

Antrag

des Abg. Dr. Erik Schweickert u. a. FDP/DVP

und

Stellungnahme

des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus

Förderung der KI-generierten Markenbotschafterin „Schwarzwald Marie“

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,

1. auf Basis welcher Kriterien sie das Projekt „Schwarzwald Marie“ gefördert hat;
2. auf welcher fachlichen Grundlage dabei sichergestellt wurde, dass diese Kriterien eingehalten werden und insbesondere die Umsetzungsreife und Marktfähigkeit gesichert ist;
3. welche konkreten Leistungs- und Funktionsnachweise (z. B. Prototypen, Tests, Betriebsnachweise) ihr bei erstmaliger und ggf. Folge-Antragsstellung vorlagen;
4. welche Meilensteine und Umsetzungsziele Bestandteil der Förderbewilligung waren (ggf. bitte mit Informationen zu deren Messbarkeit, der Überprüfung, den Zeitpunkten der Überprüfung sowie dem Verantwortlichen für die Überprüfung);
5. inwiefern Konsequenzen vorgesehen waren, wenn diese Meilensteine und Umsetzungsziele nicht oder nur teilweise erreicht wurden;
6. welche konkreten Kostenpositionen/Einzelbausteine durch das Land im Rahmen des Projekts „Schwarzwald Marie“ gefördert wurden (bitte mit Informationen zum jeweiligen Volumen);
7. welche überprüfbaren Leistungen diesen Kostenpositionen/Einzelbausteinen jeweils gegenüberstanden;
8. inwiefern sie aus dem Projekt konkrete Schlussfolgerungen für die zukünftige Ausgestaltung und Kontrolle von Tourismus-Digital- und KI-Förderprojekten zieht;

Eingegangen: 23.1.2026 / Ausgegeben: 23.2.2026

*Drucksachen und Plenarprotokolle sind im Internet
abrufbar unter: www.landtag-bw.de/Dokumente*

Der Landtag druckt auf Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen „Der Blaue Engel“.

9. an welchen Wettbewerben auf Landes-, Bundes- und europäischer Ebene das Projekt „Schwarzwald Marie“ sowie weitere ähnliche Projekte aus Baden-Württemberg teilgenommen haben (bitte mit Informationen zum jeweiligen Ergebnis);
10. welche schriftlichen Bewertungsunterlagen, Protokolle oder Begründungen zu den Juryentscheidungen vorliegen;
11. wie sie sich die unterschiedliche Bewertung desselben Projekts in Landes- und Bundeswettbewerben erklärt;
12. welche Leitlinien für politische Amtsträger zur Wahrung der gebotenen Distanz bei Förderprojekten mit persönlicher Nähe zu Projektverantwortlichen gelten;
13. an welchen Sitzungen von Aufsichtsgremien oder Gesellschafterversammlungen der STG Vertreter der Landesministerien teilnahmen (inklusive Informationen zur Funktion der teilnehmenden Person, der Rolle sowie ggf. den inhaltlichen Beiträgen und der Grundlage der Teilnahme [Mitglied bzw. Einladung]);
14. welche Informationen ihr dazu vorliegen, mit welchem konkreten Prüfauftrag die externe STG-Sonderprüfung beauftragt wurde.

23.1.2026

Dr. Schweickert, Reith, Scheerer,
Bonath, Haag, Haußmann, Hoher,
Dr. Jung, Dr. Rülke FDP/DVP

Begründung

Die Landesregierung hat die KI-generierte Markenbotschafterin „Schwarzwald Marie“ und die Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) in den vergangenen Jahren mit mehreren Millionen Euro Förderung unterstützt. Bei der Ausgestaltung der Förderung sowie der Bewilligungsgrundlage sind dabei verschiedene Fragen aufgetreten. Diesen ist bereits die Drucksache 17/9882 („Förderung der KI-generierten Markenbotschafterin „Schwarzwald Marie“ und der Schwarzwald Tourismus GmbH [STG]“) nachgegangen. Mit dem vorliegenden Antrag möchten die Antragsteller noch offene Fragen beleuchten.

Stellungnahme

Mit Schreiben vom 17. Februar 2026 Nr. D4957/2026 nimmt das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus zu dem Antrag wie folgt Stellung:

Vorbemerkung: Im Zusammengang mit der „Schwarzwald Marie“ und den damit verbundenen grundlegenden Vorarbeiten hat das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus insgesamt drei Anträge auf Projektförderung an die Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) bewilligt (siehe hierzu auch Fragen 5 bis 7, Drucksache 17/9882). Sämtliche Ziffern und die Begründung des vorliegenden Antrags fokussieren sich auf die KI-generierte Markenbotschafterin „Schwarzwald Marie“. Entsprechend bezieht sich die nachfolgende Stellungnahme auf das Projekt „Multimodale Markenkampagne Schwarzwald Marie“ (im Folgenden „Schwarzwald Marie“ genannt), welches auch die KI-generierte Reisebegleiterin „Schwarzwald Marie“ beinhaltet.

*Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,*

1. auf Basis welcher Kriterien sie das Projekt „Schwarzwald Marie“ gefördert hat;

Das Projekt „Schwarzwald Marie“ wurde im Rahmen der „kriteriengebundenen Tourismusmarketingförderung“ des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus gefördert. Antragsberechtigt sind ausschließlich die Destinationsmanagementorganisationen (DMO) der sechs Reiseregionen des Landes, die durch die Erfüllung von allgemein messbaren Kriterien (wie beispielsweise Übernachtungszahlen, Budgethöhe, Mitarbeiterstärke) eine bestimmte Punktezahl erreichen. Die grundsätzliche Förderberechtigung wird unabhängig von der Förderfähigkeit einzelner Projekte festgestellt.

Bei den von den förderberechtigten DMO eingereichten Projekten wird dann eine standardisierte Projektbewertung vorgenommen, um Förderfähigkeit und auch Förderhöhe konkret zu ermitteln. Die Bewertung erfolgt sowohl durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus als auch unabhängig davon durch die Tourismusmarketingexpertinnen und -experten der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW). Die Projektbewertungen orientieren sich dabei maßgeblich an den Handlungsfeldern der Tourismuskonzeption Baden-Württemberg (z. B. zielgruppenorientiertes Marketing, Digitalisierung, Stärkung des Gastgewerbes) bzw. daran, was sie zur Umsetzung dieser beitragen können. Das Projekt „Schwarzwald Marie“ zählt insbesondere auf die Stärkung eines zielgruppenorientierten Marketings für den Schwarzwald in Verbindung mit digitalen Elementen ein.

2. auf welcher fachlichen Grundlage dabei sichergestellt wurde, dass diese Kriterien eingehalten werden und insbesondere die Umsetzungsreife und Marktfähigkeit gesichert ist;

3. welche konkreten Leistungs- und Funktionsnachweise (z. B. Prototypen, Tests, Betriebsnachweise) ihr bei erstmaliger und ggf. Folge-Antragsstellung vorlagen;

Zu den Ziffern 2 und 3 wird aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam Stellung genommen.

Die Tourismusmarketingförderung an die DMO der sechs Reiseregionen zielt vor allem auf die Unterstützung von unterschiedlichen Marketingmaßnahmen bzw. -projekten, die die Bekanntheit und die Besonderheit der jeweiligen Reiseregion in den Fokus rücken und damit potenzielle Gäste ansprechen. Das Projekt „Schwarzwald Marie“ ist ein umfassendes Marketingprojekt der STG für die touristische Vermarktung der Reiseregion Schwarzwald, welches nur einige wenige digitale Elemente wie beispielsweise den Chatbot enthält (siehe hierzu auch Ziffern 6 und 7). Generell ist bei Marketingmaßnahmen eine Wirkungsmessung schwierig, da Kausalitäten in der Realität kaum validierbar sind (z. B. ob die Steigerung von Gästezahlen tatsächlich auf eine konkrete Kampagne zurückzuführen ist). Die Bewertung der beantragten Projekte zielt somit in erster Linie auf die grundsätzliche Umsetzbarkeit des Projekts und der vom Antragsteller dargestellten Ziele ab. Hierbei spielen die Stärkung und zukunftsorientierte Ausrichtung des Tourismus in Baden-Württemberg eine maßgebliche Rolle. Dabei wird auch in neuen und innovativen Wegen eine Chance für den Tourismus in Baden-Württemberg gesehen.

Grundlage der Förderentscheidung waren ein detailliertes Projektkonzept, eine nachvollziehbare Beschreibung der Zielsetzungen und der geplanten Entwicklungsschritte sowie eine fachliche Bewertung des Beitrags zur Umsetzung der Ziele und Handlungsfelder aus der Tourismuskonzeption. Die Entwicklung von Prototypen, KI-gestützter Keyvisuals für Werbe- und Marketingkampagnen, die Konzeption und Umsetzung eines Avatars sowie weitere KI-basierte Anwendungen im touristischen Kontext waren ausdrücklich Inhalt des Projektantrags selbst und daher nicht Voraussetzung für die Antragstellung und Bewilligung. An der grundsätzlichen Umsetzbarkeit des Projekts bestand bei der Antragsprüfung kein Zweifel. Darüber hinaus konnte bei jeder Antragstellung der insgesamt drei Projekte von einer Funktionalität des vorherigen Projekts ausgegangen werden.

