

Übersicht



Der Bürgermeister
Hilden, den 01.04.2026
AZ.: I/80-cs

WP 25-30 SV 80/009/1

Antragsvorlage Haushalt bis 31.03.2026

**Antrag Nr. 20 zum Haushalt 2026 der
SPD-Fraktion: Deckelung Produkt
Stadtwerbung**

Für eigene Aufzeichnungen: Abstimmungsergebnis			
	JA	NEIN	ENTH.
CDU			
SPD			
AfD			
Grüne			
FDP			
Linke			
BA Piraten			

öffentlich

Finanzielle Auswirkungen

Organisatorische Auswirkungen

☒ ja
☐ ja

☐ nein
☐ nein

☐ noch nicht zu übersehen
☒ noch nicht zu übersehen

Beratungsfolge:

Ausschuss für Wirtschaftsförderung und
Stadtmarketing
Ausschuss für Finanzen und Beteiligungen
Rat der Stadt Hilden

15.04.2026

Vorberatung

Vorberatung
Entscheidung

Antragstext:

Deckelung der Haushaltsmittel für Produkt 150102 „Stadtwerbung, City-Management, Tourismus“ im Haushaltsjahr 2026

Die SPD beantragt, die im Haushaltsplan 2026 vorgesehenen Mittel für das Produkt 150102 – Stadtwerbung, City-Management, Tourismus auf das Niveau des Haushaltsjahres 2024 zu deckeln.

Der Gesamtaufwand je Einwohner/in wird auf 3,83 € begrenzt (Ist-Wert 2024). Daraus ergibt sich bei rund 58.000 Einwohnern ein maximaler Gesamtaufwand von ca. 222.000 €. Eine darüberhinausgehende Mittelbereitstellung bedarf eines gesonderten Ratsbeschlusses mit nachvollziehbarer Begründung und Darstellung einer entsprechenden Leistungssteigerung.

Erläuterungen zum Antrag:

Die Haushaltsplanentwicklung zeigt eine überproportionale Kostensteigerung. Der Istwert lag 2024 bei 3,83 € je Einwohner/in, im Haushaltsplan 2025 bei 5,67 € und im Haushaltsplan 2026 bei 5,98 €. Dies entspricht einer Steigerung von rund 56 % innerhalb von zwei Jahren. In absoluten Zahlen bedeutet dies eine Erhöhung von ca. 222.000 € im Jahr 2024 auf ca. 347.000 € im Jahr 2026 und damit eine jährliche Mehrbelastung von rund 125.000 €.

Gleichzeitig erfolgt keine personelle Ausweitung. Die Zahl der Vollzeitstellen bleibt konstant bei 2,45 VZÄ. Die Kostensteigerung ist somit nicht durch zusätzliche Personalressourcen begründet. Ausgewählte Leistungskennzahlen zeigen zudem keine entsprechende Entwicklung.

Die persönlichen Kontakte in der Innenstadt sinken von 70 auf 40, die Zahl nicht gewerblicher Aussteller beim Weihnachtsmarkt von 40 auf 35, während die Zentralkennziffer stabil bleibt. Eine zur Kostensteigerung proportionale Leistungsverbesserung ist nicht erkennbar.

Vor dem Hintergrund der angespannten Haushaltslage ist es sachgerecht, freiwillige Leistungen auf ein tragfähiges und nachvollziehbar begründetes Niveau zu begrenzen und vorhandene Effizienzpotenziale zu nutzen. Die Deckelung auf das Niveau von 2024 ermöglicht weiterhin eine arbeitsfähige Ausgestaltung des Stadtmarketings und schafft zugleich Transparenz sowie eine belastbare Grundlage für eine sachliche Evaluierung zukünftiger Mittelbedarfe.

Ergänzende Stellungnahme für die Ratssitzung am 15. April:

In der Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing am 04.03.2026 wurde um nähere Informationen und mehr Transparenz zu den einzelnen Haushaltspositionen gebeten.

Der Antrag verweist unter anderem auf vermeintlich überproportionale Kostensteigerungen im Haushaltsplan. Nachstehend klärt die Verwaltung auf, dass es im Budget Stadtwerbung (Produkt 150102) im Ergebnis keine überproportionale Steigerung gibt bzw. unterscheidet zwischen den im Haushaltsplan dargestellten internen Verrechnungen und den Sachleistungen.

Zudem wird, wie in den Vorberatungen seitens der Ausschussmitglieder gewünscht, die Transparenz hinsichtlich der Sachkosten erhöht.

Starke Veränderungen zwischen 2024 und 2026 sind vor allem bei den Einnahmen (Zeile 05+06), den Personalaufwendungen (Zeile 11), den Aufwendungen für Sach- und Dienstleistungen sowie den sonstigen ordentlichen Aufwendungen zu erkennen (Zeilen 13+16).

