



Südenscout

Briefing

Wir freuen uns, dass du der/die Südenscout für deine Heimatregion bist!
Im Folgenden erhältst du einen Überblick an welchem Meilenstein du dich gerade findest und alle Details zur Südenscout-Aktion.

- Deine offizielle Zeit als Südenscout beginnt im Februar mit dem Kick-Off-Wochenende in Stuttgart. Die Teilnahme ist Pflicht. (Die Kosten für An- und Abreise und die Übernachtung bekommst du gestellt.)
- Bis dahin gibt es keine To Dos für dich – du darfst nun vorfreudig sein, dich von deinem/deiner Vorgänger/in inspirieren lassen und vielleicht schon mal notieren, welche Ausflugsziele dich in deiner Heimatregion interessieren würden.

Folgende Informationen enthält dieses Briefing:

- | | |
|------------------------------------|-----------|
| • Allgemeine Informationen | _ Seite 1 |
| • Was muss ich als Südenscout tun? | _ Seite 3 |
| • Werbekennzeichnung | _ Seite 5 |
| • Alkoholwerbung | _ Seite 6 |
| • Bildrechte | _ Seite 7 |
| • Verwendung von Musik | _ Seite 8 |
| • Kontakte | _ Seite 9 |



Allgemeine Informationen

Was ist das Südenscout-Projekt?

Das Südenscout-Projekt ist eine gemeinsame Initiative der TMBW, der teilnehmenden Regionen, sowie bwegt.

Südenscouts sind Menschen aus Baden-Württemberg, die es lieben ihre Heimat immer wieder neu zu entdecken und darüber auf Instagram berichten. Als offizieller Südenscout zeigst du deiner Community, was deine Region besonders macht – mit authentischen Eindrücken und besonderen Orten – und steckst deine Community mit deiner Begeisterung an.

Jede teilnehmende Region wird für ein Jahr von einem Südenscout vertreten. Während dieser Zeit bist du im regelmäßigen Austausch mit deiner Ansprechperson deiner Region, bekommst Tipps, exklusive Empfehlungen und Zugang zu besonderen Erlebnissen.

Wer ist die TMBW?

Die **TMBW** (Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg, Marktstraße 2, 70173 Stuttgart) ist die zentrale Organisation, die das Urlaubsland Baden-Württemberg im In- und Ausland vermarktet und touristisch weiterentwickelt.

Mit der Marke „Wir sind Süden“ wirbt die TMBW für alles, was Baden-Württemberg als Reiseziel so besonders macht – von Naturerlebnissen über Wein und Genuss bis hin zu Kultur, Städtetrips und Familienurlaub. Auch die Social-Media-Kanäle wie [@visit.sueden](https://www.instagram.com/visit.sueden) gehören zur TMBW.

Gleichzeitig unterstützt die TMBW die Tourismusverantwortlichen in den Regionen, Landkreisen und Städten – etwa durch gemeinsames Marketing, Strategien zur nachhaltigen Entwicklung oder Themen wie barrierefreies Reisen.

Kurz gesagt: Die TMBW sorgt dafür, dass Baden-Württemberg als vielseitiges und modernes Reiseziel sichtbar wird – und genau deshalb ist sie auch Initiatorin und Organisatorin der Südenscout-Aktion.





Wer sind die teilnehmenden Regionen

Baden-Württemberg ist touristisch in sechs große Regionen unterteilt. Jede dieser Regionen wird von einer eigenen Destinationsmanagementorganisation (DMO) vertreten – also von Expert:innen, die ihre Heimat bestens kennen und sie touristisch weiterentwickeln.

- Bodensee (inkl. Hegau)
- Im Süden ganz oben
- Oberschwaben-Allgäu
- Region Stuttgart
- Schwarzwald
- Schwäbische Alb

Im Rahmen der Südscout-Aktion wird jede dieser Regionen von genau einem Südscout ein Jahr lang vertreten. So entstehen authentische Einblicke aus unterschiedlichen Ecken des Landes – direkt von Menschen, die dort leben.



