

## **ANA wirbt im Netz für die weltweit größte Metropolregion**

**Unter [www.ana-cooljapan.com/](http://www.ana-cooljapan.com/) stellt der japanische Star Alliance Partner Trends aus Japan vor und lässt die Besucher gleich darüber abstimmen, ob sie cool sind**

**Tokio, Frankfurt (20. August 2012)**

**ANA, Japans größte Fluggesellschaft, stellte heute in Tokio ihre zweite „Ist Japan Cool?“ Webseite vor. Damit sollen noch mehr Menschen für eine Reise in die weltgrößte Metropolregion Japan/Yokohama und in das Land des Lächelns begeistert werden – vor allem indem die Schönheit und die Naturwunder des Landes betont werden. Die interaktive Internetseite präsentiert daher traditionelle japanische Kultur und neue Trends in Verbindung mit Orten, die man in Japan sehen sollte. Besucher der Seite sind eingeladen, online über die beliebtesten Plätze und kulturellen Trends abzustimmen.**

Mit der neuen Site geht das „Ist Japan Cool?“-Engagement der japanischen Fluggesellschaft schon in die zweite Runde: Die erste Webseite konzentrierte sich hauptsächlich auf die coole japanische Kultur – mehr als 100.000 Besucher der Seite bewerteten, ob die dargestellten Locations und Trends „cool“ oder „nicht so cool“ waren. Die zweite Homepage möchte vor allem neue Attraktionen in Tokio, wo eine aufregende Mischung von alten und neuen japanischen Kulturen blüht, und in Okinawa, einer malerischen Urlaubsinsel im äußersten Süden Japans, hervorheben.

In Anlehnung an die erste Homepage bietet ANA auch bei der zweiten Webseite die sogenannte „Cool Kampagne“, bei der Gewinner dieses Wettbewerbs Rundreise-Tickets für zwei Personen nach Okinawa erhalten (inklusive der internationalen Flüge aus Städten, die von ANA angefliegen werden). Außerdem verbringen die Sieger eine Nacht im ANA Intercontinental Manza Beach Resort. Es gibt natürlich auch weitere coole Preise aus Okinawa und Tokio zu gewinnen. Die erste Kampagne lockte bereits Teilnehmer aus 142 verschiedenen Ländern an.

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 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 „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