

ANA stellt neue Webseite vor: „Ist Japan cool?“

Neugier auf Japan: Unter www.ana-cooljapan.com/ stellt der japanische Star Alliance Partner Trends vor und lässt die Besucher gleich darüber abstimmen, ob sie cool sind

Tokio, Frankfurt (16. Februar 2012)

„Ist Japan cool?“ – Mit dieser Frage befasst sich ANA, die japanische Fluggesellschaft in der Star Alliance, auf ihrer gleichnamigen neuen Internetseite. Sie bietet Artikel und Videoclips über Leute, Plätze und soziale Phänomene und gewährt Einblicke in aktuelle japanische Trends. Mit einem Click entscheiden die Besucher selbst, was sie für „cool“ oder „nicht so cool“ befinden – ob Maid-Cafés oder Comic-Cafés, Sumo oder Sushi-Karussells.

Heute startet ANA zudem ihre „Cool Kampagne“, die das Interesse der Menschen für Japan wecken, ihr Verständnis für die andere Kultur vertiefen und sie so zu einer Reise in das Land der aufgehenden Sonne ermutigen soll. Besucher der Webseite haben auch die Möglichkeit, ein Ticket nach Japan zu gewinnen, und dort die Coolness hautnah zu testen.

Seit dem großen Erdbeben, das am 11. März 2011 im Osten des Inselstaats wütete, hat ANA auf vielfältige Art und Weise versucht, den Tourismus in Japan wieder anzukurbeln, unter anderem mit einer Kampagne, die Studenten aus dem Ausland ins Land bringen soll. Auch künftig wird ANA als Brücke zwischen Japan und dem Rest der Welt agieren und Menschen rund um den Globus von der Attraktivität Japans überzeugen.

ANA ist die japanische Fluggesellschaft im weltumspannenden Netz der Star Alliance und gemessen an der IATA-Passagierstatistik weltweit eine der zehn größten Fluggesellschaften. Die Airline ist weltweit die erste Fluggesellschaft, die die neue Flugzeuggeneration Boeing 787 „Dreamliner“ im Linienverkehr einsetzt – unter anderem auch nach Deutschland. 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 täglich mit der ultramodernen Boeing 787 (tägliches Angebot ab dem 1. Februar 2012). 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