

ANA stellt neue Bordmenüs bei Facebook und Twitter zur Wahl

Der japanische Marktführer lässt Facebook-Fans und Twitter-Follower über neue Menüvorschläge abstimmen / Gewinnermenü wird ab Dezember an Bord serviert

Tokio, Frankfurt (29. Juli 2014)

Das Star Alliance-Mitglied ANA lädt auf seiner Facebook- und Twitter-Seite zur Online-Abstimmung über neue Menüs ein. Der Menüvorschlag mit den meisten Stimmen wird den Gästen der Economy Class auf internationalen Verbindungen im Zeitraum zwischen Dezember 2014 und November 2015 an Bord serviert.

Als einzige japanische Fluggesellschaft ermöglicht ANA ihren Fans, über die beliebtesten Bordmenüs via [Facebook](#) und [Twitter](#) abzustimmen. Das Voting wurde 2013 zum ersten Mal durchgeführt. Aufgrund der positiven Resonanz findet es auch in diesem Jahr wieder statt, die zusätzliche Abstimmungsmöglichkeit über Twitter ist aber neu.

Über die Lieblingsspeise der japanischen Küche kann vom 1. bis zum 5. August abgestimmt werden. Das bevorzugte Menü der internationalen Küche kann anschließend vom 8. bis zum 12. August gewählt werden. Zu jedem der beiden Menüvorschläge werden jeweils sechs verschiedene Speisen zur Wahl gestellt. Das Ergebnis der Abstimmung wird nach dem Ablauf der Frist veröffentlicht.

Die Bordmenüs von ANA werden von verschiedenen Genuss-Spezialisten entworfen. Das Team unter dem Projektnamen „The Connoisseurs“ besteht aus renommierten Küchenchefs, Getränkekenner und Cateringchefs von ANA, die zu den besten der Welt zählen. Ab September ergänzen vier neue Top-Köche das über 20-köpfige Team – darunter Pierre Gagnaire und Annie Feolde, beide mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnet. Sie kreieren neue Gerichte, die von der französischen und italienischen Küche inspiriert sein werden. Neu an Bord sind auch die japanischen Küchenmeister Toru Okuda und Masayoshi Nishikawa, die innovative Speisen aus der Heimat präsentieren werden.

Mit der öffentlichen Abstimmung über die neuen Menüvorschläge setzt ANA einmal mehr Maßstäbe in Sachen Kundenservice. Nicht umsonst wurde die japanische Fluggesellschaft als eine von nur vier Airlines weltweit und zum zweiten Mal in Folge 2014 mit dem Skytrax-Spitzenranking von fünf Sternen ausgezeichnet. Um eine der weltweit führenden Airlines zu werden, setzt ANA auch in Zukunft auf innovative Serviceleistungen.

Über ANA:

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 mit täglichen Verbindungen nach Frankfurt, München und Düsseldorf ein.

In Europa verbindet ANA täglich die Städte Frankfurt, München, Düsseldorf, 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 Bordprodukt, das in allen Klassen Maßstäbe setzt: So bietet die Airline zum Beispiel in ihrer Business Class auf allen Verbindungen nach Deutschland einen Fullflat-Liegesitz mit einer Sitzplatzbreite von 65 und einem Sitzabstand von 165 Zentimetern. 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 BurkardTelefon: 089 – 171 000 602
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

**Shigeru Hattori,
Maria Petalidou**Telefon: 069 - 29 976 - 0
www.anaskyweb.com