

ANA startet weltweite Initiative zur Förderung japanischen Sake und der regionalen Kultur

- Die neue Initiative der Fluggesellschaft zielt darauf ab, das internationale Interesse an Japan mit Erfahrungen und Inhalten zur regionalen Ess- und Sake-Kultur des Landes zu vertiefen.
- Das Projekt soll zu reichhaltigeren Reiseerlebnissen in Japan beitragen, darunter speziell zusammengestellte Angebote wie Besuche regionaler Sake-Brauereien.

Tokio, Frankfurt (19. März 2026)

Japans Regionen entdecken, bevor das Flugzeug überhaupt abhebt: Mit einer neuen Initiative macht All Nippon Airways (ANA), Japans größte Fluggesellschaft und seit vielen Jahren mit fünf Sternen ausgezeichnet, japanischen Sake zum Schlüssel, der Reisenden schon auf ihrer Reiseplanung die Türen zu Kultur, Küche und versteckten Reisezielen öffnet. Die Airline startet eine neue Initiative, die Reisenden die reiche Kultur des Landes und ausgewählte regionale Reiseziele näherbringt – mit einem besonderen Fokus auf das japanische Traditionsgetränk.

Die Fünf-Sterne-Airline entwickelt dafür authentische Inhalte und erlebnisorientierte Formate rund um regionale Ess- und Sake-Traditionen Japans – von Storytelling über Brauereien bis hin zu Verkostungen und kulinarischen Empfehlungen für verschiedene Präfekturen. Indem das Unternehmen internationale Gäste mit diesen kulturellen Facetten in Berührung bringt, möchte ANA das Interesse an Japan vertiefen und die Lust auf zukünftige Reisen in das Land wecken.

Getragen wird die Initiative vom Fachwissen des traditionsreichen Spirituosenfachhändlers IMADEYA, der seit mehr als sechs Jahrzehnten eng mit Japans Sake-Brauereien zusammenarbeitet. Dank des umfangreichen Netzwerks von IMADEYA erhält ein internationales Publikum Zugang zu einer kuratierten Auswahl regionaler Sake-Spezialitäten, die sowohl die lange Geschichte als auch den modernen Genuss japanischen Sakes erlebbar macht. Die gemeinsame Initiative von ANA und IMADEYA setzt damit neue Akzente in der touristischen Ansprache: Sake wird zum kulturellen Botschafter, der Reisenden bereits vor oder während der Reise einen sinnlichen Einstieg in Japans Regionen bietet – und sie inspiriert, diese Orte anschließend selbst zu entdecken.

Als Auftaktveranstaltung organisiert ANA im April 2026 in Stockholm ein japanisches Sake-„KAKU-UCHI“(Stehbar)-Event. Die Teilnehmer werden die Tiefe und Vielfalt regionaler japanischer Sake-Sorten sowie die einzigartige Trinkkultur des „KAKU-UCHI“ erleben, ergänzt durch japanische Küche, die ähnliche Fermentations- und Kochtechniken widerspiegelt. Zu den künftigen Vorhaben gehören die Entwicklung von Erlebnisangeboten rund um Besuche in Sake-Brauereien in Japans Regionen sowie die Einführung einer digitalen Kommunikationsplattform, über die Informationen über Japans Sake-Kultur und weniger bekannte Regionen verbreitet werden.

Das weltweite Interesse an Japan wächst weiter, doch vielen potenziellen Reisenden fehlen konkrete Reiseziele oder Gelegenheiten, hochwertige japanische Kultur hautnah zu erleben. Unter Nutzung zugänglicher Themen wie Sake und Essen möchte die Initiative zu neuen Entdeckungen inspirieren und internationale Reisende dazu ermutigen, weniger bekannte Regionen Japans zu besuchen.

Die Initiative zielt darauf ab, allgemeines Interesse in den Wunsch nach einem Besuch in Japan umzuwandeln, indem sie die Vertrautheit mit der traditionellen Sake-Herstellung fördert – ein hochwertiges kulturelles Erlebnis, das von der UNESCO als immaterielles Kulturerbe anerkannt ist. Durch kuratierte Erlebnisse und Storytelling wird die Initiative regionalen Sake, die lokale Esskultur und das Alltagsleben der lokalen Gemeinschaften in den Vordergrund stellen und Besucher dazu ermutigen, Reiseziele jenseits der beliebten Touristengebiete zu erkunden.

Über ANA HOLDINGS

ANA HD wurde 2013 als größte Holdinggesellschaft für Fluggesellschaften in Japan gegründet und umfasst 73 Unternehmen. Sie bietet drei verschiedene Fluglinienmarken an: ANA, Peach, die führende Low-Cost-Fluggesellschaft in Japan, und AirJapan, die 2024 für internationale Strecken in Asien gegründet wurde.

Dank ihres seit Langem bestehenden hervorragenden Services wurde ANA seit 2013 jedes Jahr mit 5 Sternen von SKYTRAX ausgezeichnet und ist damit die einzige japanische Fluggesellschaft, die diese prestigeträchtige Auszeichnung 13 Jahre in Folge erhalten hat.

Im Jahr 2025 wurde ANA für ihre visionäre Führung und ihr strategisches Wachstum mit dem „Executive Leadership: Asia-Pacific Award“ von FlightGlobal ausgezeichnet.

ANA wurde außerdem viermal mit dem ATW Airline of the Year Award für herausragende Leistungen in der Luftfahrt ausgezeichnet.

ANA HD wurde acht Jahre in Folge in den Dow Jones Sustainability World Index und neun Jahre in Folge in den Dow Jones Sustainability Asia Pacific Index aufgenommen.

Weitere Informationen über ANA und ANA HD sind zu finden unter:
<https://www.ana.co.jp/group/en/>

Pressekontakt:



BPRC Burkard PR Consulting

Matthias Burkard

Telefon: 089 – 171 000 602
burkard@bprc.de

ANA Deutschland

Haruo Konishi

Telefon: 069 - 29 976 – 0
www.ana.co.jp/de/de

