



Sri Lanka stellt neue Tourismus-Kampagne vor "Sri Lanka - You will come back for More"



Frankfurt am Main, 11. März 2024: Sri Lanka Tourism Promotion stellt nach einer 15-jährigen Pause seine neue Strategie zur Positionierung des Reiseziels Sri Lanka auf der ITB 2024 vor, die einer aktiven Marketing- und PR-Kampagne in den wichtigsten Märkten vorausgeht. Bereits seit Ende 2022 beobachtet das Land ein Wiedererstarken des Tourismus. Die neue globale Marketingkampagne wird Werbemaßnahmen in 12 Schlüsselmärkten beinhalten und darin sowohl Erst- als auch Im Jahr 2023 Wiederholungsreisende ansprechen.

Im Jahr 2023 erlebte der Tourismus in Sri Lanka eine Wiederbelebung der Branche: Nach dem Einbruch seit der Covid-Pandemie im Jahr 2020 zog das Land 1,5 Millionen Reisende an. Sri Lanka will im Jahr 2024 2,3 Mio. Touristen anlocken und über 4 Mrd. Dollar einnehmen, wobei das langfristige Ziel 5 Mio. Ankünfte und 21,6 Mrd. Dollar Einnahmen bis 2030 lautet. Um dieses ehrgeizige Ziel zu erreichen,



verfolgt die Branche bereits einen ganzheitlichen Ansatz. Dieser beinhaltet die Positionierung der Insel als eine ganzjährige Destination in den globalen PR- und Marketing-Kommunikationskampagnen sowie bei der Produktentwicklung. In diesem Zusammenhang sind viele neue Initiativen wie der Sporttourismus geplant, um weitere Urlauber anzusprechen.

Dazu erläutert Hon. Harin Fernando, Minister of Tourism, Lands, Sports & Youth Affairs: „Sri Lanka bietet seinen Reisenden eine Vielfalt von Erlebnissen, die so einzigartig für die Insel sind, dass es für einen Besucher unmöglich ist, sie alle in einem einzigen Besuch zu erleben. Deshalb sagen wir, dass Sri Lanka kein Reiseziel für die Bucket List ist. Es ist ein Reiseziel, das immer wieder besucht wird, weil die Insel und ihre Menschen einen bleibenden Eindruck in den Herzen der Besucher hinterlassen. Tatsächlich hatten wir 2023 das Vergnügen, einen Vielreisenden aus Deutschland zu begrüßen, der seit Mitte der 1970er Jahre 99 Mal auf die Insel gereist ist. Die neue Markenpositionierung **"Sri Lanka - You will come back for More"** unterstreicht treffend die umfangreichen Erlebnisse, die Sri Lanka zu bieten hat.“

Die neue MARCOM-Strategie beinhaltet eine neue Positionierung für die Marke Sri Lanka als Reiseziels, die sich auf die drei wichtigsten Säulen der Marke Sri Lanka Tourism stützt:

- Kompakt
- Vielfältig
- Authentisch

Die neue Strategie geht von der Sichtweise der Reisenden aus, insbesondere von der Wirkung, die Sri Lanka auf Reisende hat, nämlich die unvergleichliche Schönheit und Vielfalt des Reiseziels und der unglaublichen Herzlichkeit seiner Menschen. Diese Faktoren haben schon in der Vergangenheit dazu geführt, dass Reisende den Wunsch haben, das Reiseziel erneut zu besuchen, um weitere Schönheiten des Reiseziels zu erkunden, die sie bei einem einzigen Besuch nicht vollständig erleben konnten. Darüber hinaus zeigen auch historische Daten, dass der Anteil der Wiederholungsbesucher sehr hoch ist, da das Reiseziel einen bleibenden Eindruck bei seinen Besuchern hinterlässt.



„You'll Come Back for More" ist eine vertrauensvolle Aussage, die Neugierde weckt und „Normalität“, „Sicherheit“ sowie die Vielfalt, Kompaktheit und authentische Erfahrungen der Insel impliziert. Hervorgehoben wird, wie vielfältig die Erfahrungen in Sri Lanka sind, die sie immer wieder anziehen. Es ist eine eindrucksvolle Aussage, die sich nicht nur auf den Tourismus konzentriert, sondern auch das grenzenlose Angebot Sri Lankas unter verschiedenen Aspekten wie natürliche Ressourcen, Geschichte, Kultur, Religion usw. umfasst. Es ist mehr als nur ein netter Slogan. Er ist in der Tat ein Versprechen an jeden Reisenden.

Chalaka Gajabahu, Vorsitzender des SLTPB, Sri Lanka Tourism Promotion Bureau (SLTPB), freut sich, dass die Kampagne auch bald in Deutschland starten wird: „Wir sind sehr erfreut zu sehen, wie sich die Tourismusindustrie in Sri Lanka nach der Krise im Jahr 2022 erholt hat. Wir haben dieses Jahr mit einem noch nie dagewesenen Wachstum begonnen. Im Februar 2024 verzeichneten wir insgesamt 218.350 Touristenankünfte und damit den dritten Monat in Folge mit über 200.000 Ankünften. Dies ist die höchste Zahl von Touristenankünften seit Januar 2020.“

Besonders beliebt bei europäischen Reisenden sind Reisepakete, die mit einem Aufenthalt am Strand abgerundet werden. Neben atemberaubenden Sandstränden bietet Sri Lanka auch eine vielfältige Tierwelt, faszinierende historische Stätten, malerische Teegärten und exquisiten Tee.

Traditionelle Gesundheits- und Wellnessbehandlungen auf Ayurveda-Basis gehören zu den Hauptattraktionen für die meisten europäischen Reisenden in Sri Lanka. Die in Sri Lanka praktizierte Ayurveda-Wellness-Therapie basiert auf dem jahrhundertealten Schatz an einheimischem Wissen, der natürlichen Umgebung und dem kulturellen Repertoire des Landes. Die traditionelle Ayurveda-Medizin, wie sie heute in Sri Lanka praktiziert wird, basiert auf einem über 3000 Jahre alten indigenen Erbe.

Global Communication Experts GmbH

Mariam.Iqbal@gce-agency.com

www.gce-agency.com

Tel.: 069/ 175371048