Wer ist bwegt?

bwegt (Nahverkehrsgesellschaft Baden-Württemberg mbH) bündelt alle Aktivitäten, Maßnahmen und Angebote im Nah- und Regionalverkehr in ganz Baden-Württemberg.

bwegt unterstützt die Südscouts bei Vergünstigungen bzw. Freitickets für Reisen durch Baden-Württemberg. Außerdem hat bwegt verschiedene touristische Angebote, die gern genutzt/besucht werden können:

- bwegt-Wanderwege
- bwegt Freizeitexpresse
- bwegt Plus

Die relevanten Social-Media-Accounts

- Urlaubsland Baden-Württemberg: @visit.sueden
- Bodensee: @echtbodensee & @bodenseewest
- Im Süden Ganz oben: @imsuedenganzoben
- Oberschwaben-Allgäu: @oberschwabenallgaeu
- Region Stuttgart: @stuttgarttourismus
- Schwäbische Alb: @schwaebischealbtourismus
- Schwarzwald: @visitblackforest
- Nah- und Regionalverkehr in Baden-Württemberg: @bwegtbw

	bwegtBW		
	1.541 Beiträge	50,6 Tsd. Follower	437 Gefolgt

	Wir sind Süden	1.763 Beiträge	91,7 Tsd. Follower	550 Gefolgt
	Im Süden ganz oben	211 Beiträge	3.779 Follower	183 Gefolgt
	Stuttgart Tourismus	2.807 Beiträge	81,4 Tsd. Follower	1.209 Gefolgt
	Schwäbische Alb Tourismus	981 Beiträge	26,8 Tsd. Follower	4.933 Gefolgt
	Schwarzwald	1.089 Beiträge	70,6 Tsd. Follower	1.302 Gefolgt
	Oberschwaben-Allgäu	759 Beiträge	8.357 Follower	485 Gefolgt
	Westlicher Bodensee	991 Beiträge	7.269 Follower	407 Gefolgt
	Echt Bodensee	1.178 Beiträge	24,3 Tsd. Follower	556 Gefolgt



Was muss ich als Südenscout tun?

Als Südenscout vertrittst du von Januar bis Dezember deine Heimatregion auf Instagram. Du arbeitest eng mit deiner regionalen Ansprechperson zusammen, die dich mit Tipps, Kontakten und Ermäßigungen unterstützt.

Du brauchst keine bestimmte Followerzahl (maximal 5.000): Wichtig ist, dass dein Profil öffentlich ist und du Spaß daran hast, deine Heimat digital sichtbar zu machen.

Wie viel Aufwand habe ich als Südenscout?

Wie viel Zeit du dafür aufwendest, liegt ganz bei dir. Wichtig ist, dass du Spaß daran hast, unterwegs zu sein, authentisch zu berichten und den Süden mit deinen Augen zu zeigen. Das erwartet dich konkret:

- Kick-Off-Wochenende in Stuttgart: Im Februar findet ein gemeinsames Treffen aller Südenscouts und der Ansprechpersonen aus den Regionen in Stuttgart statt. Kosten für An- und Abreise, Verpflegung sowie Übernachtung übernimmt die TMBW.
- Du unternimmst mindestens vier Ausflüge (Projekte) in deine Region und stimmst diese mit deiner Ansprechperson ab. Ob Natur, Kultur, Städte, Familienausflüge, Kulinarik oder (Wein)events – du entscheidest, was du zeigen möchtest.
- Zu jedem Projekt veröffentlichst du mindestens einen Feed-Post oder ein Reel sowie eine Story auf deinem öffentlichen Instagram-Profil. Markiere bei allen Beiträgen @visit.sueden, den Account deiner Heimatregion und ggf. @bwegtbw.
- Die Südenscouts-Aktion lebt von deiner eigenen Motivation und Begeisterung für deine Heimat. Wenn du möchtest, kannst du jederzeit zusätzliche Ausflüge machen und deine Erlebnisse auf Social Media teilen. So erhält deine Community noch mehr Einblicke, und deine Heimatregion wird bekannter.

Kennzeichnung & Hashtags der Beiträge zur Aktion

- • Werbekennzeichnung: Kennzeichne alle Aktionsbeiträge (auch freiwillige) unter dem Label „Südenscout“ klar als „**Werbung**“ oder „**Anzeige**“.

Verwende die Hashtags #suedenscout oder #suedenscout2027 und füge „Südenscout 2027“ in deine Instagram-Bio ein.

Platziere das Südenscout-Label auf der ersten Story-Slide pro Ausflug und speichere sie in einem „Südenscout“-Highlight.

Markiere bei allen Beiträgen zur Aktion @visit.sueden und den Account deiner Heimatregion. Biete bei passenden Posts eine Co-Autorenschaft an.



Bekomme ich als Südenscout alles in Baden-Württemberg kostenfrei?

Nein, als Südenscout bekommst du nicht alles in Baden-Württemberg kostenfrei, aber du profitierst von vielen exklusiven Vorteilen in deiner Heimatregion.

- Kostenlose Extras: Gratis-Eintritte für ausgewählte Orte, Einladungen zu besonderen Events (wie die Weinsüden Pop-ups) und kostenlose ÖPNV-Tickets durch unseren Partner *bwegt* für deine Ausflüge.
- Exklusive Einblicke: Besondere Events, spannende Geheimtipps und wertvolle Kontakte im Tourismus.
- Offizieller Status als „Südenscout“.