Wie in der ursprünglichen Sitzungsvorlage ausgeführt, sind die Aufgaben erst in 2024 von der Stadtmarketing Hilden GmbH in die Verwaltung integriert worden. Für das Jahr 2024 und die operative Tätigkeit im ersten Quartal 2024 fiel nicht bei der Stadtverwaltung, aber noch bei der

Stadtmarketing Hilden GmbH ein Defizit von 74.228,30 € an. Insbesondere wurden dort noch betriebliche Aufwendungen von 36.228,37 € getätigt, unter anderem für Reparaturen und verschiedene Sach- und Dienstleistungen.

Personalaufwendungen, Zeile 11 (fehlerhafte interne Zuordnung)

Der Rat der Stadt Hilden hatte am 21.06.2023 beschlossen, dass die Aufgaben der Stadtmarketing Hilden GmbH in die Verwaltung integriert werden (WP 20-256 SV 01/118). Die operativen Tätigkeiten der GmbH sind zum 31.03.2024 eingestellt worden. In der Verwaltung sind ab dem 1. April 2024 zusätzlich 1,95 Stellenanteile geschaffen worden für die übernommenen Tätigkeiten.

Für die deutlichen Veränderungen der Personalaufwendungen in Zeile 11 gibt es verschiedene Gründe:

- 2024 war ein „Rumpfbjahr“ des Stadtmarketings in der Verwaltung. Die Tätigkeit war nicht im gesamten Kalenderjahr 2024, sondern ab dem 1. April 2024 in die Verwaltung eingegliedert worden.
- Die Stellen(anteile) konnten teils zum 1. April, teils aber auch erst im Jahresverlauf besetzt werden. Wegen der verzögerten Stellenbesetzungen bis in den Spätsommer hinein, fielen in diesem ersten Jahr weniger Kosten an.
- Tarifvertragliche Anpassungen
- Verwaltungsseitig sind die Personalkosten dieser neu geschaffenen Stellen im Ergebnis 2024 verkehrt zugeordnet worden in bestehende Budgets von Bürgermeisterbüro und Wirtschaftsförderung. Die Personalaufwendungen haben sich insoweit nicht erhöht, sondern sind innerhalb des Haushaltsplans anderen, in 2023 bereits bestehenden Budgets, zugeordnet gewesen. Die durch den Rat in seiner Sitzung am 21.06.2023 beschlossenen Stellenanteile sind nicht verändert oder erhöht worden.

Interne Zuordnungen und interne Leistungsverrechnungen

Der Antrag der SPD-Fraktion bezieht in seiner Betrachtung anscheinend interne Leistungsbeziehungen mit ein (Zeilen 11, 27 - 29).

Die für die Gesamtverwaltung bestehenden und intern zugeordneten Personalaufwendungen können nicht über einen veränderten Ansatz im Produkt 150102 reduziert werden. Hierzu bedarf es Änderungen am Stellenplan, wobei auch dann die Personen auf diesen bestehenden Stellen bis auf Weiteres beschäftigt und bezahlt werden müssten.

Ebenfalls nicht unmittelbar verändert werden, können die Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen (Zeile 28). Diese beinhalten beispielsweise Aufwendungen für genutzte Räume, für Soft- und Hardware, Möbel etc. und sind lediglich als interne Leistungsbeziehung dargestellt.

Sachaufwendungen und Einnahmen, Veranstaltungen, Wesentliche Aufgaben

Zeilen 05+06 (Einnahmen) und 13+16 (Aufwendungen)

Die Gesamtaufwendungen für 2024 lagen augenscheinlich niedriger als im Entwurf vorgesehen. Hinzu kommen jedoch die erwähnten betrieblichen Aufwendungen von 36.228,37 € in der damals noch tätigen Stadtmarketing Hilden GmbH. Beispielsweise finanzierte die GmbH im ersten Quartal das Abhängen des Winterlichts und auch erste Ausgaben für den Künstlermarkt, da die Organisation bereits lief und Verträge abzuschließen waren.

Insbesondere lag aber der Haushaltsansatz für 2024 deutlich höher als das dargestellte Ergebnis: In den Haushaltsplänen 2024 und 2025 war ein Ansatz für Sachaufwendungen von insgesamt 184.300 € budgetiert. Dieser Ansatz wurde wegen der nicht besetzten Stellen und dementsprechend noch eingeschränkter Aktivitäten im Übergangsjahr sowie wegen der seitens

der GmbH getätigten Ausgaben nicht ausgeschöpft. Deshalb stehen im Haushaltsplan 2026 im Ergebnis 2024 geringere Beträge, auch wenn der Haushaltsansatz höher gewesen ist. Von einem Haushaltsansatz in Höhe von 184.300 € für das Jahr 2024 waren lediglich 144.759 € ausgegeben worden. Zugleich erreichten auch die Einnahmen nicht den vorgesehenen Ansatz (37.867 € von 52.000 €).

