

## **ANA kauft amerikanischen Ausbilder Pan Am und bestellt drei Boeing 777**

**Der Star Alliance Partner und japanische Marktführer stärkt Position im internationalen Wettbewerb weiter / Neustart für Low Cost Joint Venture AirAsia Japan im Herbst**

**Tokio, Frankfurt (2. August 2013)**

**ANA, Mitglied in der Star Alliance und größte Fluggesellschaft Asiens, stärkt ihre Position im internationalen Wettbewerb weiter. Der Ankauf der amerikanischen Pan Am Holdings, Anbieter für Pilotenausbildungen, ein weiterer Ausbau der Langstreckenflotte und die Neuaufstellung der Low Cost Aktivitäten in Japan im Herbst sind wichtige Komponenten dafür.**

Voraussichtlich bis zum Jahresende soll der Erwerb der amerikanischen Pan Am Holdings, Inc. sowie der angeschlossenen Pan Am International Flight Academy, Inc. abgeschlossen sein. Entsprechende Vorverträge wurden bereits geschlossen, die Akquisition, die von JPMorgan Securities Japan betreut wird, hat einen Umfang von 139,5 Millionen US-Dollar. ANA baut damit ihre Luftfahrt-Kompetenz weiter aus und investiert in Ausbildungskapazitäten für Piloten vor dem Hintergrund eines wachsenden weltweiten Bedarfs.

Der in Miami beheimatete Dienstleister ergänzt die eigenen Einrichtungen für die Pilotenausbildung, die in der panda Flight Academy, Inc. gebündelt sind. Pan Am gehört noch immer zu den klangvollsten Namen in der internationalen Luftfahrt, und die Flugakademie der Pan Am, die 1991 von Delta Airlines übernommen wurde, genießt einen exzellenten Ruf in den USA, in Südamerika und in Asien. Mit dem Zukauf stützt ANA die Expansion in den globalen Markt für die Aus- und Weiterbildung von Piloten.

Shinichiro Ito, Präsident und CEO der ANA Holding: „Mit dem Zukauf bietet sich uns eine exzellente Gelegenheit, uns im Markt für Services rund um die Luftfahrt und der Pilotenausbildung zu positionieren. Wir haben mit unserer eigenen Flugakademie schon Expertise auf diesem Gebiet und können zusätzlich von der großen Reputation von Pan Am profitieren. Pan Am ist unser Wunschpartner für die Expansion in den asiatischen Markt. Wir freuen uns auf die intensive Zusammenarbeit und den Aufbau eines gemeinsamen Trainingsunternehmens mit weltweit hervorragendem Ruf.“ Vito Cutrone, Präsident und CEO von Pan Am: „Mit der Kombination aus ANA und Pan Am können wir unsere Marktführerschaft weiter ausbauen. Alle Zeichen deuten darauf hin, dass die weltweite Nachfrage nach Piloten weiter steigen wird, und wir haben nun die besten Voraussetzungen, unseren Marktanteil noch weiter zu steigern. Wir freuen uns sehr drauf, künftig zu ANA zu gehören.“

Nachdem ANA im Juni diesen Jahres die Kooperation mit AirAsia gelöst hat, will der japanische Marktführer die zunächst als Joint Venture geründete AirAsia Japan künftig unter einem neuen Namen alleine weiterführen und -entwickeln. Die Unternehmensanteile befinden sich bereits alle im Besitz von ANA. Die Erfahrung aus dem Joint Venture und die eigene Expertise sollen in der neuen Low Cost Gesellschaft mit Drehkreuzen in Tokio/Narita und in Nagoya gebündelt werden. Zielgruppe für die Aktivitäten sind vor allem Privat- und Urlaubsreisende, die Nachfrage nach günstigen Flugangeboten wächst vor allem in der Metropolregion Tokio sehr schnell. Motto der neuen Gesellschaft ist: „Make leisure time

valuable time.“ Die neue Marke soll Mitte August vorgestellt und Details zum Flugplan werden Mitte September bekannt gegeben. Bis Ende März 2014 soll die Airline über fünf Airbus A320-200 verfügen.

Für die Kernmarke ANA ordert das Unternehmen darüber hinaus kurzfristig drei neue Boeing 777-300ER Großraum-Passagierjets sowie einen Frachter vom Typ Boeing 767-300F. Die neuen Flugzeuge sollen die Flotte stärken, den Ausbau des Streckennetzes und die Nutzung zusätzlicher Slots an den beiden Tokioter Flughäfen sichern.

**ANA ist die japanische Fluggesellschaft** im weltumspannenden Netz der Star Alliance und gemessen an den Umsatzzahlen (2011) die weltweit achtgrößte Fluggesellschaft. Die Airline ist der größte Betreiber der neuen Boeing 787 (Dreamliner) und setzt den Flugzeugtyp unter anderem auch nach Deutschland ein.

In Europa verbindet ANA täglich die Städte Frankfurt, München, Paris und London im Direktflug mit Tokio und von dort aus mit zahlreichen weiteren Zielen innerhalb von Japan und ganz Asien. Von Frankfurt aus bedient die Airline sogar den Tokioter Stadtflughafen Haneda mit der ultramodernen Boeing 787. Darüber hinaus bietet ANA Codeshare-Flüge mit Lufthansa nach Tokio, Osaka und Nagoya an. Für alle ANA-Flüge sind in Zusammenarbeit mit Lufthansa ab allen Flughäfen in Deutschland und von vielen Airports in Europa Zubringerflüge buchbar.

An Bord verfügt ANA über ein mehrfach ausgezeichnetes Vier-Klassen-Konzept: So bietet die Airline zum Beispiel in ihrer Business Class einen Komfort-Liegesitz mit einer Sitzplatzbreite von 65 und einem Sitzabstand von 165 Zentimetern. ANA bietet auf der Strecke Frankfurt–Tokio mit dem neuen Bordprodukt eine First, eine Business- und eine Economy Class an, die in ihrer Klasse jeweils Maßstäbe setzen. Auf allen Flügen der ANA können Teilnehmer eines der Vielfliegerprogramme der Star Alliance (beispielsweise Miles & More) volle Status- und Prämienmeilen sammeln.

**Pressekontakt:**



BPRC Burkard PR Consulting

**Matthias Burkard**

Telefon: 089 – 3303 7489 10  
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

**Shigeru Hattori,  
Maria Petalidou**

Telefon: 069 - 29 976 - 0  
www.anaskyweb.com