

Magistratsvorlage

Wissenschaftsstadt
Darmstadt



Eingang Magistrats- geschäftsstelle: 23.01.2026	an den Magistrat ☐ zur Kenntnis ☒ zur Beschlussfassung	Beteiligt vor Magistratsbeschlussfassung:
Dezernat I Amt: Rechtsamt - Stadtwirtschaftskoordina- tion	an die Stadtverordnetenversammlung ☐ OBW zur Befassung ☒ zur Kenntnis ☐ zur Beschlussfassung ☐ zur abschließenden Beschluss- fassung Fachausschuss Behandlung in Ja Nein öffentl. Sitzung ☒ ☐	Dezernat IV Amt für Interne Dienste ☐ OBW bei abschl. Beschlussfassung Magistrat
Verteiler:	Ja Nein Internetfähig ☒ ☐	Vorlage-Nr. 2025/0316 Magistratsbeschluss-Nr.
Produkt-Nr.: Kostenstelle: Kostenträger:		
Investitionsnummer: Sachkonto:		

Betreff: Wahrnehmung des Aufgabenbereiches "Wirtschaftsförderung und Standortmarketing" des Amtes für Wirtschaft und Stadtentwicklung der Wissenschaftsstadt Darmstadt durch die Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH

Vorlage vom: 12.01.2026

Beschlussvorschlag:

1. Der Aufgabenbereich „Wirtschaftsförderung und Standortmarketing“ des Amtes für Wirtschaft und Stadtentwicklung der Wissenschaftsstadt Darmstadt (Amt 15) wird durch die Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH im Rahmen eines echten Betriebsführungsvertrages wahrgenommen.
2. Die bisher in der Stellenübersicht des Amtes für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung für den Aufgabenbereich „Wirtschaft und Standortmarketing“ geführten Stellen im Umfang von 5,5 VZÄ werden mit einem „kw Vermerk“ versehen und der Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH beigestellt.

3. Die entsprechenden Personalaufwendungen (ohne Arbeitsplatzkosten) in Höhe von aktuell 519.904,24 EUR sind weiterhin von der Wissenschaftsstadt Darmstadt zu tragen und dementsprechend im Haushalt zu etatisieren.

Anlagen:

Datenschutzrelevante Anlage: ☐

Folgekosten: ☐ Ja ☐ Nein

Zusätzlich für alle Vorlagen aus dem Bereich des Hochbaus anzugeben:

Klimarelevanz des Vorhabens:

Auswirkungen auf Stadtklima: ☐ ja ☐ nein

Auswirkungen auf THG-Emissionen: ☐ gering¹⁾ ☐ mittel/groß²⁾

Beteiligung Amt f. Klimaschutz & Klimaanpassung: ☐ ja ☐ nein

Zusätzlich bei Beschlüssen zur Baufreigabe:

Wurden Optimierungspotentiale ausgeschöpft? ☐ ja ☐ nein

Falls nein, Kompensationsmaßnahmen festgelegt? ☐ ja ☐ nein

1) bis 10 Tonnen Kohlendioxid-Äquivalente (CO_{2e}) pro Jahr, 2) über 10 Tonnen CO_{2e} pro Jahr.

Beschluss des Magistrats vom

Begründung zur Magistratsvorlage vom 12.01.2026

Ausgangslage:

Die Stadtverordnetenversammlung hatte am 3. April 2025 das Haushaltssicherungskonzept 2025/2026 ff. beschlossen (MV 2025/0102). Eine der Maßnahmen gemäß der Maßnahmenliste war die Neuorganisation des Wirtschaftsförderungsbereiches bzw. die Prüfung und Optimierung der Schnittstellen zwischen Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung und der Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH. Das Ergebnis dieser Prüfung wird im Folgenden vorgestellt.

Innerhalb des Amtes für Wirtschaft und Stadtentwicklung ist die Wirtschaftsförderung Ansprechpartnerin für die Wirtschaft, stellt Informationen zum Standort Wissenschaftsstadt Darmstadt zur Verfügung, macht Werbung für den Wirtschaftsstandort Darmstadt, ist Lotse durch Behörden, bietet Bürokratieberatung und berät und betreut die heimische Wirtschaft.

