

Japanische ANA Group schließt Geschäftsjahr mit Rekord-Finanzergebnissen ab

- Für das am 31. März 2026 beendete Geschäftsjahr erzielte die ANA Group bei allen wesentlichen Kennzahlen Rekordwerte und meldet einen Umsatz von umgerechnet etwa 13,575 Milliarden Euro, ein Betriebsergebnis von 1,16 Milliarden Euro und einen Jahresüberschuss von umgerechnet etwa 903 Millionen Euro.
- Angetrieben durch die anhaltende Nachfrage im Inbound-Reisesegment und die Konsolidierung von Nippon Cargo Airlines (NCA) übertraf das Unternehmen seine Gewinnziele und erhöht die Dividende auf 65 Yen pro Aktie.

Tokio, Frankfurt (30. April 2026)

Die japanische ANA Group gab heute Rekord-Finanzergebnisse für das zurückliegende Geschäftsjahr (1. April 2025 bis 31. März 2026) bekannt. Sie gehen vor allem auf die anhaltend hohe Nachfrage für Reisen nach Japan und die Integration von Nippon Cargo Airlines Co., Ltd. (NCA) zurück. Vor dem Hintergrund eines Rekordumsatzes von umgerechnet etwa 13,575 Milliarden Euro und eines operativen Ergebnisses von umgerechnet etwa 1,16 Milliarden Euro will das Unternehmen seine jährliche Dividende auf 65 Yen (umgerechnet knapp 0,37 Euro) pro Aktie erhöhen. Für das gerade begonnene Geschäftsjahr wird ein anhaltendes Umsatzwachstum erwartet.

„Das Rekordergebnis im zurückliegenden Jahr unterstreicht die Stärke unseres Kerngeschäfts Flugdienstleistungen und unsere Fähigkeit, auch unter sich ändernden Marktbedingungen erfolgreich zu agieren“, sagte Kimihiro Nakahori, Executive Vice President und Group Chief Financial Officer der ANA Group. „Zwar rechnen wir kurzfristig mit Herausforderungen aufgrund steigender Treibstoffkosten, doch mit unserer flexiblen Betriebsstrategie und der Konsolidierung von NCA können wir unsere Rentabilität aufrechterhalten, die Dividende erhöhen und langfristigen Wert für unsere Aktionäre schaffen.“

Der Luftverkehrsbereich der ANA Group verzeichnete im abgelaufenen Geschäftsjahr ein kräftiges Wachstum: Getrieben von steigender Nachfrage im Inbound-Tourismus und im Freizeitreiseverkehr wuchs der Umsatz im internationalen und inländischen Passagiergeschäft um 12,4 Prozent, begünstigt auch durch die erstmalige Vollkonsolidierung der Tochtergesellschaft Nippon Cargo Airlines (NCA). Trotz spürbar gestiegener Treibstoff- und Personalkosten legte das Betriebsergebnis um 11,5 Prozent zu.

Neben den starken Finanzzahlen konnte die Gruppe auch in puncto Servicequalität überzeugen. Zum 13. Mal in Folge vergab das renommierte Luftfahrtbewertungsportal SKYTRAX die begehrte Fünf-Sterne-Auszeichnung an ANA – die höchste Kategorie im internationalen Qualitätsranking für Airlines. Weiterhin wurde die Gruppe zum zweiten Mal nacheinander mit dem APEX-„World Class“-Award geehrt. Einen weiteren Erfolg markierte die erstmalige Verleihung des „Executive Leadership: Asia-Pacific Award“ von FlightGlobal, mit dem die Juroren die Managementstrategie und das Kundenerlebnis der Airline würdigten.

Im internationalen Passagiergeschäft verzeichnete ANA ein deutliches Wachstum bei

Passagierzahlen und Umsatz, das vor allem von den Europa-Strecken **mit den** drei neu eingeführten Verbindungen in der zweiten Jahreshälfte 2024 getragen wurde. Um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden, baute die Airline ihr Streckennetz schrittweise aus: Im Oktober wurden die Frequenzen auf der Strecke Tokio/Narita – Hongkong erhöht, im Dezember folgten Kapazitätssteigerungen auf den Verbindungen Tokio/Haneda – Hongkong, Tokio/Narita – Perth und Tokio/Narita – Mumbai, bevor im März die Route Tokio/Narita – Brüssel aufgestockt wurde.

