

Japanische ANA profitiert stark vom internationalen Geschäft und der Integration von Nippon Cargo Airlines

- Die ANA Holdings Inc. meldet für das erste Halbjahr des Geschäftsjahres einen Rekordumsatz.
- Das Passagieraufkommen im Inland übertraf sowohl bei Volumen als auch bei Auslastung das Vorjahresniveau, die Rentabilität bleibt dort jedoch strukturell schwierig.
- Das internationale Frachtaufkommen übertraf das Vorjahresniveau und wird angetrieben durch die starke Nachfrage nach Fracht zwischen Asien und Nordamerika.
- Die Integration von NCA (Nippon Cargo Airlines) schafft Synergieeffekte mit ANA, im September wurde die Cargo-Strecke zwischen Frankfurt und Tokio/Narita aufgenommen.

Tokio, Frankfurt (30. Oktober 2025)

Die ANA Holdings Inc., Muttergesellschaft der größten japanischen Fluggesellschaft ANA (All Nippon Airways), hat im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres (1. April 2025 bis 31. März 2026) einen Rekordumsatz von umgerechnet etwa 7,08 Milliarden Euro erzielt, wie das in Tokio börsennotierte Unternehmen heute mitteilte. Haupttreiber dieses Erfolgs war die starke Nachfrage im internationalen Passagiergeschäft, verstärkt durch die Integration der Nippon Cargo Airlines (NCA) in die ANA Group. Das Unternehmen erreichte damit einen Nettogewinn von umgerechnet etwa 452,2 Mio. Euro nach etwas über 480 Millionen im Vergleichszeitraum des Vorjahrs. Der betriebliche Aufwand lag für die zurückliegenden sechs Monate bei umgerechnet etwa 6,50 Milliarden Euro, was einer Steigerung um 1,5 Prozent im Vorjahresvergleich entspricht. Daraus resultiert ein Betriebsergebnis von umgerechnet etwa 580,78 Millionen Euro (minus 9,9 Prozent).

Das Passagieraufkommen im Inland lag über dem Vorjahresniveau, wobei sich die strukturellen Herausforderungen durch Kooperationen mit öffentlichen Partnern, wie etwa dem „Expertengremium für den Inlandsflugverkehr“, abfedern lassen. Das internationale Frachtgeschäft profitierte vor allem von der hohen Nachfrage zwischen Asien und Nordamerika, wobei Synergieeffekte mit NCA erzielt und neue Strecken wie Narita – Frankfurt gestartet werden konnten.

Angesichts der erfolgreichen Konsolidierung von NCA und günstiger Marktbedingungen hat ANA HD die Prognosen für das Gesamtjahr nach oben angepasst: Der Umsatz wird nun auf umgerechnet etwa 14,76 Milliarden Euro prognostiziert, und der Nettogewinn für das gesamte Geschäftsjahr wird den aktuellen Schätzungen zufolge bei umgerechnet etwa 862,84 Millionen Euro erwartet. Beim Betriebsergebniss strebt die Gruppe nach dem zweithöchsten Wert in der Unternehmensgeschichte. Die ANA Group möchte weiterhin nachhaltiges Wachstum vorantreiben.

„Durch die kontinuierliche Erschließung der starken Passagiernachfrage erreichten die Umsatzerlöse im ersten Halbjahr einen Rekordwert“, sagte Kimihiro Nakahori, Executive Vice President und Group Chief Financial Officer. „Auch die Gewinne liegen über unseren

ursprünglichen Planungen, was zum Teil auf die Konsolidierung von Nippon Cargo Airlines zurückzuführen ist. Auf Grundlage dieser Ergebnisse haben wir unsere Gewinnprognose für das Gesamtjahr angepasst. Weiterhin streben wir weitere Zuwächse an, vor allem in unserem Fluggeschäft. Wir wollen im vierten Quartal unsere nächste mittelfristige Managementstrategie bekannt geben.“

Im **internationalen Passagiergeschäft** der Kernmarke ANA übertrafen die Passagierzahl und der Umsatz die Vorjahreszahlen, was vor allem auf die steigende Nachfrage nach Reisen nach Japan und den robusten Auslandsfreizeitreisemarkt zurückzuführen ist. Insgesamt entschieden sich in den vergangenen sechs Monaten fast 4,3 Millionen Reisende für einen internationalen Flug mit ANA (plus 10,2 Prozent). Das Unternehmen erreichte so eine durchschnittliche Auslastung von 80,3 Prozent (plus 2,4 Prozentpunkte). Das internationale Streckennetz wurde weiter ausgebaut, vor allem mit neuen Verbindungen, die in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres 2024 aufgenommen wurden. Dazu gehören die Strecken zwischen Tokio/Haneda und Mailand, Stockholm und Istanbul. Um das Flugerlebnis für die Passagiere zu verbessern, führt ANA seit August in allen Klassen kostenlosen Highspeed-Internetzugang an Bord ein und weitet diesen Service jetzt schrittweise auf weitere Flugzeuge der Flotte aus.