Einsatz von KI

Grundsätzlich gilt: Ein zur Veröffentlichung bestimmter Content darf nicht mittels KI generiert werden, sondern muss menschengemacht sein, um einer transparenten und authentischen Kommunikation in Wort und Bild gerecht zu werden. Die Verwendung von KI zur Erstellung der Beiträge ist nur im Rahmen der jeweils aktuell gültigen Richtlinien der TMBW gestattet.



Werbekennzeichnung

Hier folgt eine kompakte Übersicht zur Kennzeichnungspflicht von Werbung auf Social Media – speziell im Zusammenhang mit der Südenscouts-Aktion. Ziel ist es, einen einheitlichen Wissensstand zu schaffen und rechtliche Risiken zu vermeiden.*

Im Gesamtordner befinden sich zusätzlich drei PDFs mit weiterführenden Informationen zur Werbekennzeichnung. Die wichtigsten Stellen sind darin gelb markiert.

Warum ist die Kennzeichnung wichtig?

Sobald auf Social Media Inhalte mit einem werblichen Hintergrund veröffentlicht werden – unabhängig davon, ob dafür Geld fließt oder andere Vorteile entstehen – gilt in Deutschland eine Kennzeichnungspflicht. Diese Pflicht betrifft nicht nur große Accounts oder professionelle Influencer, sondern auch Privatpersonen, die Kooperationen eingehen.

Wichtige Grundsätze zur Kennzeichnungspflicht

Ein Beitrag muss klar und deutlich mit „Werbung“ oder „Anzeige“ gekennzeichnet werden, wenn:

- eine Bezahlung für die Erstellung oder Veröffentlichung erfolgt,
- Produkte, Eintritte oder andere Vorteile kostenlos zur Verfügung gestellt werden,
- eine Kooperation – egal in welchem Umfang – vereinbart wurde.

Auch unbezahlte Vorteile gelten als Gegenleistung

Auch wenn keine Bezahlung erfolgt, ist eine Kennzeichnung erforderlich, wenn:

- kostenfreie Eintritte, Tickets, Produkte oder Services im Rahmen der Südenscout-Aktion in Anspruch genommen werden,
- Inhalte in enger Abstimmung mit TMBW, den Regionen oder Partnern erstellt wurden.

Umsetzung auf Instagram

Bei Feed-Posts und Reels muss die Kennzeichnung mit „Werbung“ oder „Anzeige“ direkt am Anfang der Caption stehen.

Jede Story-Slide, die im Rahmen eines gesponserten/unterstützten Ausflugs oder Projekts veröffentlicht wird, muss deutlich sichtbar mit „Werbung“ oder „Anzeige“ gekennzeichnet sein.

- Hinweis: Die Begriffe „Ad“, „Promo“ oder eine versteckte Platzierung am Ende des Textes reichen nicht aus.

Was muss als Südenscout als Werbung gekennzeichnet werden?

Kennzeichnungspflichtig sind: Alle Inhalte (Feed, Story, Reel), die im Rahmen der Südenscouts-Aktion entstehen und auf Kooperationen, Vergünstigungen oder kostenfreie Leistungen zurückgehen. Auch die freiwilligen Beiträge, die im Rahmen der Kooperation unter dem Label Südenscout erfolgen sind zu kennzeichnen.

Nicht kennzeichnungspflichtig sind Inhalte zu privaten Ausflügen, die ohne Unterstützung, Kooperation oder Abstimmung mit der Heimatregion / TMBW / bwegt entstehen und nicht unter dem Label Südenscout erfolgen. Beiträge, für die keinerlei Vergünstigung oder Gegenleistung erfolgte.

- Alle Südenscouts sind verpflichtet, ihre Beiträge im Rahmen der Aktion korrekt zu kennzeichnen. Auch bereits veröffentlichte Inhalte sollten nachträglich angepasst werden, falls die Kennzeichnung fehlt. Diese Regelung dient dem Schutz aller Beteiligten und stellt die Transparenz gegenüber der Community sicher.