4. welche Meilensteine und Umsetzungsziele Bestandteil der Förderbewilligung waren (ggf. bitte mit Informationen zu deren Messbarkeit, der Überprüfung, den Zeitpunkten der Überprüfung sowie dem Verantwortlichen für die Überprüfung);

5. inwiefern Konsequenzen vorgesehen waren, wenn diese Meilensteine und Umsetzungsziele nicht oder nur teilweise erreicht wurden;

Zu den Ziffern 4 und 5 wird aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam Stellung genommen.

Bei dem Projekt „Schwarzwald Marie“ handelt es sich in erster Linie um ein touristisches Marketingprojekt. Dementsprechend liegen die Umsetzungsziele überwiegend im Bereich von marketingfachlich etablierten, quantitativen Leistungskennzahlen wie beispielsweise die Klickrate oder die Aufenthaltsdauer auf der Landingpage (siehe hierzu auch Stellungnahme zu den Ziffern 6 und 7). Gleichzeitig ist die Entwicklung und Implementierung eines Chatbots ebenso ein im Projekt definierter Meilenstein wie die Erstellung von Bild- und Tonmaterial für die Marketingkampagne.

Die Umsetzung dieses Projekts läuft noch bis voraussichtlich Frühjahr 2026. Sechs Monate nach Ende des Bewilligungszeitraums muss die STG alle Unterlagen zur Prüfung des Verwendungsnachweises bei der L-Bank vorlegen. Dabei handelt es sich – wie bei der Projektförderung üblich – um einen zahlenmäßigen Nachweis und einen Sachbericht, welcher auch die Zielerreichung aus Sicht des Projektträgers (in diesem Fall die STG) beinhaltet. Alle Unterlagen werden anschließend dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus zur abschließenden Prüfung vorgelegt. Wenn die Prüfung keine Beanstandungen ergibt, gilt das Projekt als abgeschlossen.

Bei einer nicht dem Zuwendungszweck entsprechenden Verwendung der Mittel behält sich der Zuwendungsgeber, in dem Fall das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus, vor, den Zuwendungsbescheid ganz oder teilweise zu widerrufen. Eine eventuelle Rückforderung von Zuschüssen und die Erhebung von Zinsen bleiben bis zur Prüfung des Verwendungsnachweises vorbehalten.

6. welche konkreten Kostenpositionen/Einzelbausteine durch das Land im Rahmen des Projekts „Schwarzwald Marie“ gefördert wurden (bitte mit Informationen zum jeweiligen Volumen);

7. welche überprüfbaren Leistungen diesen Kostenpositionen/Einzelbausteinen jeweils gegenüberstanden;

Zu den Ziffern 6 und 7 wird aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam Stellung genommen.

Die folgenden Bausteine zu dem Projekt „Multimodale Markenkampagne Schwarzwald Marie“ wurden im Zuwendungsbescheid festgehalten:

Projektbausteine	Gesamtkosten 2024 lt. Antrag	Gesamtkosten 2025 lt. Antrag
Konzept & Strategie¹	15 000,00 Euro	
Feasibility¹ – Umsetzung/ Setup Strategie/Konzeption, laufender Check der technischen Machbarkeiten und Anpassung der Maßnahmen	15 000,00 Euro	
Setup Technik¹ (Aufsetzen Struktur und Inhalte in SP Generate)	50 000,00 Euro	

¹ In den mit der Ziffer 1 gekennzeichneten Projektbausteinen sind teilweise Kosten für den Chatbot enthalten.

