

Tourism Australia startet nächste Phase der „Come and say G'day“-Kampagne mit Ruby, dem Souvenirkänguru

Frankfurt/Sydney, 23. September 2025 – Tourism Australia startet in die nächste Phase seiner erfolgreichen globalen Kampagne „Come and say G'day“ Ende September in Deutschland. Im Mittelpunkt steht erneut Markenbotschafterin Ruby, das animierte Souvenirkänguru, die deutsche Reisende nach Australien einlädt, um dort einen einzigartigen Urlaub zu verbringen, der ein Leben lang in Erinnerung bleibt. „Die neue Kampagne geht auf kulturelle Nuancen ein und zeigt genau die Art von Erlebnissen, nach denen deutsche Reisende suchen. Das zweite Kapitel von ‚Come and say G'day‘ mit Ruby, dem Souvenirkänguru, ist eine Einladung, nach Australien zu kommen und dort einen unvergesslichen Urlaub zu erleben“, erklärt Eva Seller, Regional General Manager Continental Europe bei Tourism Australia. „Unsere Botschaft ist klar: Wer nach Australien reist, nimmt Erinnerungen mit nach Hause, die ein Leben lang bleiben.“

Kampagnen-Launch in München

Die Deutschlandpremiere der Kampagne fand am 19. September 2025 im Rahmen einer Sneak Preview von „**Herr Raue reist – So schmeckt die Welt | Australien**“ in München statt. Sternekoch Tim Raue berichtete von seiner Australienreise und teilte persönliche Eindrücke. Zentrale Rolle spielten die kulinarischen Erlebnisse des Berliner Zwei-Sterne-Kochs, die einen authentischen Blick auf die Lebensart Australiens eröffnen. Eingeladen waren ausgewählte Medien- und Tradepartner.

Global in Australien von Droga5 ANZ entwickelt, startet die Kampagne ab dem 29. September 2025 in Deutschland. Die Adaption für den Markt wurde von Accenture Song und FunDeMental Studios übernommen. Sie wird auf aufmerksamkeitsstarken Kanälen im Digital-Out-of-Home und Premium Kinos ausgespielt und setzt zusätzlich auf Videowerbung im Connected-TV, Onlinebereich und auf Social Media.

Zusätzlich wird die Kampagne von Tourism Australia über Partnerschaften mit wichtigen Vertriebs- und Medienpartnern sowie Fluggesellschaften sichtbar sein.

Wachstum am deutschen Markt

Seit dem Kampagnenbeginn von „Come and say G'day“ 2022 erlebt Australien eine wachsende Nachfrage aus Deutschland: Im Jahr 2024 reisten 168.000 deutsche Besucher ein, was einem Plus von 11 Prozent gegenüber 2023 entspricht. „2024 war für Australien ein sehr erfolgreiches Reisejahr. Wir freuen uns über ein deutliches Plus bei den Gästezahlen aus Deutschland, längere Aufenthalte und höhere Ausgaben, die wieder über dem Niveau vor der Pandemie liegen“, sagt Eva Seller. „Für das kommende Jahr erwarten wir, dass unsere

neue Kampagne, attraktive Reisetrends wie Roadtrips und das wachsende Interesse an authentischen Erlebnissen die Nachfrage weiter beflügeln.“

Laut Tourism Research Australia wird die Zahl internationaler Ankünfte bis 2026 voraussichtlich einen Rekordwert von 10 Millionen erreichen und bis 2029 auf 11,8 Millionen anwachsen.

Der erste Clip zum zweiten Kapitel von „Come and say G'day“ in Deutschland ist hier zu sehen: [Zum Video](#).

PRESSEKONTAKT

Viola Munzar, PR Manager Tourism Australia

Tel.: 069 27 40 06 97

E-Mail: vmunzar@tourism.australia.com

Tanja Maruschke, PR Consultant Tourism Australia c/o Hansmann PR

Tel.: 089 360 54 99-17

E-Mail: t.maruschke@hansmannpr.de