Alkoholwerbung

Bei Content, der Alkohol zeigt, halten wir uns an die Leitlinien des deutschen Werberats und weisen alle Personen darauf hin, mit denen wir zusammenarbeiten. Folgende Punkte sollte man dabei umsetzen:

- Wenn technisch möglich, die Einstellungen auf „Ab 18 Jahren“ setzen
- Wenn technisch möglich, die Einstellungen auf „Bezug zu Alkohol“ setzen
- Wenn technisch möglich, die Einstellung so setzen, dass Weiterleitung an Personen unterhalb des gesetzlichen Mindestalters (18 Jahre) ausgeschlossen wird.
- Hinweis am Ende der Caption einfügen: „Dieser Kanal bewirbt alkoholhaltige Getränke und richtet sich an Erwachsene. Teilt die Inhalte deshalb nicht mit Minderjährigen. Wir freuen uns über Interaktionen, werden aber alle Inhalte löschen, die gegen geltendes Recht verstoßen oder nicht mit den Verhaltensregeln des Deutschen Werberats in Einklang stehen.“



Verwendung von Musik

Die Verwendung von Musik auf Social Media, insbesondere Instagram, ist ein heikles und nicht ganz einfaches Thema. Folgend findest du Informationen*, die dir ein bisschen Klarheit verschaffen sollen. Die Textpassagen findest du in ausführlicher Form auf der Website der GEMA.

- „Wenn Sie als Unternehmen Musik in Reels oder einer Story verwenden, ist das nicht privat. Der Fall ist eindeutig. Leider ist es nicht immer so einfach. Zwar gibt es auf Instagram Business Accounts und private Accounts. Doch auch die Aktivitäten auf privaten Accounts können, je nach Ausrichtung, als gewerblich eingestuft werden. Zum Beispiel wenn dort über Produkte berichtet wird. Denken Sie daran: Auch Instagram (Meta) kann nicht definieren, was schlussendlich als kommerziell gewertet wird und was nicht. Das liegt im Ermessen der jeweiligen Rechteinhaber. Deshalb kommt es immer wieder vor, dass die Inhaber:innen der privaten Accounts Abmahnungen von Kanzleien erhalten. Aus Sicht der Anwälte und Rechteinhaber:innen besitzen die Veröffentlichter solcher Reels keine Lizenz für die Musik und haben somit eine Urheberrechtsverletzung begangen.“ ([Link](#))
- „Bevor Sie ein Video mit Musik auf Instagram posten, gehen Sie in sich. Prüfen Sie, ob sich Ihre Aktivitäten auf Social Media nicht vielleicht doch als gewerblich oder „nicht-privat“ einstufen lassen. Ist das der Fall, verzichten Sie vielleicht besser auf den Einsatz von Musik aus Instagrams Musikbibliothek. Influencer und alle, die es werden wollen, sollten außerdem bedenken, dass auch Reels von der Gartenparty als kommerziell angesehen werden können, wenn sie sonst auf dem Account Influencer-typische Inhalte posten.“ ([Link](#))

Was muss ich als Südenscout bei der Verwendung von Musik beachten?

Da du bei Ausflugszielen Vergünstigungen bzw. freie Eintritte erhältst und gleichzeitig den offiziellen Titel „Südenscouts“ besitzt, lassen sich deine Inhalte als „gewerblich“ einstufen.

Dadurch solltest du auch auf den Einsatz von Musik achten, da deine Inhalte als kommerziell angesehen werden können. Verwende im Zweifel keine Musik (sondern vielleicht lieber ein Voice-Over).



Bildrechte

Im Rahmen deiner Tätigkeit als Südenscouts machst du Fotos und Videos in deiner Heimatregion. Dabei gibt es ein paar wichtige Dinge zum Thema Bildrechte und Persönlichkeitsrechte zu beachten, insbesondere bei der Veröffentlichung von Fotos mit Personen oder in geschützten Räumen.*

Personen auf Fotos oder Videos

Grundsätzlich dürfen Bilder, auf denen Menschen erkennbar sind, nur bei Vorliegen einer Rechtsgrundlage angefertigt und veröffentlicht werden – egal ob auf Instagram, in einem Blog oder bei der Weitergabe an Projektpartner (z. B. TMBW, Heimatregion, Tourismuspartner). Das betrifft auch Gruppenbilder oder Schnappschüsse, wenn einzelne Personen im Fokus stehen. Als Rechtsgrundlagen kommen im Bereich Tourismusmarketing vor allem das „berechtigte Interesse“ und die „Einwilligung“ in Betracht.

Ausnahmefälle (dann ist keine Einwilligung nötig):

- Personen als "Beiwerk" in Landschaften oder an öffentlichen Orten (z. B. eine vorbeilaufende Person auf einem Weinfest-Foto – aber nur, wenn sie nicht im Mittelpunkt steht).
- Große Menschenmengen, z. B. bei Festen oder Veranstaltungen – wenn es um das Event als Ganzes geht und keine Einzelperson herausgestellt wird.
- Prominente Personen (z. B. bei öffentlichen Auftritten) im Zusammenhang mit gesellschaftlich relevanten Ereignissen.