Strategisch bedeutsam war zudem der Abschluss einer Joint-Venture-Vereinbarung mit Singapore Airlines mit der Einführung gemeinsamer Tarife. Parallel dazu investierte ANA in die Qualität des Bordangebots: Ab August konnten Passagiere auf ausgewählten Flugzeugen kostenloses Highspeed-WLAN nutzen, im Dezember wurden zudem die Video-Streaming-Dienste an Bord aktualisiert. Den Abschluss des Geschäftsjahres markierte ein besonderer Meilenstein: Im März beging ANA das 40-jährige Jubiläum ihres internationalen Linienflugbetriebs.

Auf ihren internationalen Strecken beförderte ANA insgesamt mehr als 9 Millionen Passagiere und erreichte eine Auslastung von 83 Prozent (plus 3,8 Prozentpunkte).

Im **japanischen Inlandsmarkt** profitierte ANA von einer stabilen Reisenachfrage: Frühbucheraktionen trieben sowohl Passagierzahlen als auch Einnahmen spürbar in die Höhe. Um der gestiegenen Nachfrage auf besonders gefragten Strecken zu begegnen, erhöhte die Airline im Oktober die Flugfrequenzen auf Verbindungen wie Tokio/Haneda – Sapporo und Tokio/Haneda – Fukuoka. Zugleich optimierte ANA flexibel ihr Kapazitätsmanagement: In Spitzenzeiten wurden zusätzliche Flüge angeboten, während bei geringerer Auslastung auf kleinere Flugzeuge umgestellt wurde. Auch im Inlandsbereich investierte ANA in ein verbessertes Reiseerlebnis an Bord. Im Juni wurde das Video-Streaming-Angebot über das bordeigene WLAN erweitert. Mit der Einführung des „ANA Furusato JET“ im Dezember setzte die Airline zudem ein Zeichen für die Stärkung des Regionalverkehrs.

Auf ihrem innerjapanischen Streckennetz beförderte ANA insgesamt fast 46 Millionen Passagiere und erreichte eine Auslastung von 79,2 Prozent (plus 4,2 Prozentpunkte).

Im **internationalen Frachtgeschäft** präsentierte sich das Bild differenziert: Während das Frachtvolumen im Jahresvergleich zulegen – getragen vor allem von Exporten aus Asien in Richtung Nordamerika –, ging der Umsatz um 1,7 Prozent zurück. Als Hauptursachen machte ANA eine schwächere Nachfrage nach Automobilkomponenten sowie einen Rückgang im E-Commerce-Segment aus. Um die Ertragslage dennoch zu stabilisieren, reagierte die Airline mit gezielten Anpassungen: Frachtrouten und Kapazitäten wurden flexibel an die Nachfrageentwicklung angepasst. Ferner führte ANA Charterflüge für andere Fluggesellschaften auf nordamerikanischen Strecken durch – ein pragmatischer Schritt, um freie Kapazitäten gewinnbringend zu nutzen und die Einnahmen abzusichern.

Nippon Cargo Airlines (NCA) navigierte im abgelaufenen Geschäftsjahr durch ein schwieriges Marktumfeld: Die durch US-Zölle gedämpfte Nachfrage im Handel zwischen China und Nordamerika belastete das Geschäft spürbar. Ab Oktober gelang es NCA jedoch, mit stabilen Frachtvolumina auf den Strecken von Asien nach Europa und Nordamerika die Einbußen teilweise aufzufangen. Parallel dazu trieb die Frachtairline ihre Netzwerkexpansion voran: Im September nahm NCA die neue Strecke Tokio/Narita – Frankfurt auf und verdichtete ab

Oktober das Flugangebot auf bestehenden Verbindungen wie Tokio/Narita – Hongkong oder Tokio/Narita – Los Angeles, um die Umsatzpotenziale auf diesen Routen besser auszuschöpfen. Strategisch eng damit verknüpft war der Start des Code-Sharings mit der Muttergesellschaft ANA im Oktober. Dies verschafft NCA auf nordamerikanischen und europäischen Strecken zusätzliche Vertriebsreichweite.

Die beiden Tochtermarken **Peach und AirJapan** verzeichneten im Berichtszeitraum jeweils Zuwächse bei Passagierzahlen und Umsatz, stehen jedoch vor grundlegenden strukturellen Veränderungen. Die Budget-Airline Peach baute ihr Streckennetz konsequent aus: Im April nahm die Airline die Verbindungen Osaka (Kansai) – Gimpo und Chubu – Gimpo neu auf und erhöhte im August die Frequenzen auf beiden Routen. Im Februar wurde das Angebot zwischen Osaka und Gimpo auf vier tägliche Hin- und Rückflüge ausgeweitet. Neben der Netzwerkerpansion investierte Peach auch in die Digitalisierung des Kundenerlebnisses. AirJapan profitierte von der anhaltend starken Nachfrage im Inbound-Tourismus und im Urlaubsreiseverkehr. Allerdings markiert der März einen Wendepunkt für die junge Marke: Die ANA Group kündigte die Einstellung von AirJapan an. Flugzeuge und Personal sollen in den ANA-Betrieb integriert werden, während die Konzernmutter ihre Markenstrategie künftig auf die beiden Säulen ANA und Peach konzentriert – mit dem Ziel, Abläufe zu straffen und die Rentabilität nachhaltig zu verbessern. Zusammen beförderten beide Airlines im zurückliegenden Geschäftsjahr knapp 10 Millionen Passagiere.

