

„Odyssey Japan“ der ANA entwickelt internationalen Tourismus im Land

- Der Think Tank des Unternehmens organisiert mit lokalen Behörden ein einzigartiges Projekt, mit dem Touristen das Land in seiner Tiefe entdecken
- Eines der faszinierendsten Länder der Erde abseits der großen Städte Tokio, Kyoto und Osaka erkunden
- ANA Gruppe spielt mit „Odyssey Japan“ die touristische Kompetenz ihrer Tochtergesellschaften voll aus
- Website <http://www.ana-exjapan.com/en/feature/odyssey/>

Tokio, Frankfurt (18. Dezember 2017)

ANA, größte Fluggesellschaft in Japan und Mitglied der Star Alliance, startet mit „Odyssey Japan“ ein neues Projekt, das Besuchern aus dem Ausland die kulturelle Vielfalt japanischer Regionen erschließen soll. Dabei arbeiten verschiedene Konzerngesellschaften des Reiseunternehmens Hand in Hand. Die Idee entstand im „ANA Strategic Research Institute“, dem Think Tank der ANA Gruppe, das seit 2006 an Produktinnovationen arbeitet. „Odyssey Japan“ macht Touristen Ziele auch abseits der „Goldenen Route“ von Tokio, Kyoto und Osaka zugänglich.

Japan umfasst viele einzigartige und sehenswerte Regionen und Präfekturen, die bequem mit Inlandsflügen über die internationalen Airports Tokio/Haneda, Tokio/Narita und Osaka/Kansai erreicht werden können. Das „ANA Strategic Research Institute“ bündelt die Aktivitäten und entwickelt in Zusammenarbeit mit lokalen Regierungsbehörden in ganz Japan Strategien und Programme, mit denen der internationale Tourismus in ihrer jeweiligen Region aufgebaut wird.

Die ANA Gruppe nutzt dafür die Stärke einer Vielzahl von Unternehmen, die bei der Entwicklung von touristischen Aktivitäten, Marketingstrategien, Verkauf und Marketing zusammenarbeiten und auch die Erfahrungen der Besucher für jede Region auswerten können. Touristen insbesondere aus Europa, Nordamerika und Australien sind die Zielgruppe für das Projekt. Es ermöglicht ihnen, die einzigartige Kultur und Küche jeder japanischen Region zu entdecken – beispielsweise mit Kochkursen, Sake-Verkostungen, dem Besuch von Bauernhöfen oder lokalen Veranstaltungen. Die „Odyssey Japan“-Projektverantwortlichen kooperieren jeweils mit den lokalen Regierungsbehörden.

„Odyssey Japan“ startet mit der Präfektur Tottori, die zu den Initiatoren des Gesamtprojekts gehört. Dieser erste Teil stützt sich auf das Wissen lokaler Experten, darunter der Stadt Tottori, der Fördergesellschaft des Flughafens von Tottori und der Tourismuskoooperation von Tottori und Inaba. Am Beginn stand eine Sightseeing- und Kulturerlebnis-Tour speziell für Ausländer. Sie führte zu den weltberühmten Sanddünen und umfasste das Erlebnis regionaler Küche und heimischen Sakes. Die ANA Gruppe arbeitet im Zuge des Ausbaus von „Odyssey Japan“ auch mit lokalen Regierungsbehörden anderer Präfekturen zusammen, um ähnliche Touren und Marketingkampagnen zu entwickeln.

Die Marke „Odyssey Japan“ geht auf das epische Gedicht des altgriechischen Dichters Homer zurück: Die Odyssee ist darin eine „wichtige, lebensverändernde Reise“ und ein großes Abenteuer. ANA möchte Touristen aus dem Ausland dazu ermutigen, ein Abenteuer zu erleben: Sie sollen nicht nur die touristischen Kerngebiete wie Tokio, Kyoto oder Hiroshima besuchen, sondern tiefer in die japanische Kultur eintauchen und mehr von dem entdecken, was das Land zu bieten hat.

Mehr Informationen zu „Odyssey Japan“ gibt es im Internet unter:
<http://www.ana-exjapan.com/en/feature/odyssey/>

Über ANA:

ANA, die größte Fluggesellschaft Japans und Mitglied in der Star Alliance, bietet auf ihren Flügen ein mehrfach ausgezeichnetes Bordprodukt, innovative Technik und erstklassigen Service. Damit ist auf den insgesamt 116 innerjapanischen und 83 internationalen Strecken ein Reiseerlebnis der Extraklasse garantiert. Neben Paris, London und Brüssel verbindet die Airline auch die deutschen Städte Frankfurt, München und Düsseldorf im Direktflug mit Tokio. Einmal täglich hebt der ANA-Dreamliner in der Langversion 787-9 jeweils in München und in Düsseldorf nach Tokio ab. Ab Frankfurt startet zweimal am Tag eine moderne Boeing 777 mit Vierklassenkonfiguration in Richtung Japan. Als eine von nur acht Airlines weltweit wurde ANA auch 2017 im fünften Jahr in Folge wieder mit dem höchsten Skytrax-Ranking von fünf Sternen ausgezeichnet.

Pressekontakt:

BPRC Burkard PR Consulting

Matthias BurkardTelefon: 089 – 171 000 602
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

**Hiroshi Goto,
Maria Petalidou**Telefon: 069 - 29 976 - 0
www.anaskyweb.com