

ANA feiert Erfolg bei den „Cellars In The Sky“ Awards 2010

Das japanische Star Alliance Mitglied wird in zwei Kategorien zum Sieger gekürt / Erlesene Weine ergänzen kulinarische Highlights an Bord

Tokio, Frankfurt (9. Februar 2011)

Die führende japanische Fluggesellschaft ANA konnte sich bei der Verleihung der „Cellars In The Sky“ der Zeitschrift Business Traveller über gleich zwei Auszeichnungen freuen. Das Star Alliance-Mitglied gewann die Kategorien „Bester aufgespirteter oder süßer Wein in der Business Class“ sowie die Kategorie „Airline mit dem besten Weinsortiment in der First Class“.

Neben den beiden Erstplatzierungen konnte die Airline auch in fünf weiteren Kategorien begeistern und gewann den dritten Preis in den Rubriken „Bester First Class Weinkeller“, „Am schönsten präsentierte Weinkarte“ sowie „Bester First Class Schaumwein“. Den vierten Rang belegte ANA in den Kategorien „Bester First Class Rotwein“ und „Stimmigkeit der Weine von Business bis First Class“.

Die Preisverleihung des Business Traveller Magazins UK fand im Thistle Bayswater Hotel in London statt. 36 Fluggesellschaften nahmen an der Verleihung teil, die höchste Beteiligung seit Einführung der Awards im Jahr 1985.

Katsuya Kato, Leiter Produkt und Service von ANA: „Es ist eine große Ehre für uns, in diesem Jahr gleich zwei erste Auszeichnungen zu erhalten. Unser Ziel ist es, den Geschmack all unserer Fluggäste zu treffen und gleichzeitig ein Höchstmaß an Qualität zu sichern, um über 30 Mahlzeiten an Bord mit den erlesensten Weinen zu ergänzen. Neben einem herausragenden Geschmack ist es für uns besonders wichtig, dass die Weine auch über die gesamte Flugzeit hinweg ihr feines Aroma behalten.“

1024 verschiedene Weine aus aller Welt wurden auf der Basis der Richtlinien für die Weinauswahl ausgewählt. 155 Weine davon wurden schließlich zur Blindverkostung zugelassen. Im Rahmen der zweitägigen Blindverkostung gaben einige berühmte Sommeliers, Vertreter der ANA Kabinencrew, die Köche der Mahlzeiten an Bord sowie ein Querschnitt der Fluggäste ihr Urteil ab.

Als die führende japanische Airline legt ANA besonders viel Wert auf die Auswahl von Mahlzeiten und Getränken an Bord. Kulinarische Highlights sind jedoch nicht nur den höheren Klassen vorbehalten, auch Fluggäste in der Economy Class genießen gegen Aufpreis zum Beispiel den Business Class-Champagner, Weine und Speisen aus den höheren Flugklassen im Rahmen des Serviceangebots „MyChoice“.

ANA ist die japanische Fluggesellschaft im weltumspannenden Netz der Star Alliance und gemessen an der IATA-Passagierstatistik die weltweit zehntgrößte Fluggesellschaft. Die Airline ist weltweit Erstkunde bei Boeing für die neue Flugzeuggeneration B787 „Dreamliner“. 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. 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 „Inspiration of Japan“ 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

Akira Nakamura, Maria Petalidou
Telefon: 069 - 29 976 - 0
www.anaskyweb.com