

ANA bleibt im Airline-Olymp und erhält wieder fünf Skytrax-Sterne

Der japanische Marktführer und Star Alliance Partner erhält zusammen mit nur sechs weiteren Airlines zum vierten Mal die branchenweit begehrteste Top-Klassifizierung

Tokio, Frankfurt (3. März 2016)

Es ist das weltweit begehrteste Qualitätssiegel in der Luftfahrt: ANA All Nippon Airways, Japans größte Airline und Partner in der Star Alliance, hat im vierten Jahr in Folge ein fünf-Sterne-Rating der britischen Luftfahrt-Beratungs- und Bewertungsgesellschaft Skytrax erhalten. Damit adelt der Branchenkenner ähnlich wie bei Restaurants und Hotels die Spitzenunternehmen der Branche weltweit. Derzeit können sich nur sechs weitere Airlines auf der Welt mit dem Spitzenranking von fünf Sternen schmücken.

Mit der Auszeichnung (<http://www.airlinequality.com/>) würdigt Skytrax den anhaltend hohen Standard, den ANA den Fluggästen vom Check-in bis zur Ankunft am Zielort bietet. Und auch, dass es Anspruch der Fluggesellschaft ist, die Erwartungen der international geprägten Kundschaft an den Service stets überzuerfüllen, wird von Skytrax honoriert. ANA wächst derzeit sehr stark international und baut das Streckennetz konsequent noch weiter aus. Zwar steht die Erschließung neuer Strecken stark im Fokus, jedoch verliert die Airline die Kunden und deren Bedürfnisse nie aus den Augen. Das persönliche Element in der Betreuung ist ANA daher besonders wichtig und aus Sicht des Unternehmens der Grund dafür, dass es von Skytrax erneut in die Spitzengruppe der globalen Airlines einsortiert wurde. Der Vergleich basiert auf einer umfassenden Onlinebewertung, in die mehr als 200 Airlines weltweit einbezogen sind, und der zusätzlichen Auswertung weiterer internationaler Studien und Umfragen.

Um das Angebot weiter zu verbessern, hat die Fluggesellschaft im vergangenen Jahr darüber hinaus eine ganze Reihe neuer Services eingeführt. Nach dem Start der neuen Verbindung Tokio – Houston hat ANA gemeinsam mit ihrem Partner United Airlines als erste nicht-amerikanische Fluggesellschaft das Durchchecken von Gepäck für die Kombination zweier internationaler Flüge eingeführt. Damit reisen Gäste zum Beispiel ab Japan nahtlos via Houston weiter zu Zielen in Zentral- und Südamerika.

Zudem ist jetzt auch für alle internationalen Kunden eine 24stündige Erreichbarkeit der Callcenter in japanischer und englischer Sprache gewährleistet. Auch das Angebot in chinesischer Sprache wurde deutlich ausgebaut, um diese wichtige und wachsende Kundengruppe besser betreuen zu können. Für die Fluggäste der First Class startete ANA am Flughafen Tokio/Haneda gemeinsam mit Lexus einen Transferservice zwischen dem nationalen und dem internationalen Terminal, und auch die Einführung von Halal-zertifizierten Menüs ist ein großer Schritt in Richtung mehr Kundenservice für ANA.

Auch in seiner Flottenpolitik setzt der japanische Marktführer auf Innovation, hat nach der Boeing 787-8 als erste Airline weltweit auch die längere Version 787-9 des Dreamliners im Einsatz und führte als erste japanische Fluggesellschaft Live-Fernsehen an Bord ein. Die Technologieführerschaft wird durch die Einführung von Gepäckabgabeautomaten und von Internet an Bord sowohl auf internationalen als auch auf innerjapanischen Verbindungen unterstrichen.

Die erneute und dauerhafte Klassifizierung der ANA als fünf-Sterne-Fluggesellschaft im Ranking von Skytrax gehört zu den erklärten Unternehmenszielen des Lufthansa-Partners, der sich als eine der weltweit führenden Fluggesellschaften positioniert hat und konsequent weiter in den Ausbau des Streckenangebots und in die Einführung neuer Services und Angebote investieren wird. Ziel ist es, den Kunden ein kreatives, hochwertiges und sicheres Flugerlebnis anzubieten.