

Kulinarische Highlights an Bord von ANA

Der japanische Marktführer serviert traditionelle japanische Gerichte und Spirituosen der Präfekturen Shizuoka, Hiroshima und Nagasaki

Tokio, Frankfurt (20. Mai 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 vierten Phase der Kampagne zwischen Juni und August 2014 genießen Fluggäste von ANA regionale Spezialitäten aus den Präfekturen Shizuoka, Hiroshima und Nagasaki. 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 Speisen und Getränke der Präfekturen Kumamoto, Hokkaido, Miyagi, Ehime und Miyazaki präsentiert wurden, stellt ANA ab Juni Spezialitäten aus Shizuoka, Hiroshima und Nagasaki vor. So wird auf ausgewählten internationalen Verbindungen an Bord der Business Class zum Beispiel ein knusprig gebratener Kaiserbarsch aus Shizuoka serviert. Außerdem kommen Gäste der ANA Lounges in Haneda und Narita in den Genuss eines Desserts aus Hiroshima. Passend zur Sommersaison wird dort Awa-Yukikan serviert, eine zarte Textur, die wie Schnee auf der Zunge zergeht und dabei herrlich erfrischend nach Zitrone schmeckt. Auch ein hausgemachtes Nudelgericht aus Nagasaki verspricht ein echtes Geschmackserlebnis im Restaurant DINING h in der ANA Suite Lounge in Haneda.

Alle drei Monate werden die Speisen und Getränke aus einer anderen der insgesamt 47 Präfekturen bereitgestellt, sodass Fluggäste jede regionale Spezialität kennenlernen können. Auf diese Weise will ANA die japanische Kultur weltweit Reisenden näherbringen und somit neue Touristen ins Land holen. Auch die japanische Wirtschaft soll davon profitieren, indem der Konsum regionaler Agrarprodukte forciert wird.

Mit „Tastes of Japan“ setzt ANA erneut Maßstäbe in Sachen Kundenservice. Nicht umsonst wurde die Fluggesellschaft zum zweiten Mal in Folge als eine von nur vier Airlines weltweit bei dem international renommiertesten Airline-Ranking von Skytrax mit fünf Sternen ausgezeichnet. Mit ihrem exzellenten Service und neuen Ideen baut ANA eine Brücke zwischen Japan und dem Rest der Welt.

Weitere Informationen unter <http://ana-tastesofjapan.com/>

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