Bitte beachte:

- Wird eine Person erkennbar und gezielt abgebildet (z. B. Portrait, Gespräch, Nahaufnahme), ist – bei unserer Aktion – immer eine schriftliche Einwilligung notwendig.
- Keine Fotos veröffentlichen, auf denen Kinder frontal oder erkennbar zu sehen sind – in knapper Kleidung (zB Badekleidung) auch von hinten.
- Eine Einwilligung kann nicht einfach durch Ansprechen vor Ort eingeholt werden – sie sollte schriftlich festgehalten werden, damit sie später auch nachgewiesen werden kann.

Einwilligungen

Für geplante Portraits oder gezielte Aufnahmen von Einzelpersonen frag bei deiner Ansprechperson deiner Heimatregion nach – sie stellt dir entsprechende Formulare zur Verfügung.

Aufnahmen in Innenräumen (z.B. Museen, Schlösser, Ausstellungen)

Innenräume sind oft privat, urheberrechtlich geschützt und/oder stehen unter besonderen Hausordnungen. Bitte beachte daher:

- Immer vorab klären, ob das Fotografieren erlaubt ist – das gilt besonders in Museen, Ausstellungen, Schlössern und historischen Gebäuden. Dabei zusätzlich klären, ob die beabsichtigte Nutzung der Aufnahmen unter dem Label Südenscout genehmigt wird.
- Falls du im Rahmen einer Einladung unterwegs bist (z. B. durch deine Heimatregion oder die TMBW), wurde wegen der Aufnahmerechte meist vorab bei den Einrichtungen nachgefragt – dies wird dir während der Planung mitgeteilt. Am besten ist es immer, wenn du bei der Organisation deiner Ausflüge direkt bei deinem Kontakt oder der Ansprechperson deiner Heimatregion nachfragst.
- Wenn Unsicherheit besteht: Vor Ort oder bei deiner Ansprechperson nachfragen. Lieber einmal zu viel gefragt als zu wenig!



Weitergabe von Bildmaterial an die Projektpartner

In Absprache mit deiner Ansprechperson der Region kann es sein, dass du dein erstelltes Bild- und Videomaterial an die Region weitergibst. Dieses wird dann ggf. in eine regionale Mediendatenbank aufgenommen.

Auf diese Datenbanken können in der Regel auch weitere Partner der Region zugreifen (z. B. Städte, Museen, touristische Anbieter). Daher ist es unbedingt erforderlich, dass die Bildrechte vor der Weitergabe vollständig geklärt sind – insbesondere bei Fotos mit Personen, Innenaufnahmen oder Drohnenaufnahmen.

Wenn du dir nicht sicher bist, ob eine Aufnahme weitergegeben werden darf, frag bitte vorher vor Ort oder bei deiner Ansprechperson der Region nach.

Was passiert bei Verstößen?

Wer unberechtigt Fotos von Personen oder Privateigentum veröffentlicht, riskiert:

- Abmahnungen
- Löschaufforderungen
- Unterlassungs- oder Schadensersatzansprüche

Deshalb ist es wichtig, bei jeder Aufnahme kurz zu überlegen: „Ist die Person erkennbar? Habe ich die Erlaubnis zur Aufnahme und Veröffentlichung – und ggf. zur Weitergabe an die Region?“

Weitere Informationen findest du hier:

- [Das Recht am eigenen Bild | Persönlichkeitsrechte | bpb.de](#)
- [FAQ Fotografieren und Datenschutz – Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Baden-Württemberg](#)
- [Unbemannte Luftfahrtsysteme \(Drohnen\) und Flugmodelle - Regierungspräsidien Baden-Württemberg](#)
- [Wann brauche ich eine Aufstiegsgenehmigung für meine Drohne?](#)



Kontakte

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg

Übergeordnete Organisation der Südenscout-Aktion

- Teresa Richter, t.richter@tourismus-bw.de

Bodensee

- Ines Kuhfeld, ines.kuhfeld@echt-bodensee.de

Im Süden Ganz Oben

- Claire Dengel, claire.dengel@tourimia-tourismus.de

Oberschwaben-Allgäu

- Sarah Rückgauer, rueckgauer@oberschwaben-tourismus.de

Region Stuttgart

- Morwarid Awara, Morwarid.Awara@stuttgart-tourist.de

Schwäbische Alb

- Miriam Gairing, gairing@schwaebischealb.de

Schwarzwald

- Valentina Keller, Keller@schwarzwald-tourismus.info

bwegt

- Kontakt über TMBW (siehe oben)