Projektbausteine	Gesamtkosten 2024 lt. Antrag	Gesamtkosten 2025 lt. Antrag
Technische Umsetzung¹ (Schnittstellen, Technikkosten, ...)	50 000,00 Euro	
Laufendes Qualitäts- & Projektmanagement Künstliche Intelligenz¹	20 000,00 Euro	15 000,00 Euro
Medialeistung		
• Google Search Ads	10 000,00 Euro	10 000,00 Euro
• Facebook & Instagram Video, Video Ads, Story Ads, Reels	17 000,00 Euro	8 000,00 Euro
• YouTube Bumper Ads	17 000,00 Euro	8 000,00 Euro
• Programmatic Advertising HTML5 Banner	25 000,00 Euro	
• Connected TV (CTV) Pre-Rolls (Big Screen Video Ads)	30 000,00 Euro	
• Digital Out of Home (DOOH) PV Infoscreen, PV Station	100 000,00 Euro	
• Mobile Advertising durch interaktives Mobile Ad	45 000,00 Euro	
Kampagnenmanagement (inkl. Strategische Mediaplanung im Hinblick auf Möglichkeiten der KI-Nutzung, Mediabuchung, Kampagnenabwicklung, laufende Optimierungen, Controlling, Reporting)	60 000,00 Euro	8 000,00 Euro
Umsetzung weiterer Maßnahmen auf Basis von Erfahrungswerten von 2024²		20 000,00 Euro
Shooting & Postproduction	6 000,00 Euro	
Projektbezogene, zusätzliche Personalkosten	14 000,00 Euro	14 000,00 Euro
Summe:	474 000,00 Euro	83 000,00 Euro
Die zuwendungsfähigen Gesamtausgaben wurden im Zuwendungsbescheid festgelegt auf:		557 000,00 Euro
Hinweis: Der Zuwendungsempfänger ist nach eigenen Angaben vorsteuerabzugsberechtigt. Die dargestellten Ausgaben erhalten deshalb nicht die gesetzliche Mehrwertsteuer (gemäß VV 2.2.1 zu § 44 Landeshaushaltsordnung Baden-Württemberg).		

¹ In den mit der Ziffer 1 gekennzeichneten Projektbausteinen sind teilweise Kosten für den Chatbot enthalten.

² Bei den zusätzlich umgesetzten Maßnahmen handelt es sich nach Auskunft der STG um Mediamaßnahmen insbesondere im Bereich Connected TV und Dooh. Die genaue Planung der zu nutzenden Kommunikationskanäle war zum Zeitpunkt der Antragstellung noch nicht möglich.

Den relevanten Kostenpositionen und Projektbausteinen standen im Rahmen der Antragstellung bei der projektverantwortlichen STG definierte und überprüfbare Leistungen gegenüber. Wie bei Marketingprojekten üblich wurden hierfür quantitative Leistungskennzahlen herangezogen, die eine transparente Bewertung von Reichweite, Relevanz und Effizienz ermöglichen. Dazu zählen insbesondere die Click Through Rate (CTR), der Cost per Click (CPC), die Anzahl der Impressionen sowie die Aufenthaltsdauer auf den jeweiligen Landingpages. Diese Kennzahlen werden bei der projektverantwortlichen STG im Rahmen der Umsetzung des Projekts fortlaufend erhoben und ausgewertet und erlauben eine Vergleichbarkeit mit Maßnahmen aus den Vorjahren sowie eine kontinuierliche Erfolgskontrolle. Ergänzend zu diesen quantitativen Indikatoren werden qualitative Leistungsaspekte berücksichtigt, etwa die technische Funktionsfähigkeit der entwickelten KI-Anwendungen, deren inhaltliche Konsistenz, Praxistauglichkeit sowie der konkrete Nutzen für touristische Anwendungsfälle. Die Leistungen werden im Projektverlauf regelmäßig durch die STG überprüft und dokumentiert. Ziel des Vorhabens ist es, die entwickelten KI-basierten Anwendungen und Marketingmaßnahmen bis zum Projektende schrittweise zu konzipieren, zu testen, weiterzuentwickeln und in den operativen Einsatz zu überführen. Eine finale Abrechnung und Prüfung durch den Zuwendungsgeber kann erst nach Projektende erfolgen.

8. inwiefern sie aus dem Projekt konkrete Schlussfolgerungen für die zukünftige Ausgestaltung und Kontrolle von Tourismus-Digital- und KI-Förderprojekten zieht;

Bei den gewährten Förderungen handelt es sich um Fördermittel im Rahmen der touristischen Marketingförderung des Landes. Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus fördert dieses touristische Marketing auf Landesebene (an die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg und die Heilbäder und Kurorte Marketing GmbH Baden-Württemberg) und auf Ebene der sechs großen Reiseregionen im Land. Ziel der Förderung ist es, den Tourismus in den Reiseregionen und in Baden-Württemberg nachhaltig und zukunftsfähig weiterzuentwickeln. Schwerpunkte der Ausgestaltung und Kontrolle fokussieren sich gemäß der Zielsetzung der Tourismusförderung daher auf den Bereich des Marketings und werden durch die spezifischen projektbezogenen Ziele ergänzt.

