

ANA verwöhnt Gäste mit japanischen Speisen und Getränken

Der japanische Marktführer serviert traditionelle japanische Gerichte und Spirituosen ausgewählter Präfekturen

Tokio, Frankfurt (18. Februar 2014)

ANA, Mitglied in der Star Alliance und größte Fluggesellschaft Japans, hat mit „Tastes of Japan“ im September 2013 eine Kampagne ins Leben gerufen, die ihren internationalen Passagieren die japanische Kultur und Tradition näherbringen soll. In der dritten Phase der Kampagne zwischen März und Mai 2014 genießen Fluggäste von ANA regionale Spezialitäten aus den Präfekturen Miyagi, Ehime und Miyazaki. Außerdem werden in ausgewählten ANA Lounges die traditionellen alkoholischen Getränke Sake, Shochu und Awamori - zusammengefasst unter dem Namen Kokushu – serviert.

Nachdem an Bord der japanischen Airline bereits die Gerichte und Spirituosen der Präfekturen Kumamoto und Hokkaido präsentiert wurden, stellt ANA ab März Spezialitäten aus Miyagi, Ehime und Miyazaki vor. So wird auf ausgewählten Verbindungen an Bord der Business Class zum Beispiel ein Rindergulasch aus Miyagi serviert. Außerdem kommen Fluggäste in den Genuss eines Desserts aus Ehime, das einem Kuchen mit Feigen und Mandarinen ähnelt. Auch ein gegrilltes Lendensteak auf Ingwersauce aus Miyazaki verspricht ein echtes Geschmackserlebnis an Bord.

Alle drei Monate werden die Speisen und Getränke von einer anderen der insgesamt 47 Präfekturen bereitgestellt, sodass Fluggäste jede regionale Spezialität kennenlernen können. Auf diese Weise will ANA die japanische Kultur weltweit bewerben und somit neue Touristen anlocken. Letztlich dient die Kampagne auch dazu, die japanische Wirtschaft anzukurbeln, indem der Konsum regionaler Agrarprodukte vorangetrieben wird.

Mit „Tastes of Japan“ setzt ANA erneut Maßstäbe in Sachen Kundenservice. Nicht umsonst wurde die Fluggesellschaft als eine von nur sieben Airlines weltweit bei dem international renommiertesten Airline-Ranking von Skytrax mit fünf Sternen ausgezeichnet. Mit ihren exzellenten Serviceleistungen baut ANA eine Brücke zwischen Japan und dem Rest der Welt.

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 und München sowie ab dem Sommerflugplan 2014 auch ab Düsseldorf ein.

In Europa verbindet ANA täglich die Städte Frankfurt, München, Paris und London (Düsseldorf: ab 30. März 2014) 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