Wirtschaftsförderung bedeutet Unterstützung bei Erweiterungsmaßnahmen und Verlagerungen, Beratung und Hilfestellung bei Ansiedlungsvorhaben sowie die Vermittlung von gewerblichen Flächen und Objekten. Ferner werden Existenzgründungen in Kooperation mit dem Technologie- und Gründerzentrum Verwaltungs-GmbH (HUB 31) begleitet. Weiterhin berät die Wirtschaftsförderung stadtintern in Angelegenheiten der Wirtschaft und betreut regionale Kooperationen und Einzelprojekte.

Auch die Einzelhandelsentwicklung einschließlich der Erarbeitung und Fortentwicklung von Einzelhandels- und Zentren Kompetenzen ist ein Arbeitsfeld der Wirtschaftsförderung.

Die Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH (im Folgenden: Darmstadt Marketing) ist eine 100%-ige Tochtergesellschaft der Wissenschaftsstadt Darmstadt. Sie hat ein Stammkapital in Höhe von 50.000 EUR und betreibt seit 2006 deren Stadt- und Touristikmarketing. Dazu gehören insbesondere die Erarbeitung von grundlegenden Marketingstrategien, die Konzeptionierung, Anregung und Durchführung von Maßnahmen zur Image- und Stadtwerbung, die Vermarktung der Werberechte auf kommunalen Flächen, die touristische Vermarktung der Destination Darmstadt sowie die Kooperation mit Gewerbevereinen, die Koordination von öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen privater und öffentlicher Unternehmen der Stadt und die Beteiligung von übergreifenden Werbemaßnahmen der Region.

Vorteile der Wahrnehmung der Wirtschaftsförderung durch die Darmstadt Marketing:

Es gibt verschiedene Gebietskörperschaften, die im Bereich der Wirtschaftsförderung und des Standortmarketings eng mit einer privatrechtlich organisierten Tochtergesellschaft zusammenarbeiten. Grund hierfür ist häufig die größere Nähe zur Wirtschaft bzw. die damit verbundene Akzeptanz der Wirtschaft vor Ort. So haben z.B. die Stadt Frankfurt am Main und der Landkreis Bergstraße eigene Tochtergesellschaften für die Wirtschaftsförderung. In diesem Zusammenhang kann auch die „FrankfurtRheinMain GmbH – International Marketing of the Region“ genannt werden, in der die Wissenschaftsstadt Darmstadt Mitgesellschafter ist.

Diese Vorteile sollen auch für die Wirtschaftsförderung der Wissenschaftsstadt Darmstadt genutzt werden. Aus diesem Grund soll zukünftig die Aufgabe der Wirtschaftsförderung und des Standortmarketings von der Darmstadt Marketing wahrgenommen werden.

Durch die Konzentration der Aufgaben können bereits bestehende Kontakte und Sponsoren der Gesellschaft sowie deren unternehmerisches Netzwerk - wie z.B. der Marketingbeirat, das Hoteltreffen und Gaststättennetzwerk - auch für die Aufgaben der Wirtschaftsförderung genutzt werden. Auch kooperiert die Darmstadt Marketing mit der Technologie- und Gründerzentrum Verwaltungs-GmbH (HUB 31).

Der Magistrat der Wissenschaftsstadt Darmstadt misst der Wirtschaftsförderung eine zentrale Rolle für die Zukunftsfähigkeit der Stadt und ihrer wirtschaftlichen Entwicklung bei. Auch was die Stärkung der Finanzkraft der Kommune angeht. Auch im Zuge des Prozesses der Haushaltskonsolidierung ist es geboten die Wirtschaftsförderung neu zu strukturieren und als prüfende Maßnahme zur weiteren Haushaltskonsolidierung anzugehen. Ziel der Wirtschaftsförderung ist, möglichst gute Bedingungen zu gestalten, um die Wirtschaftskraft vor Ort zu stärken. Eine gute Wirtschaftsförderung soll durch die Stärkung der Wirtschaft Arbeitsplätze in Darmstadt sichern und aufbauen. Mit der Stärkung der Wirtschaft soll auch die Gewerbesteuerzahllast in Darmstadt erhöht und weiter gestärkt werden. Im Rahmen der Haushaltskonsolidierung wurden für die Maßnahme mind. 100 TEUR an wirtschaftlichem Beitrag durch GE/CON GmbH ermittelt.

