

ANA bereitet sich auf den Einsatz ihrer A380 in Edelausstattung vor

- **Der Star Alliance Partner plant für die Einführung der A380-Flotte für die Strecke Tokio – Honolulu ein spezielles Design und einzigartige Ausstattungselemente.**
- **Auffälliger Hawaii-Bezug bei den Sonderlackierungen der drei Jets**
- **Besonderes Augenmerk liegt auf den Bedürfnissen von Familien, Paaren und Frischverheirateten, die zur Hauptzielgruppe auf der Strecke gehören.**
- **Bar für Reisende aller Flugzeugklassen, Couch-Sitze für Familien und ein eigener Raum für die Eltern von Babys oder zum Umkleiden vor der Ankunft am Zielort**

Tokio, Frankfurt (26. April 2018)

ANA, größte Airline Japans und Mitglied der Star Alliance, bereitet sich auf die Auslieferung ihres ersten Airbus A380 vor: Das weltweit größte Verkehrsflugzeug wird bei der 5-Sterne-Airline ab Frühjahr 2019 auf der Strecke Tokio – Honolulu eingesetzt. In der Ausstattung ist der Jet speziell auf die Bedürfnisse der Reisenden nach Hawaii zugeschnitten: Das Ziel ist vor allem bei japanischen Familien, Paaren und Frischverheirateten beliebt, die dort die Ferien oder ihre Flitterwochen verbringen. Die Airline gab jetzt Details zur Ausstattung ihrer A380 bekannt, Ziel ist es, den Fluggästen bereits auf der Reise ein einmaliges Ferienerlebnis zu bieten.

Spezielle Flugzeuglackierung

Bereits im Frühjahr vergangenen Jahres hatte ANA die Sonderlackierung „Flying Honu“ vorgestellt. Sie orientiert sich an der Form der besonders auf Hawaii vertretenen Grünen Meeresschildkröte. Die blaue Färbung des Designs ist eine Hommage an den blauen Himmel über den Atlantikinseln. Die beiden weiteren A380 werden eine ähnliche Lackierung tragen, allerdings in den Farben Grün und Orange. Das smaragdene Grün ist inspiriert vom kristallklaren Wasser des hawaiianischen Ozeans, Orange ist eine Anspielung auf den wunderschönen hawaiianischen Sonnenuntergang. Damit hat jedes der Flugzeuge seinen eigenen Charakter. Das blaue Zeichen heißt „Lani“ (für Himmel), das smaragdgrüne „Kai“ (für Meer), das orange Zeichen wird „Ka La“ genannt, abgeleitet von dem hawaiianischen Wort für Sonnenuntergang.

Konfiguration und Sitze

Für eine perfekte Reise in den Urlaub hat ANA die Kabine so konzipiert, dass sie den Bedürfnissen der Passagiere aller Altersgruppen gerecht wird. Der A380 der ANA hat auf dem Oberdeck acht First-Class-Sitze, 56 Business-Class- und 73 Premium-Economy-Sitze. Damit bietet der japanische Marktführer auf dieser Route erstmals eine First Class an, die den Gästen ein besonders luxuriöses Erlebnis an Bord verspricht. Jeder Sitz hat eine eigene Tür und bietet den Passagieren so ein Maximum an Privatsphäre.

Die Business Class ist auf dieser Strecke eine beliebte Option vor allem für Hochzeitsreisende. Daher bietet diese Buchungsklasse im Vergleich zur versetzten Anordnung in anderen Flugzeugen im Airbus A380 Paarsitze. Sie ermöglichen es, das Reiseerlebnis nebeneinander zu genießen. Alle Sitze haben direkten Zugang zum Gang.

Während die Premium Economy in anderen Flugzeugen etwa 20 Sitzplätze umfasst, bieten sie in den „Flying Honus“ 73. So haben viel mehr Passagiere die Möglichkeit, die Premium-Komponenten zu erleben.

Das Hauptdeck beherbergt 383 Sitze in der Economy Class, darunter 60 Couch-Sitzplätze. Damit ist ANA die erste Airline in Japan, die ein solches Couch-Konzept einführt: Jede der Couches besteht aus drei oder vier zusammengefassten Sitzen, bei denen die Passagiere Beinstützen hochklappen und so auf den Sitzen liegen können. Darüber hinaus erhalten die Fluggäste eine spezielle Matratze, die zusätzlichen Komfort bietet. Dieses neue Sitzkonzept soll vor allem Passagieren mit kleinen Kindern ein entspanntes Reisen ermöglichen.

Kabineninterieur

Die Innenausstattung der Kabinen ist so gestaltet, dass die Passagiere den Geist von Hawaii vom ersten Moment ihrer Reise an spüren können. Das Zusammenspiel von Kabinenwänden und Kabinenbeleuchtung simuliert den blauen Himmel, die Sonnenaufgänge, die Sonnenuntergänge, den Nachthimmel sowie den Regenbogen.

Passagiere aller Flugzeugklassen können zudem eine Bar nutzen. Im hinteren Teil des Hauptdecks gibt es einen speziellen Raum, in dem junge Mütter sich um ihre Babys kümmern oder Passagiere sich umkleiden können.

Einführungskampagne

ANA hat ein neues Konzeptlogo „ANA HAWAii“ entwickelt: Die „ii“ sind dabei um 180 Grad gedreht und werden so zu zwei Ausrufezeichen. Sie symbolisieren die zahlreichen Überraschungen, die Passagiere um die Einführung der neuen Jets erleben können – von der einzigartigen Kabinenausstattung über Sonderaktionen bis hin zur feierlichen Eröffnung einer neuen ANA Lounge am Honolulu Airport.

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 insgesamt 116 innerjapanischen und 85 internationalen Strecken ein Reiseerlebnis der Extraklasse garantiert. Neben Paris, London und Brüssel verbindet die Airline auch die deutschen Städte Frankfurt, München und Düsseldorf im Direktflug mit Tokio. Einmal täglich hebt der ANA-Dreamliner in der Langversion 787-9 jeweils in München und in Düsseldorf nach Tokio ab. Ab Frankfurt startet zweimal am Tag eine moderne Boeing 777 mit Vierklassenkonfiguration in Richtung Japan. Als eine von nur sehr wenigen Airlines weltweit wurde ANA auch 2018 im sechsten Jahr in Folge wieder 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

**Hiroshi Goto,
Maria Petalidou**

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