

## **Großes Kick-off: Australien startet mit der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2023™ in ein Jahrzehnt internationaler Sportveranstaltungen**

Die Daumen sind gedrückt! Heute beginnt die FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2023™ und bis zum 20. August blickt die ganze Welt gespannt nach Down Under. Und damit Australien auch nach diesem internationalen Großereignis weltweit im Rampenlicht steht, kehrt Ruby, die Markenbotschafterin von Tourism Australia, zurück. Genauer gesagt schlüpft das niedliche Souvenir-Känguru in dem animierten Kurzfilm „Holiday Highlights“ (30 Sekunden und 15 Sekunden) in die Rolle einer Sportkommentatorin. Gemeinsam mit einem animierten Emu zeigt es, was in Australien abseits des Spielfelds los ist. Von Bondi Beach bis Barossa Valley stellen die beiden abwechslungsreiche Reiseziele auf dem roten Kontinent vor und machen auf unterhaltsame Weise Lust, in die australische Kultur einzutauchen und die legendäre Gastfreundschaft der Einheimischen kennen zu lernen.

Für Phillipa Harrison, Managing Director von Tourism Australia, ist die FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2023™ eine großartige Gelegenheit für die australische Tourismusindustrie, sich auf der Weltbühne zu präsentieren. „Für uns ist die Weltmeisterschaft, die in fünf australischen Städten ausgetragen wird, eine große Chance, Australiens abwechslungsreiche Urlaubserlebnisse weltweit zu präsentieren. Und zwar dann, wenn Milliarden von Zuschauern aus aller Welt die Spiele verfolgen.“

Dieser Meinung schließt sich Susan Coghill, Chief Marketing Officer von Tourism Australia an: „Jetzt ist der perfekte Moment, um der Welt zu zeigen, was australische Gastfreundschaft bedeutet. Mit einer unverwechselbaren Figur wie Ruby und bekannte Attraktionen wie das Great Barrier Reef haben dabei einen hohen Wiedererkennungswert, die Lust auf eine Reise nach Australien machen.“

### **Mehr Aufmerksamkeit für indigene Fußballstars**

Der Kampagnenfilm zeigt u.a. auch die vielversprechenden Nachwuchsspielerinnen des jungen Queensland Indigenous Football Teams und transportiert damit eine weitere Botschaft, über die sich Damian Munday, Geschäftsführer von Queensland Indigenous Football, besonders freut. "Für unsere Stiftung und die jungen Spielerinnen ist es nicht nur unglaublich aufregend, Teil der globalen Aktivitäten von Tourism Australia rund um die FIFA Frauen-Weltmeisterschaft zu sein. Es ist auch eine einzigartige Gelegenheit, das Bewusstsein für unsere Mission zu schärfen, jungen indigenen Frauen aus Australien den Zugang zum Fußball zu erleichtern."

Und wer könnte dabei besser helfen als eine Ikone wie Ruby? Weltweit bekannt wurde das niedliche Souvenir-Känguru durch die Multichannel-Kampagne "Come and Say G'day", die im Oktober letzten Jahres in 15 internationalen Schlüsselmärkten lanciert wurde. Das aktuelle Spin-Off der "Come and Say G'day"-Kampagne wird neben dem Werbefilm durch aufmerksamkeitsstarke Print- und Out-of-

Home-Werbung sowie durch soziale, digitale und redaktionelle Initiativen weltweit unterstützt, zunächst in den Märkten Großbritannien, USA, Deutschland und Japan.

## **Inspirieren, anregen, planen**

Letztlich sollen Ruby und der Emu aber nicht nur während der WM die Aufmerksamkeit der Zuschauer über die Stadien hinaus lenken. Sie sollen zur Reiseplanung anregen. Inspirieren und langfristig Lust machen, spannende Städte wie Sydney/Warrane zu erkunden, ein Glas Sémillon im Hunter Valley, Australiens berühmtester Weinregion zu genießen oder in die Kultur der First Nation einzutauchen. Und wer einen ganz besonderen Aufhänger braucht, den lädt Australien ein, einen unvergesslichen Urlaub im Zeichen großer Sportereignisse zu planen. „Die aktuellen Wettkämpfe sind nur der Anfang einer ganzen Reihe von internationalen Sportveranstaltungen, die in den nächsten zehn Jahren in Australien stattfinden werden“, sagt Harrison. „Von den Rugby- und Netball-Weltmeisterschaften bis zu den Olympischen Spielen 2032 in Brisbane/Meeaanjin freut sich Australien darauf, internationale Sportfans willkommen zu heißen.“

## **EIN JAHRZEHNT VOLLER SPORTVERANSTALTUNGEN**

- 2023 FIFA Frauen-Weltmeisterschaft
- 2025 Tournee der British & Irish Lions nach Australien
- 2027 Rugby-Weltmeisterschaft der Männer
- 2027 Netball-Weltmeisterschaft
- 2028 T20-Weltmeisterschaft der Männer
- 2029 Rugby-Weltmeisterschaft der Frauen
- 2032 Olympische Spiele & Paralympics (Brisbane/Meeaanjin)

## **CREDITS DER KAMPAGNE**

### **AGENTUREN**

- Idee und Kampagnenentwicklung: M&C Saatchi Sydney
- Mediaplanung und -einkauf für alle bezahlten Aktivitäten: UM
- Entwicklung und Umsetzung der digitalen Strategie: Digitas
- Entwicklung und Umsetzung einer Strategie für Öffentlichkeitsarbeit und Interessenvertretung: Poem
- Social Media Strategie und Umsetzung: Apparent

### **PRODUKTION**

- Regisseur: Jae Morrison
- Produktionsfirma: Film - Finch

# MEDIA RELEASE

- Animation: Platige
- Schnitt: Arc Edit, Phoebe Taylor
- TVC Filmmusik: King Stingray
- Fotograf: Trent Mitchell
- Produktionsfirma, Standbilder der Kampagne: Photoplay
- Retusche: Cream Studios Pty Ltd
- Respektive1: Transkreation und lokalisierte Produktion - Deutschland
- M&C Japan: Transkreation und lokalisierte Produktion - Japan

**Für weitere Informationen und Bildmaterial kontaktieren Sie bitte:**

**Tourism Australia:**

Viola Munzar, PR Manager Tourism Australia – Tel.: (0) 69 2740 0697

E-Mail: [vmunzar@tourism.australia.com](mailto:vmunzar@tourism.australia.com)

Tanja Maruschke, PR Consultant Tourism Australia c/o Hansmann PR - Tel: (0) 89 360 549917

E-Mail: [t.maruschke@hansmannpr.de](mailto:t.maruschke@hansmannpr.de)