Auch im **Inlandsflugverkehr** der ANA stiegen Passagierzahlen (plus 4,1 Prozent) und der Umsatz (plus 6 Prozent), was zum Teil auf die „ANA SUPER VALUE Sale“-Aktion für Flüge mit geringer Nachfrage und auf Tarifjustierungen zurückzuführen ist. Insgesamt beförderte die Airline auf ihren Inlandsstrecken im Halbjahr mehr als 22,5 Millionen Passagiere bei einer durchschnittlichen Auslastung ihrer Flugzeuge von 77,3 Prozent (plus 3,1 Prozentpunkte). Im Juli führte ANA ein automatisiertes System ein, das schnelle Reaktionen auf Störungen im Flugplan aufgrund von Unwettern oder anderer Faktoren ermöglicht und so die Unannehmlichkeiten für die Kunden minimiert. Das Inlandsgeschäft steht jedoch aufgrund der langsameren Erholung der Geschäftsnachfrage und steigender Kosten vor Herausforderungen bei der Rentabilität. ANA verfolgt weiterhin die Arbeit des „Expertengremiums für den Inlandsflugverkehr“ des Ministeriums für Land, Infrastruktur, Verkehr und Tourismus und arbeitet mit öffentlichen und privaten Partnern zusammen, um branchenweite Probleme anzugehen.

Bei den **Frachtdienstleistungen** der ANA wuchs im internationalen Geschäft das Frachtvolumen im Vergleich zum Vorjahr, was vor allem auf Zuwächse im Verkehr zwischen Asien und Nordamerika zurückzuführen ist. Allerdings gingen die Einnahmen aufgrund von Wechselkursschwankungen, rückläufiger Nachfrage im Automobilbereich und einem Rückgang der E-Commerce-Nachfrage zurück. Das Unternehmen konnte jedoch seine Rentabilität durch genaues Nachfrage-Monitoring und die strategische Anpassung von Frachtrouten und -kapazitäten halten. Auch wickelte ANA Charterflüge für andere Fluggesellschaften vor allem auf Nordamerika-Strecken ab. Im internationalen Geschäft beförderte die Airline in der ersten Jahreshälfte 363.000 Tonnen Fracht (plus 4,4 Prozent), auf ihren Inlandsstrecken 131.000 Tonnen (minus 1 Prozent).

Nippon Cargo Airlines (NCA), die im August zur ANA-Group stieß, sah sich aufgrund der US-Zollpolitik mit einem Rückgang der Nachfrage nach Fracht zwischen China und Nordamerika via Japan konfrontiert. NCA verstärkte jedoch die Bemühungen, Frachtaufträge von Asien nach Nordamerika zu gewinnen, darunter auch Lieferungen im Bereich von KI-Servern. Weiterhin wurde im September die Strecke Tokio/Narita – Frankfurt aufgenommen. Künftig werden ANA und NCA ihre kombinierten Frachtflugnetze optimieren, um neue Einnahmequellen zu erschließen.

Die beiden weiteren Konzernairlines **Peach und AirJapan** entwickelten sich unterschiedlich: Bei Peach blieb das Passagieraufkommen im Vergleich zum Vorjahr stabil, jedoch ging der Umsatz aufgrund des intensiven Preiswettbewerbs auf internationalen Strecken zurück. Im April wurden neue Verbindungen zwischen Kansai und Gimpo sowie zwischen Chubu und Gimpo gestartet. Auf den Strecken Kansai – Memanbetsu und Kansai – Kushiro wurden Saisonflüge angeboten, um die Nachfrage im Freizeitbereich zu bedienen. Im Juli eröffnete Peach ein Schulungszentrum am Kansai International Airport, um die Flugsicherheit, die Servicequalität und die Personalentwicklung auf hohem Niveau zu halten. AirJapan steigerte sowohl die Passagierzahlen als auch den Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum: Die Airline nutzte die Nachfrage nach Japan und startete Kampagnen zur Stimulierung der Nachfrage nach Urlaubsreisen ins Ausland. Im August wurde der „Last Summer Sale“ für alle Strecken eingeführt, und AirJapan begann außerdem, auf seiner Website während der Flugbuchung den Abschluss von Reiseversicherungen anzubieten.

Im **Ausblick für das gesamte Geschäftsjahr 2025** (April 2025 – März 2026) korrigierte die ANA Group ihre konsolidierte Finanzprognose nach oben: In der ersten Hälfte sanken die Aufwendungen hauptsächlich aufgrund der Marktbedingungen. Mit der konsolidierten Tochtergesellschaft NCA wird ein Anstieg der internationalen Frachteinnahmen erwartet. Der Gesamtumsatz wird nun auf umgerechnet etwa 14,76 Milliarden Euro geschätzt, das Ergebnis nach Steuern auf 862,8 Millionen Euro – das entspricht einer Steigerung um knapp 11 Prozent im Vergleich zur ursprünglichen Prognose für das laufende Geschäftsjahr. Der erwartete Betriebsgewinn wäre mit knapp 1,2 Milliarden Euro der zweithöchste jemals erzielte Wert für die Gruppe.

Pressekontakt:



BPRC Burkard PR Consulting

Matthias Burkard

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

ANA Deutschland

Haruo Konishi

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