

ANA stellt neue Menüs bei Facebook zur Wahl

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

Tokio, Frankfurt (14. August 2013)

ANA, Mitglied in der Star Alliance und größte Fluggesellschaft Asiens, lädt auf ihrer Facebook-Seite zur Online-Abstimmung über neue Menüs ein. Der Menüvorschlag mit den meisten Stimmen wird den Gästen der Economy Class ab Dezember an Bord serviert.

Die neuen Bordmenüs von ANA werden von 24 Genuss-Spezialisten entworfen. Das Team unter dem Projektnamen „The Connoisseurs“ besteht aus zehn renommierten Küchenchefs, fünf Getränkekenner und neun Cateringchefs von ANA, die zu den besten der Welt zählen.

Als erste japanische Fluggesellschaft ermöglicht ANA ihren Fans, über die beliebtesten Bordmenüs, die von der internationalen und der japanischen Küche inspiriert wurden, via Facebook abzustimmen. Über die Lieblingsspeise der internationalen Küche kann vom 16. bis zum 19. August abgestimmt werden. Das bevorzugte Menü der japanischen Küche kann anschließend vom 23. bis zum 26. August gewählt werden. Zu jedem der beiden Menüvorschläge werden jeweils sechs verschiedene Speisen zur Wahl gestellt.

Unter www.facebook.com/flyworld.ana kann jeder mit einem abgegebenen Kommentar das Menü bestimmen, das ihm am meisten zusagt. Ein bloßes „Like“ wird nicht als Stimme gezählt. Das Ergebnis der Abstimmung wird nach dem Ablauf der Frist veröffentlicht.

Ab Ende August weitet ANA ihr Bordprodukt „Inspiration of Japan“ zum Markenkonzept für das gesamte Unternehmen aus. Der Slogan steht künftig aber auch für verbesserte und zusätzliche Serviceleistungen an Bord. Die öffentliche Abstimmung über die neuen Menüvorschläge ist eine von vielen Neuerungen, die in Sachen Kundenzufriedenheit Maßstäbe setzen.

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 mit einem 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