch stellte die 5-Sterne-Fluggesellschaft eine hohe Nachfrage nach Freizeit- und Geschäftsreisen sowohl aus Japan als auch nach Japan fest. Im internationalen Streckennetz wurden die Strecke Tokio/Narita – Perth im Oktober wieder aufgenommen und die Verbindung Tokio/Haneda – Mailand im Dezember neu eingeführt. Bei den Bordservices bot das Unternehmen ab Oktober kostenlose Textnachrichten-Kommunikation auf ersten ausgewählten internationalen Strecken auch für Passagiere der Premium Economy und Economy Class an. Auf ihrem internationalen Streckennetz beförderte die Airline in den drei Quartalen knapp 6 Millionen Passagiere (plus 12,0 Prozent) und

erreichte einen Sitzladefaktor von 78,5 Prozent. In diesem Geschäftsfeld erreichte das Star Alliance Mitglied einen Rekordumsatz von umgerechnet etwa 3,65 Milliarden Euro.

Auf ihren **Inlandsstrecken** stiegen bei ANA sowohl die Anzahl der Passagiere als auch der Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgrund von Bemühungen, die Nachfrage mit dem laufenden „ANA SUPER VALUE“-Tarif und der teilweisen Überarbeitung der Flugpreise zu stimulieren. Im Streckennetz wurde die Strecke Tokio/Haneda – Noto ab Dezember auf zwei tägliche Flüge erhöht, und während der Neujahrsferien wurden zusätzliche Flüge auf weiteren Strecken angeboten. ANA brachte den „EXPO2025 ANA JET“ in die Luft, der speziell zur Expo 2025 in Osaka gestaltet ist. Zudem wurde die „ANA Pokémon Kids TV Lounge“ eröffnet, ein Kinderbereich in der ANA-Lounge am Flughafen Tokio/Haneda. Weiterhin installierte ANA die neuesten Sicherheitsscanner in ihrem Premium-Check-in-Bereich am Flughafen Haneda. Im innerjapanischen Segment beförderte die Fluggesellschaft in den letzten drei Quartalen insgesamt 33,3 Millionen Passagiere (plus 7,2 Prozent) und erreichte einen Sitzladefaktor von 75,1 Prozent.

Im internationalen **Frachtverkehr** stiegen sowohl die Volumina als auch die Umsätze im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgrund der starken Nachfrage aus Asien und China nach Nordamerika. Zudem erholte sich die Nachfrage aus dem Automobilgeschäft. ANA arbeitet konsequent an der Sicherung der Rentabilität des Streckennetzes und passt Strecken und Kapazitäten der Frachtflugzeuge an die Trends an. Außerdem führte das Unternehmen im August Charterservices für dritte Airlines ein. Am Flughafen Tokio/Narita nahm im Oktober eine neue Frachtanlage ihren Betrieb auf. Zusätzlich zur Einführung von „Automated Guided Vehicles (AGV)“ will ANA die internationale Wettbewerbsfähigkeit durch Qualitätsverbesserungen weiter steigern.

Bei der **Low Cost Airline** der Gruppe, Peach, stieg das Passagiervolumen auf internationalen Strecken, während es auf inländischen Strecken zurückging. Grund war der priorisierte Einsatz der Flugzeuge auf internationalen Strecken, um die starke Nachfrage nach Japan zu erfassen. Zusätzlich waren die Umsätze im Vergleich zum Vorjahreszeitraum wegen einer neuen Tarifstruktur höher. Die neue Strecke Osaka/Kansai – Singapur wurde im Dezember eingeführt. Im Servicebereich arbeitet Peach jetzt daran, den Kundenservice weiter zu verbessern, indem das Bordmagazin erneuert, die Vielfalt der Bordmahlzeiten erhöht und wieder warme Mahlzeiten auf einigen internationalen Strecken eingeführt werden.

AirJapan, die im Februar 2024 als neue Marke eingeführt wurde, bietet derzeit Flüge auf drei Strecken an: Tokio/Narita – Bangkok, Tokio/Narita – Incheon und Tokio/Narita – Singapur. Zusätzlich zum „AirJapan Special SALE“ für alle Strecken zur Stimulierung der Passagiernachfrage überarbeitete AirJapan die Tarifregeln, indem einige Tarife erstattungsfähig gemacht wurden.

Im **Ausblick für das Geschäftsjahr 2024** (April 2024 bis März 2025) revidiert die ANA Group ihre konsolidierte Finanzprognose jetzt nach oben: Im dritten Quartal waren das internationale und inländische Passagiervolumen sehr stark, unterstützt durch eine starke Nachfrage nach Einreisen und inländische Freizeitnachfrage. Auch für das vierte Quartal wird die Nachfrage ähnlich stark erwartet. Der Umsatz wird bei umgerechnet etwa 13,68 Milliarden Euro erwartet, das Nettoergebnis dürfte bei umgerechnet etwa 849 Millionen Euro liegen. Zu dem Ergebnis tragen auch Entschädigungszahlungen im Zusammenhang mit Flugzeugen bei, die höher als erwartet ausfielen.

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