Im Zuge der Sparmaßnahmen für den Haushalt 2025 sind bereits spürbare Kürzungen im Produkt 150102 beschlossen worden:

Der Haushaltsansatz 2025 wurde gegenüber 2024 um insgesamt 23.000 € reduziert. Grundlage dazu war, dass Kosten für die zuvor veranstaltete Modenschau eingespart worden sind und ein erheblicher Sanierungsstau für die Winterlichter teilweise nachgeholt worden war und diese Ansätze entfielen bzw. reduziert werden konnten.

In den Vorberatungen für den Haushaltsentwurf 2026 ging es zu diesem Antrag im Wesentlichen um die Frage der Sachkosten und der Veranstaltungen. Um nicht weiter auf Ansätze, Ergebnisse, interne Leistungsverrechnungen und verkehrt zugeordnete Personalkosten einzugehen, wird nachfolgend erläutert, wofür die Sachausgaben im Wesentlichen verwendet werden.

Ist-Ausgaben 2025 und Refinanzierung

- Ostereiersuche im Stadtpark rund 800 € für Einkäufe (Eier werden gesponsort)
- Künstlermarkt rund 13.500 € für Zelte, Abfall und Dienstleistungen bei Einnahmen aus Standgebühren in nahezu gleicher Höhe.
- Bürgerfestival rund 27.000 € für Bühne, Technik, Dienstleister, Toilettenwagen bei Sponsoring-Einnahmen von 5.700 €.
- Vereins-Weihnachtsmarkt rund 45.000 € für Hütten, Strom, Wasser, Toiletten, Dienstleister, Bühnenprogramm. Die Einnahmen aus Standgebühren belaufen sich auf rund 25.000 €.
- „Lebendiger Adventskalender“ rund 2.500 € für Marketing und Nikolaus-Aktion auf dem Alten Markt (Kooperation mit Feuerwehr)
- „Markt Vibes“ rund 6.000 € für Bühne, Interpreten, Dienstleistungen, Marketing bei Einnahmen aus Kooperation mit Gastronomen und Stadtmarketing Hilden e.V. in Höhe von 4.000 €. (In 2026 werden die Feierabendmärkte an die Stadthalle verlagert.)
- Stadtschmuck: Wimpelketten 2.000 €, Kostenbeteiligung Blumenampeln 4.000 €, Winterlicht Lagerung, Reparatur, Auf- und Abhängung 43.500 € (Kosten für Reparaturen sollen in 2026 niedriger ausfallen, da der Sanierungsstau nahezu erledigt ist.)
- Aktionen Wochenmarkt 1.200 € (werden ab 2026 über eine zusätzliche Marketingpauschale in der Wochenmarktgebühr finanziert)
- „Hilden tanzt“ rund 600 € (Elektrik, Toiletten)
- Werbe-Einnahmen aus Plakatständern und Glasvitrine rund 8.500 €.
- Weitere Ausgaben von rund 15.000 € für Fortbildung, verschiedene Plakatierungsaktionen, Materialkäufe, Arbeitskleidung, Fortbildung, Foto- und Bildrechte, Passantenfrequenzmessung, kleinere Social-Media Werbekampagnen.

Tabellarische Übersicht der Ist-Aufwendungen und Erträge 2025

	Ausgaben	Einnahmen
Ostereiersuche	800 €	
Künstlermarkt	13.500 €	13.500 €
Bürgerfestival	27.000 €	5.700 €
Weihnachtsmarkt	45.000 €	25.000 €
Lebendiger Adventskalender	2.500 €	
Markt-Vibes, Feierabendmarkt	6.000 €	4.000 €
Stadtschmuck, Wimpelketten	2.000 €	
Stadtschmuck, Blumenampeln	4.000 €	
Stadtschmuck, Winterlicht	43.500 €	
Wochenmarkt Aktionen	1.200 €	
Hilden tanzt	600 €	
Einnahmen aus Plakatständern		8.500 €
Sonstiges	15.000 €	
Summe (Zeile 13 + 16)	161.100 €	56.700 €

Einzelne Kleinstpositionen sind nicht enthalten.

Zudem ergeben sich Rundungsdifferenzen.

In 2025 sind die im Haushaltsansatz vorgesehenen Einnahmen erzielt bzw. leicht übertroffen worden. Der Haushaltsansatz für Ausgaben wurde im Sinne wirtschaftlichen Handelns und durch vorher nicht einplanbarer Sponsoring-Mittel nicht vollständig ausgeschöpft.