Durch die Wirtschaftsförderung wird die Qualität der Wissenschaftsstadt Darmstadt als attraktiver Standort für Unternehmen und Fachkräfte herausgestellt und die Marke „Wissenschaftsstadt Darmstadt“ wird gezielt eingesetzt.

Die fachlichen Aufgaben und Anforderungen an die Wirtschaftsförderung sind auch aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Situation nicht nur erheblich gewachsen, die Aufgabe der Wirtschaftsförderung hat sich auch weiter professionalisiert. Entsprechend hat ihre öffentliche Beachtung zugenommen. Regionalwissenschaftliche Vergleichsuntersuchungen belegen das große Potential und die Chancen der Wirtschaftsförderung. Mit fundierten Konzepten und Maßnahmen kann eine Wirtschaftsfördereinrichtung lokale wie regionale Rahmenbedingungen aktiv beeinflussen und nachhaltig gestalten. Zielgerichtete Aktivitäten der Wirtschaftsförderung können wesentlich dazu beitragen, Unternehmen zu unterstützen und zu fördern und so den Wirtschaftsstandort langfristig zu stärken.

Sowohl die Darmstadt Marketing als auch die bisherige Wirtschaftsförderung haben die Aufgabe, mit ihren Maßnahmen die Wirtschaft zu beleben. Mit der Begründung einer eigenen Sparte Wirtschaftsförderung in der Darmstadt Marketing wird die Grundlage geschaffen, um diesen Aufgabenbereich in einem themenverwandten Umfeld zu stärken. Die Wirtschaftsförderung steht angesichts des gesamtwirtschaftlichen Strukturwandels, aber auch der Transformation der Innenstadt, vor der Notwendigkeit einer organisatorischen Neuausrichtung.

Es soll beispielsweise ein aktives Cluster-/Netzwerkmanagement aufgebaut werden. Die bestehenden Cluster in den Branchen Chemie/Pharma/Biotech, IT/Software, Maschinenbau/Elektrotechnik, Haarkosmetik sowie Weltraum- und Satellitentechnik, ergänzt um die Bereiche Energie-/Umwelttechnik/Nachhaltigkeit werden fortgeschrieben und um neue Teilcluster ergänzt. Ein Augenmerk gilt dem Aufbau eines Teilclusters Sensorik, insbesondere mit Bezug zu Maschinenbau und Elektrotechnik. Weitere Teilcluster bestehen im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie. Die wirtschaftlichen und

wissenschaftlichen Ansiedlungen in den Bereichen Künstliche Intelligenz und Cybersicherheit am Standort bieten eine sehr gute Grundlage für den weiteren Ausbau in Darmstadt. Das schon bestehende Cluster Tourismus, Hotellerie und Gastronomie erfährt durch das geplante Besucherzentrum des ESOC zusätzliche Impulse und wird gezielt weiterentwickelt.

Die Attraktivitätssteigerung Darmstadts für bestehende Unternehmen und neue Ansiedlungen bleibt ein wesentliches Ziel. Weiterhin gilt, dass die Wirtschaftsförderung erster Ansprechpartner für Unternehmen in allen Fragen zu Verwaltungsabläufen und Genehmigungen bleibt. Hier ist die Verbindlichkeit weiter zu verbessern. Es ist ein stetiger Prozess, den Standort Darmstadt zu stärken, um für Unternehmen und Fachkräfte attraktiv zu sein und zu bleiben.

Es können die Kompetenzen des bei der Darmstadt Marketing bereits vorhandenen Beirates, der Mitgliedschaft in den Netzwerken des Deutschen Städtetages (Fachkommission Wirtschaftsförderung und Konferenz Tourismus), in den Ausschüssen der IHK (Industrie, Forschung und Innovation, Handel, Tourismus), im Marketingclub Südhessen, Hessischen Unternehmerverband sowie Senat der Wirtschaft genutzt werden. Weiterhin werden Doppelstrukturen abgebaut und die in beiden Einheiten vorhandenen Kompetenzen zusammengeführt. Diese können zum gegenseitigen Nutzen verstärkt werden. Schlankere Organisationsabläufe und ein effizienterer Personaleinsatz sind möglich.