Im **Ausblick** auf das Geschäftsjahr 2026 (April 2026 bis März 2027) gibt sich die ANA Group ambitioniert: Gestützt auf weitere Nachfragebelebung und ausgeweitete Kapazitäten prognostiziert der Konzern einen Rekordumsatz von umgerechnet etwa 14,8 Milliarden Euro. Das bedeutet einen Anstieg von 9,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auf der Kostenseite rechnet ANA damit, dass sich die aktuell erhöhten Treibstoffkosten durch die Lage im Nahen Osten in der zweiten Geschäftsjahreshälfte normalisieren werden. Vor diesem Hintergrund und flankiert durch gezielte Maßnahmen zur Umsatzsteigerung und Kostensenkung erwartet der Konzern einen Jahresüberschuss von umgerechnet knapp 370 Millionen Euro und plant mit einer Dividende in Höhe von 60 Yen je Aktie.

Über All Nippon Airways (ANA)

1952 mit gerade einmal zwei Hubschraubern gegründet, hat sich All Nippon Airways (ANA) zur größten Fluggesellschaft Japans und einem weltweit anerkannten Anbieter im Premiumsegment entwickelt.

ANA betreibt ein umfangreiches internationales und nationales Streckennetz, das Ziele in Asien, Nordamerika, Europa und darüber hinaus miteinander verbindet. Mit einem klaren Fokus auf Qualität und dem japanischen Servicegedanken des Omotenashi bietet ANA auf allen Stufen der Reise ein durchgängig hohes Serviceniveau.

ANA ist die einzige japanische Fluggesellschaft, die seit 2013 jedes Jahr die SKYTRAX-5-Sterne-Bewertung erhalten hat – ein Beleg für ihre beständige Exzellenz. Ferner wurde die Airline viermal mit dem Titel "Airline of the Year" von Air Transport World (ATW) ausgezeichnet. Im Jahr 2025 erhielt ANA den Executive Leadership Asia-Pacific Award von FlightGlobal als

Anerkennung für das kontinuierliche Engagement in den Bereichen Innovation und strategisches Wachstum.

Als Teil der ANA HOLDINGS Inc. investiert ANA fortlaufend in das Borderlebnis, die Flotte sowie digitale Services, um das Reiseerlebnis für Passagiere weltweit weiter zu verbessern.

Über ANA HOLDINGS Inc.

Die 2013 gegründete ANA HOLDINGS Inc. (ANA HD) ist die größte Airline-Holding Japans und umfasst 72 Unternehmen. Zur Gruppe gehören die Full-Service-Fluggesellschaft All Nippon Airways (ANA) sowie Peach Aviation Limited, Japans führender Billigflughanbieter.

ANA HD verantwortet ein breit aufgestelltes Unternehmensportfolio mit dem Schwerpunkt Luftverkehr, darunter Passagier- und Frachtparten sowie Unternehmen, die die gesamte Luftfahrtbranche unterstützen. Die Gruppe verfolgt das Ziel, sicheres und qualitativ hochwertiges Fliegen zu gewährleisten, nachhaltiges Wachstum voranzutreiben und operative Spitzenleistungen zu erbringen.

Das Bekenntnis zur Servicequalität spiegelt sich in ANAs SKYTRAX-5-Sterne-Bewertung wider, die seit 2013 jährlich vergeben wird und ANA zur einzigen japanischen Airline macht, die diese renommierte Auszeichnung 13 Jahre in Folge erhalten hat.

ANA HD wurde von Fortune als eines der „World's Most Admired Companies“ anerkannt. Zudem ist die Gruppe seit acht aufeinanderfolgenden Jahren im Dow Jones Sustainability World Index und seit neun Jahren im Dow Jones Sustainability Asia Pacific Index vertreten – ein Ausdruck ihres Engagements für verantwortungsvolles Wirtschaften.

Weitere Informationen über ANA und ANA HD unter: <https://www.ana.co.jp/group/en/>

Pressekontakt:



BPRC Burkard PR Consulting

Matthias Burkard

Telefon: +49 160 6320053
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

Haruo Konishi

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