

Medienmitteilung

Datum: 18. Januar 2024
Rubrik/Thema: Ferienregion / KI-Kampagne
Aufhänger: Arosa lanciert die erste Crowd-generierte KI-Kampagne
Link: [Arosa Tourismus / Kampagnenwebsite](#)

Arosa macht Träume wahr

Erste Crowd generierte KI-Kampagne lanciert

Arosa Tourismus präsentiert ab dem 18. Januar eine neue und schweizweit einzigartige Crowd-basierte KI-Werbekampagne. Unter dem Motto #Bergtraum können interessierte Personen sich kreativ austoben und mittels Künstlicher Intelligenz (KI) ihr ganz persönliches Traummotiv kreieren. Die schönsten Träume werden nicht nur Sujet der aktuellen Werbekampagne, sondern werden von Arosa auch wahr gemacht. Das Projekt ist die schweizweit erste Crowd-generierte Kampagne, die ausschliesslich durch KI unterstützt wird.

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 verknüpft Arosa Tourismus nun zu einer Kampagne, in dem sie die Interessen, Wünsche und Sehnsüchte der Gäste mit den Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz (KI) kombiniert. Dabei spielt es keine Rolle, ob die teilnehmenden Personen fundierte Arosa-Kenner:innen sind oder erstmals in die Arosener Winterwelt eintauchen. Im Rampenlicht steht die individuelle Kreativität. Die Ganzjahresferiendestination aus den Bündner Bergen setzt bei der Auswahl der Sujets auf die kollektive Kreativkraft.

Traum gestalten und in Arosa live erleben

Das Motto der Kampagne ist dabei klar benannt, lässt aber dennoch grossen individuellen Spielraum. Der **#Bergtraum** animiert die Teilnehmenden ihren ultimativen Traum von perfekten Ferien in den Bergen zu beschreiben. KI verwandelt anschliessend die persönlichen Beiträge in nahezu Echtzeit in atemberaubende Kunstwerke. Die schönsten #Bergtraum-Bilder werden nicht nur gefeiert und mit attraktiven Preisen ausgezeichnet, sondern bilden einen zentralen Bestandteil der Arosa-Kampagne 2024 und werden auf Werbeflächen in der ganzen Schweiz glänzen. Auch finden sie Aufnahme auf Postkarten, Briefmarken, Merchandising-Produkte und sogar eine physische Vernissage ist in Planung.

Die besten Vorschläge werden wöchentlich ausgewählt und crossmedial präsentiert. Zudem gibt es jede Woche ein sogenanntes «Lighthouse-Event», bei dem das Gewinnersujet als Branding auf einem ganz speziellen Ort wie etwa eine Gondel oder mittels Riesen-Plakat in der Stadt enthüllt wird. Den glücklichen Gewinner:innen winkt dabei die Einlösung ihres Traums durch Arosa Tourismus, beispielsweise in Form von Gratis-Skitickets, Einladungen zum Après-Ski oder gastronomischen Erlebnissen.

Erste Schweizer Crowd-generierte KI-Kampagne

Marion Schmitz, die stellvertretende Tourismusedirektorin von Arosa und Projektinitiantin, beschreibt die schweizweit einzigartige Kampagne wie folgt: «Wir möchten bestehende und zukünftige Gäste in Arosa aktiv an unserer Entwicklung teilhaben lassen. Es ist unser Ziel, eine Destination zu sein, in der alles möglich ist. Wir machen Träume wahr machen und geben alles, dass kein Wunsch unerfüllt bleibt. Hierzu präsentieren wir uns

gemeinsam mit unseren Leistungsträgern seit vielen Jahren als innovative Destination. Mit der KI-Kampagne betreten wir einmal mehr Neuland und sind stolz auf das erste Schweizer Crowd-generierte-Projekt mit Unterstützung von KI.»

Die Tourismusdestination Arosa geht mit der Lancierung der einzigartigen Kampagne neue Wege und beweist damit einmal mehr ihren Pioniergeist. Mit dem kreativen Crowdsourcing schafft das Bündner Bergdorf sogleich eine partizipative Gelegenheit, die die Schweiz noch nicht gesehen hat. Darüber hinaus gelingt es auch, dass sich die Teilnehmenden dem Thema KI auf kreative und einfache Art und Weise nähern können.

Diese Synergie überzeugte auch Yoveo | Team Farner, die hinter der Konzeption, der Programmierung und technischen Umsetzung der Kampagne steckt. Die Agentur kümmerte sich um die optimale Abstimmung der Bedürfnisse von Arosa Tourismus und der Entwicklung der KI-Lösung. Im Bereich KI setzte Yoveo | Team Farner auf die Text-zu-Bild Open-Source-Software Stable Diffusion. Sie ist in der Lage, aus Texteingaben attraktive Bilder zur Verwendung in der Werbekampagne zu generieren.

Marco Demont, Partner bei Yoveo | Team Farner, meint zur Umsetzung der Kampagne: «Mit der KI-Kampagne schaffen wir einen einfachen Zugang zum bei vielen Personen noch wenig bekannten Thema KI. Die Menschen können aktiv KI erleben und gleichzeitig Teil der Arosa-Werbekampagne sein. Und als krönender Abschluss macht Arosa dann gleich die Träume wahr. Dieses innovative Zusammenspiel aus Kreativität, Markenversprechen und Technologie begeistert uns.“

Partizipation leicht gemacht

Interessierte können kinderleicht Teil der Kampagne werden: Den persönlichen Bergtraum auf der Landingpage arosa.swiss/bergtraum eingeben und mittels KI visualisieren lassen. Anschliessend die Lieblingssujets auswählen und einreichen. So bekommen alle Teilnehmenden in weniger als fünf Minuten ihren #Bergtraum.

Sie finden diese Medienmitteilung sowie den Link zur Bilddatenbank online unter 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