Auch das Standortmarketing kann Synergien mit dem City-, Stadt- und Touristikmarketing nutzen. Der 2024 entwickelte Slogan „DA staunst du.“ verbindet bereits aktiv das Welterbe Mathildenhöhe Darmstadt mit der Innenstadt, den Bereichen Handel/Hotellerie/Gastronomie und wird über Partnerschaftsmodelle mit den Bereichen Wissenschaft und Wirtschaft erweitert.

Das Konzept wird in einer separaten Magistratsvorlage zur Kenntnis gegeben. In dem Zuge soll der Beirat zu einem Wirtschaftsbeirat erweitert werden.

Durch die Nutzung und Optimierung bereits vorhandener Strukturen werden die Kosten sehr geringgehalten. Einerseits ergibt sich mit der Umsetzung der Beschlussvorschläge zwar keine direkte Haushaltseinsparung, gleichwohl wird damit die Wirtschaftsförderung gestärkt, Neuansiedlungen gefördert, bereits vorhandene Unternehmen unterstützt und damit die Basis für die Wissenschaftsstadt Darmstadt essenziellen Gewerbesteuer- und Lohnsteuer-einnahmen gestärkt.

Umsetzung

Der Gegenstand des Unternehmens im Gesellschaftsvertrag der Darmstadt Marketing muss für die beschriebene Beauftragung nicht angepasst werden, da dieser in § 2 Abs. 2 bereits die Möglichkeit der Erbringung von Dienstleistungen für die Wissenschaftsstadt Darmstadt auf vertraglicher Grundlage enthält.

Die Umsetzung der Struktur wird zum nächstmöglichen Zeitpunkt angestrebt. Der Betrauungsakt der Darmstadt Marketing wird dahingehend überprüft werden.

Es soll ein Betriebsführungsvertrag zwischen der Wissenschaftsstadt Darmstadt und der Darmstadt Marketing abgeschlossen werden. Durch einen Betriebsführungsvertrag beauftragt die Betriebseigentümerin, hier die Wissenschaftsstadt Darmstadt, eine andere Einrichtung (Darmstadt Marketing), einen (Teil-)Betrieb der Stadt für deren Rechnung zu führen. Wenn die Betriebsführerin hierbei im Namen der Betriebseigentümerin auftreten soll,

spricht man von „echter“ Betriebsführung, wenn sie im eigenen Namen handeln soll, von „unechter“ Betriebsführung.

Die Ausgestaltung der vertraglichen Abrede entscheidet darüber, ob die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer des zu führenden Betriebs bei der Betriebseigentümerin (Stadt) verbleiben (echte Betriebsführung) oder aber durch Betriebsübergang nach § 613a BGB auf die Betriebsführerin übergehen (unechte Betriebsführung).

Um gerade den Betriebsübergang und dessen dienst- und arbeitsrechtlichen Folgen zu vermeiden, wird im vorliegenden Fall die echte Betriebsführung gewählt. Das bestehende Personal verbleibt damit bei der Wissenschaftsstadt Darmstadt und wird im Rahmen des Auftragsverhältnisses beigestellt.

Die Arbeits- und Dienstverträge zwischen der Wissenschaftsstadt Darmstadt und den für den Aufgabenbereich Wirtschaftsförderung und Standortmarketing zuständigen Beschäftigten werden durch den echten Betriebsführungsvertrag nicht berührt. Die Stellen verbleiben im Stellenplan des Amtes 15 und werden mit „kw-Vermerk“ versehen. Sobald Stellen vakant werden, wird der kw-Vermerk wirksam. Nachbesetzungen erfolgen dann bedarfsbezogen durch die Darmstadt Marketing. Es ist vorgesehen, dass die Beschäftigten von der Stadt an die Darmstadt Marketing unentgeltlich beigestellt werden.

Eine nicht steuerbare Beistellung von Personal der Wissenschaftsstadt Darmstadt (Auftraggeber) ist möglich, da das Personal von der Darmstadt Marketing nur zur Erbringung der beauftragten Leistung an den Auftraggeber eingesetzt wird. Die Entlohnung des überlassenen Personals muss weiterhin ausschließlich durch den Auftraggeber erfolgen. Den Voraussetzungen wird in der Vertragsgestaltung Rechnung getragen.

