

Kuriositäten und Innovationen – Japan im Mittelpunkt der Kooperation zwischen CNN International Commercial und All Nippon Airways

Wednesday, June 14, 2017

München, den 14. Juni 2017 - CNN International Commercial (CNNIC) und All Nippon Airways (ANA) setzen ihre erfolgreiche Zusammenarbeit aus dem letzten Jahr fort. Erstmals wird für eine Kooperation sowohl Content der CNN Digital Studios, der Videoplattform Gre-at Big Story als auch von CNNICs Branded-Content-Studio Create kombiniert.

Von Japans fliegenden Autos bis zu Hip-Hop-Omas wird in der weitergeführten Kooperation zwischen CNNIC und Japans einziger Fünf-Sterne-Airline ANA alles gefeiert, was Japan an Kuriositäten, Innovationen und Kreativität zu bieten hat. Dabei steht die Kampagne auf drei Säulen: einer Serie der CNN Digital Studios, einer Videoreihe auf Great Big Story und einer Branded-Content-Kampagne von Create.

Die CNN Digital Studios in London haben mit der achteiligen Serie [Vision: The Future of Japan](#) ihre bis dato umfangreichste Serie produziert. Die einzelnen Episoden besuchen unterschiedliche Orte in Japan und vermitteln einen Eindruck des faszinierenden Landes. Zudem werden pro Episode innovative Projekte wie fliegende Autos oder der weltweit schnellste Supercomputer beleuchtet, die die Zukunft der Menschheit mitgestalten werden. Veröffentlicht werden die Videos auf der von ANA gesponserten Seite, die außerdem Galerien, Infografiken und Artikel passend zum Thema bereit-hält.

Auf der Videoplattform Great Big Story betrachtet die achteilige Serie *The Inspiration of Japan* alltägliche Kuriositäten und kreative Exzesse überall im Land: aufwendige Tierskulpturen aus recyceltem Zeitungspapier, Roboter-Restaurants oder den König der Crêpes. Das erste Video aus der Reihe erscheint am 15. Juni 2017.

Komplementiert wird die Kooperation von einer Branded-Content-Kampagne von CNNICs hauseigenem Studio Create. Die begleitende Multi-Plattform-Strategie umfasst mehrere Videos, die von Japans einzigartiger Gastfreundschaft und der Selbstverständlichkeit, Besucher herzlich zu begrüßen, erzählen.

Sowohl der Sponsored als auch der Branded Content wird gezielt über CNNs Digitalauftritt gestreut. Mithilfe von CNN Audience Insight Measurement (AIM) wird sichergestellt, dass das relevante Publikum angesprochen wird, während Launchpad darauf abzielt, ausgemachte Zielgruppen in Social Media anzusprechen. Im Fokus der Kampagne stehen an Reisen Interessierte aus Deutschland, Schweiz, UK, Frankreich, Belgien, Italien und Spanien mit dem Ziel die Zahl der 200.000 westeuropäischen Besucher im ersten Quartal 2017 zu übertreffen.

„Nach der erfolgreichen Zusammenarbeit 2016 mit der Great Big Story-Videoreihe *Ichigo Ichie* freue ich mich die Kooperation mit ANA zu erneuern, um Interessierte auf das facettenreiche Reiseziel Japan aufmerksam zu machen. Mit der Kombination aus Editorial, Branded Content und zielgruppengerechter Streuung über CNN und Great Big Story haben wir ANA eine Lösung angeboten, die interessante Insights liefert und auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist“, so Petra Malenicka, Senior Vice President, Advertising Sales, Western Europe and the Americas, CNN International Commercial.

„In dieser Kampagne wollen wir durch umfangreiches Storytelling mehr von Japans einzigartiger Kultur teilen, die auch im Mittelpunkt unserer Airline steht. Unser Ziel ist es, Menschen zu inspirieren, Japan zu erkunden und von ANAs internationalen Verbindungen zu profitieren“, so Akira Nakamura, Senior Vice President EMEA.

Über CNN International Commercial

CNN Commercial (CNNIC) ist für den kommerziellen Geschäftszweig von CNN International zuständig, das auf fünf Kontinenten unterschiedliche lineare und digitale Nachrichten und Informationen im Portfolio führt. Dadurch soll sowohl im überregionalen TV-Markt als auch im Digitalgeschäft CNNs Dominanz gestärkt werden. Dazu wird das Wachstum linearer und digitaler Marken wie CNN International, CNN en Español, CNN Arabic, Great Big Story, CNN Style und CNN Money sowie weiterer CNN Microsites und Verticals genutzt. CNN International Commercial bietet international ausgezeichnete kommerzielle Lösungen im Bereich des Advertising Sales, Brand und Marketing in Kombination mit innovativen Data- und Digitalinitiativen an. Der Content-Sales- und Lizenz-Geschäftszweig CNN Access ist ebenfalls Bestandteil von CNN International Commercial. Dieser steht CNN Kunden beratend zur Seite und bietet international ausgerichtete Content- und Branded-Advertising-Initiativen an. Er verfügt ferner über eine Business Development Abteilung, die strategische Partnerschaften für neue Zuschauerzielgruppen initiiert. Das Branded Content Studio Create produziert seit zehn Jahren preisgekrönte Inhalte für Werbekunden. CNN International Commercial ist Teil von Turner, einem Unternehmen von TimeWarner. Weitere Informationen unter <http://commercial.cnn.com>.

Über All Nippon Airlines (ANA)

All Nippon Airlines ist mit 35.000 Mitarbeitern und einer Flotte von 256 Maschinen die größte Airline Japans. 1952 gegründet, fliegt ANA 87 internationale und 116 Inlandsziele an. Im Geschäftsjahr 2016 hat die Airline 52,1 Millionen Passagiere befördert und dabei einen Umsatz von 1,77 Trillionen Japanische Yen erwirtschaftet. Seit 1999 ist ANA Teil der Star Alliance und kooperiert auf transpazifischen und asiatischen Routen mit United Airlines. Auf der Strecke zwischen Europa und Japan sind Lufthansa, Swiss International Airlines und Austrian Airlines Partner der japanischen Fluggesellschaft. Im Vielfliegerprogramm ‚ANA Mileage Club‘ sind mehr als 26 Millionen Mitglieder angemeldet. 2013 wurde die Airline vom ‚Air Transport World Magazine‘ als Fluggesellschaft des Jahres und 2017 zum fünften Mal in Folge mit 5 Sternen von ‚SKYTRAX‘ ausgezeichnet. Weitere Informationen gibt es unter www.anaskyweb.com.