Dabei ist es durchaus möglich, dass die DMO auch Marketingprojekte mit digitalen Elementen umsetzen. Aus Sicht der Landesregierung ist es wichtig, dass gerade größere DMO innovative Projekte im Sinne einer Pionierfunktion auf den Weg bringen. Eine spezifische Förderung von Tourismus-Digital- oder KI-Projekten besteht im Rahmen der Tourismusmarketingförderung jedoch nicht, weshalb hier kein Änderungsbedarf gesehen wird. Für reine Digitalisierungs- oder KI-Projekte bestehen darüber hinaus spezialisierte und branchenoffene Förderprogramme, bei denen auch touristische Akteurinnen und Akteure antragsberechtigt sind.

9. an welchen Wettbewerben auf Landes-, Bundes- und europäischer Ebene das Projekt „Schwarzwald Marie“ sowie weitere ähnliche Projekte aus Baden-Württemberg teilgenommen haben (bitte mit Informationen zum jeweiligen Ergebnis);

Die Projektträger bewerben sich eigenständig und ohne Zutun der Landesregierung bei Wettbewerben, die sie für ihr Projekt und ihre Zielsetzung jeweils für geeignet erachten. Nach Auskunft der STG nahm das Projekt „Schwarzwald Marie“ mit dem Projekt KI-generierte Markenbotschafterin an folgenden Wettbewerben teil:

- Deutscher Tourismuspreis des Deutschen Tourismusverbands – DTV (Bundesebene); Ergebnis: Auszeichnung mit dem ADAC-Publikumspreis im Rahmen des Deutschen Tourismuspreises 2025.
- Innovationspreis Tourismus-Verband Baden Württemberg e. V. – TVBW (Landesebene); Ergebnis: Teilnahme ohne Auszeichnung.

Zur Teilnahme anderer ähnlicher Tourismusprojekte aus Baden-Württemberg an verschiedenen Wettbewerben erhält die Landesregierung grundsätzlich keine Information. Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus hat darüber hinaus Kenntnis davon, dass das Projekt „Digitale Intelligenz für Tourismus & Verwaltung im Remstal“ ebenfalls ohne Auszeichnung am Innovationspreis des TVBW teilgenommen hat.

10. welche schriftlichen Bewertungsunterlagen, Protokolle oder Begründungen zu den Juryentscheidungen vorliegen;

Die Landesregierung ist nicht Ausrichter entsprechender Wettbewerbe. Demzufolge liegen hierüber keine Informationen vor.

11. wie sie sich die unterschiedliche Bewertung desselben Projekts in Landes- und Bundeswettbewerben erklärt;

Die Landesregierung ist nicht Veranstalter der Wettbewerbe und kann daher keine Aussagen dazu treffen.

12. welche Leitlinien für politische Amtsträger zur Wahrung der gebotenen Distanz bei Förderprojekten mit persönlicher Nähe zu Projektverantwortlichen gelten;

Die Ministerin und der Staatssekretär im Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus sind in die Entscheidung zu konkreten Projektförderungen im Bereich Tourismusmarketing nicht involviert. Über die Förderfähigkeit und die Förderhöhe einzelner Projekte wird auf Fachebene anhand von transparenten und objektiven Kriterien und unter Beachtung der Landeshaushaltsordnung und der Verwaltungsvorschriften entschieden.

13. an welchen Sitzungen von Aufsichtsgremien oder Gesellschafterversammlungen der STG Vertreter der Landesministerien teilnahmen (inklusive Informationen zur Funktion der teilnehmenden Person, der Rolle sowie ggf. den inhaltlichen Beiträgen und der Grundlage der Teilnahme [Mitglied bzw. Einladung]);

Auf Einladung der STG hat der Staatssekretär des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus als Gast an zwei Aufsichtsratssitzungen am 1. Juli 2024 und am 30. Juni 2025 teilgenommen, um in diesem Gremium über aktuelle tourismuspolitische Themen zu berichten. Die Einladungen fielen terminlich mit der Jahrestagung der STG zusammen, zu welcher der Staatssekretär eingeladen war, um ein Grußwort zu sprechen.

14. welche Informationen ihr dazu vorliegen, mit welchem konkreten Prüfungsauftrag die externe STG-Sonderprüfung beauftragt wurde.

Die STG hat nach eigenen Angaben selbst eine unabhängige externe Sonderprüfung beauftragt, um die erhobenen Vorwürfe objektiv und sachlich aufzubereiten. Ziel dieser Prüfung war es laut Aussage der STG, Transparenz und Nachvollziehbarkeit gegenüber den zuständigen Gremien der STG sowie der Öffentlichkeit herzustellen.

Dr. Hoffmeister-Kraut

Ministerin für Wirtschaft,
Arbeit und Tourismus