

## Medienmitteilung

Datum: 12. April 2024  
Rubrik/Thema: Ferienregion / KI-Kampagne  
Aufhänger: Arosa Tourismus gewinnt mit Crowd-generierter KI-Kampagne den Master of Swiss Web  
Link: [Arosa Tourismus / Kampagnenwebsite](#)

---

### **Arosa Tourismus gewinnt mit Crowd-generierter KI-Kampagne den Master of Swiss Web**

**Anfang des Jahres präsentierte Arosa Tourismus eine neue und schweizweit einzigartige Crowd-basierte KI-Werbekampagne. Unter dem Motto #Bergtraum konnten interessierte Personen sich in den letzten zwei Monaten kreativ austoben und mittels Künstlicher Intelligenz (KI) ihr ganz persönliches Traummotiv kreieren. Zum Abschluss der Kampagne ziehen die Organisatoren ein überwältigendes Fazit. Mehr als 43'000 generierte Bilder wurden kreiert und zahlreichen Gästen ihr persönlicher Bergtraum ermöglicht. Das Projekt holt sich den Sieg bei Best of Swiss Web 2024.**

Die Tourismusdestination Arosa steht seit vielen Jahren für Kreativität, Einfallsreichtum und präsentiert sich als Ort, an dem Träume wahr werden und Partizipation aktiv gelebt wird. Diese einzigartige Mischung verknüpfte Arosa Tourismus zum Start ins Jahr 2024 zu einem Zusammenspiel von Technik und Schwarmintelligenz, die erstmals in der Schweiz eine Crowd-generierte KI-Kampagne produzierte. Als Aufhänger dienten dabei die Interessen, Wünsche und Sehnsüchte der Gäste, die ihren persönlichen Bergtraum beschreiben sollten. Dabei spielte es keine Rolle, ob die Teilnehmenden den Ort und das Angebot von Arosa kennen. Vielmehr sollte uneingeschränkt und unvoreingenommen das Thema Bergferien kreativ umgesetzt werden. KI verwandelte anschliessend die persönlichen Beiträge in nahezu Echtzeit in atemberaubende Kunstwerke, die Teil der Digital- und Printkampagne werden konnten.

#### **Gewinner Master of Swiss Web**

Die erste Arosener Crowd-generierte KI-Kampagne ist ein sehr grosser Erfolg. Das Projekt holt sich den Sieg bei Best of Swiss Web 2024. Zusätzlich gewinnt die Kampagne Gold in der Kategorie Brand Experience und Silber in der Kategorie Marketing. Die Jury begründet die Wahl wie folgt: «Arosa als Destination hat die Aufgabe, jedes Jahr aufs Neue Reichweite und Engagement für den Ferienort zu generieren. Mit der neuen Winterkampagne 2024 ist es gelungen, die Magie der Berge eingefangen. Dazu wurden die neuesten Möglichkeiten von GenAI genutzt, um Bergträume in Kampagnen-Bilder umzuwandeln. Die Kampagne fragte: «Was ist dein #Bergtraum?» und rief dazu auf, den eigenen persönlichen Bergtraum von einem KI-Tool in ein Bild umsetzen zu lassen. Diese erste crowd-generierte KI-Kampagne der Schweiz sorgte für Aufmerksamkeit und überzeugte die Jury mit ihrem emotionalen und mustergültig auf verschiedensten Channels inszenierten Markenerlebnis.»

#### **Mehr als 100 Träume verwirklicht**

Es blieb aber nicht nur bei der Kampagne. Arosa Tourismus liess viele eingereichte Träume wahr werden, sei dies u.a. mit einer Einladung zum Après-Ski, Skipässen oder Wellness-Wochenenden. Zusätzlich zur Digital- und Printkampagne (digital out of home, Plakate, Online- und Printmedien, etc.) wurden auch verschiedene Merchandising-Produkte mit dem Bergtraum-Sujet bedruckt. Selbst auf «Specials» wie Gondeln, Bussen oder Arosa-Briefmarken fanden die durch die Bevölkerung erstellten KI-Bilder Aufnahme. Nicht zuletzt fand eine physische Vernissage statt, an der 20 ausgewählte Bilder zu einem für einen guten Zweck versteigert wurden.

Mit einer persönlichen Dankesbotschaft nach Einreichung des Bildes wurde zudem die Möglichkeit zusammen mit dem Partner Ifolor geboten, beliebige Produkte mit der Arosa-#Bergtraum-Eigenkreation zu bedrucken.

Mit dem Abschluss der Kampagne lässt sich festhalten: Die schweizweit erste Crowd-basierte KI-Kampagne war ein sehr grosser Erfolg. Mehr als 43'000 Bergtraum-Bilder wurden generiert und während der Kampagnendauer wurden über alle crossmedialen Plattformen, Merchandising und Specials hinweg 4.3 Million Impressionen erreicht. Auf der Landing-Page (ai.arosa.swiss) betrug die durchschnittliche Verweildauer mehr als acht Minuten. Zudem wurden über 100 Bergträume der teilnehmenden Personen verwirklicht.

### **Arosa am Puls der Zeit**

Von der überwältigenden Resonanz ist auch Marion Schmitz, die stellvertretende Tourismusdirektorin von Arosa und Projektinitiantin, sehr angetan. «Wir wollten es schaffen, dass die Teilnehmenden sich dem Thema KI annehmen und lernen, dass man auch auf spielerische, niederschwellige Art dem Thema annähern kann. Gleichzeitig wollten wir als First Mover Bereich KI etwas ausprobieren und auf kreative Art die Menschen dazu animieren, Teil unserer Kampagne zu werden und sich mit Arosa auseinanderzusetzen. Die sehr grosse Resonanz und die vielen positiven Rückmeldungen bestätigen uns, dass wir damit voll am Puls der Zeit sind.»

Die Tourismusdestination Arosa ging mit der Lancierung der einzigartigen Kampagne neue Wege und bewies damit einmal mehr ihren Pioniergeist. Mit dem kreativen Crowdsourcing schaffte das Bündner Bergdorf gemeinsam mit dem Partner Yoveo I Team Farner, der für die technische Umsetzung, Konzeption und Programmierung verantwortlich war, sogleich eine partizipative Gelegenheit, die die Schweiz noch nicht gesehen hat.

---

Sie finden diese Medienmitteilung sowie den Link zur Bilddatenbank online unter [arosa.swiss/medienmitteilungen](https://arosa.swiss/medienmitteilungen)

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Marion Schmitz

Stv. Tourismusdirektorin/Leitung Marketing, Kommunikation und Tourist Services

T +41 81 378 70 47

E-Mail [marion.schmitz@arosa.swiss](mailto:marion.schmitz@arosa.swiss)