Für **2026** sind bislang folgende finanzielle Veränderungen bekannt:

- Mittelaltermarkt, Kooperation / Akquise für eine erstmalige Organisation in Hilden, Kostenbeteiligung Infrastruktur und Genehmigungen, 3.000 € (wird in dieser Höhe nicht bestehen bleiben)
- Neuer Do it yourself-Markt wird nach Einnahmen aus Standgebühren voraussichtlich eines Netto-Zuschusses von rund 4.000 € bedürfen.
- Allgemeine Inflation, die teils mit höheren Entgelten kompensiert wird
- Bühnenprogramm Winterdorf bzw. Vereins-Weihnachtsmarkt wird künftig vollständig durch die Betreiber des Winterdorfes organisiert und führt zu einer Kostenersparnis von rund 4.000 €.
- Reparaturkosten für das Winterlicht können voraussichtlich um 5 - 10.000 € reduziert werden, da ein Reparaturstau ganz überwiegend aufgearbeitet werden konnte.

Detailliertere Informationen könnten bei Bedarf z. B. im nichtöffentlichen Teil des Ausschusses für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing diskutiert werden.

gez.

In Vertretung

Sönke Eichner

1. Beigeordneter

Ursprüngliche Stellungnahme der Verwaltung:

Die Verwaltung empfiehlt, den Vorschlag abzulehnen.

Bis März 2024 nahm die Stadtmarketing Hilden GmbH die Aufgaben des Stadtmarketings wahr.

Der Rat der Stadt Hilden hat am 21.06.2023 bei Gegenstimmen aus der SPD-Fraktion mit breiter Mehrheit beschlossen, die Aufgaben der Stadtmarketing Hilden GmbH in die Verwaltung zu integrieren. Gründe dafür, die damit verbundenen Zielsetzungen sowie die Aufschlüsselung der notwendigen Ressourcen sind in der Sitzungsvorlage WP 20-25 SV 01/118 aufgeführt.

Solch ein mutiger Veränderungsprozess ist mit organisatorisch bedingten Verzögerungen verbunden. Die Aufgaben sind im April 2024 übergegangen und entsprechende Stellenanteile in der Verwaltung erst im Jahresverlauf 2024 besetzt worden.

Für sämtliche Stellenanteile, die erst im 2. Quartal und auch erst im 2. Halbjahr 2024 besetzt worden waren, sind in diesem „Startjahr“ bzw. „Rumpfbjahr“ entsprechend deutlich weniger Kosten angefallen („Ist-Wert“). Auch Sachkosten konnten im 1. Quartal noch aus der GmbH heraus finanziert werden.

gez.

Claus Pommer

Bürgermeister

Klimarelevanz:

keine

Inklusionsrelevanz:

keine

Finanzielle Auswirkungen

Produktnummer / -bezeichnung	150102 Stadtwerbung, City-Management, Tourismus			
Pflichtaufgabe oder freiwillige Leistung/Maßnahme	Pflicht- aufgabe	(hier ankreuzen)	freiwillige Leistung	X

Folgende Mittel sind im Ergebnis- / Finanzplan im Haushaltsplanentwurf 2026 (veranschlagt:			
Haushaltsjahr	Zeile Erg.plan	Bezeichnung	Betrag €
2026	17	Ordentliche Aufwendungen	262.235
	28	Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen	69.420
2027	17	Ordentliche Aufwendungen	267.411
	28	Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen	69.568
2028	17	Ordentliche Aufwendungen	272.689
	28	Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen	69.291
2029	17	Ordentliche Aufwendungen	278.073
	28	Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen	69.881
Bei Zustimmung zum Antrag ergeben sich folgende neue Ansätze:			
Haushaltsjahr	Zeile Erg.plan	Bezeichnung	Betrag €
2026	17	Ordentliche Aufwendungen	-112.360
	28	Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen	= 149.875 -6.6954 = 63.186
2027	17	Ordentliche Aufwendungen	-117.536
	28	Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen	= 149.875 -6.382 = 63.186
2028	17	Ordentliche Aufwendungen	-122.814
	28	Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen	= 149.875 € -6.105 = 63.186
2029	17	Ordentliche Aufwendungen	-128.198
	28	Aufwendungen aus internen Leistungsbeziehungen	= 149.875 -6.695 = 63.186

Stehen Mittel aus entsprechenden Programmen des Landes, Bundes oder der EU zur Verfügung? (ja/nein)	ja (hier ankreuzen)	nein X
Freiwillige wiederkehrende Maßnahmen sind auf drei Jahre befristet. Die Befristung endet am: (Monat/Jahr)		

Wurde die Zuschussgewährung Dritter durch den Antragsteller geprüft – siehe SV?	ja X	nein (hier ankreuzen)
Finanzierung/Vermerk Kämmerer		