Die Personalaufwendungen betragen 519.904,24 EUR für 2026 und sind weiterhin von der Wissenschaftsstadt Darmstadt zu tragen.

Der Personalrat, die zuständige Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte sowie die Schwerbehindertenvertretung wurden gem. Hessisches Personalvertretungsgesetz (HPVG), Hessisches Gleichberechtigungsgesetz (HGIG) und Sozialgesetzbuch (SGB) IX beteiligt.

Aufsicht

Die Aufsicht über die Darmstadt Marketing wird weiterhin durch deren Aufsichtsrat ausgeübt. Der Aufsichtsrat hat sich mit dem Sachverhalt am 02.12.2025 befasst.

Ein Geschäftsbericht wird jährlich der Stadtverordnetenversammlung vorgelegt.

Errichtung eines Beirates für die Wirtschaftsförderung

Der bisherige Marketing-Beirat der Gesellschaft bleibt bestehen. Zudem soll ein Wirtschaftsförderungs-Beirat errichtet werden. Dessen Aufgabe ist es, den Geschäftsbereich „Wirtschaftsförderung“ der Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing GmbH bei seiner inhaltlichen Ausrichtung zu beraten. Wesentliche Aufgabe des Beirates wird es sein, den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Darmstadt zukunfts- und wettbewerbsfähig zu gestalten.

Das Ziel ist eine starke Verankerung im Wirtschaftsstandort über eine strategische Besetzung des Beirates. Dieser soll ein Abbild der Wirtschafts- und Wissenschaftslandschaft in Darmstadt sein. Deshalb sollte der Beirat nicht nur aus politischen Vertreterinnen und Vertretern bestehen, sondern sich auch aus den unterschiedlichsten Wirtschafts- und Wissenschaftsbereichen der Stadt zusammensetzen.

Der Beirat

- unterstützt bei der Weiterentwicklung,
- ist Forum für strategische Diskussionen mit Blick auf den Wirtschaftsstandort und
- stellt den Wissenstransfer von und zu den Stakeholdern sicher.

Mögliche Zusammensetzung:

Der Beirat besteht aus ca. 30 Mitgliedern. Neben politischen Vertretungen sollen insbesondere auch die Stadtwirtschaft, die Berufsverbände, die Branchenvereinigungen und Institutionen der Darmstädter Wirtschaft, der Bildungs- und Wissenschaftsbereich sowie die Gewerkschaften berücksichtigt werden.

Der Beirat tagt mindestens zweimal im Jahr auf Einladung des Vorsitzenden. Der Vorsitzende des Beirates ist kraft Amtes der Vorsitzende des Aufsichtsrates der Gesellschaft. Stellvertretende Vorsitzende sind der Präsident der IHK Darmstadt und die Präsidentin der Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main.

Politische Vertreterinnen und Vertreter	Stadtwirtschaft	Wirtschaft + Wissenschaft
• Oberbürgermeister • Landrat LaDaDi • Stadtkämmerer • Wirtschaftsdezernent • Ordnungsdezernent • Planungsdezernent • Vorsitzende des Ausschusses für Wirtschaftsförderung • Sonstige polit. Vertretungen, die Mitglieder im Aufsichtsrat sind.	<u>Mitglieder von Vorstand bzw. Geschäftsführung der folgenden Gesellschaften:</u> • Wissenschaftsstadt Darmstadt • Marketing GmbH • Heag Holding AG • ENTEGA • bauverein • HEAG Mobilo • HUB 31 • Darmstadtium	<u>Wirtschaftsverbände</u> • PräsidentIn & Hauptgeschäftsführung IHK/HWK • Vorsitz DGB, IG Metall • GF Agentur für Arbeit • GF DEHOGA • VV Sparkasse Darmstadt und Dieburg/Volksbank Darmstadt Mainz <u>Leitbranchen</u> • Merck KGaA (Chemie und Pharma) • Evonik Industries AG (Spezialchemie) • Deutsche Telekom AG (Telekommunikation) • Döhler GmbH (Getränke und Lebensmittel) • CA Technologies (Software) • Hottinger Baldwin Messtechnik (HBM) (Messtechnik) • Schenck Process (Anlagenbau und Verfahrenstechnik) • ESA + ESOC (Raumfahrt) • n.a. (Energie-/ Umwelttechnik/ Nachhaltigkeit) <u>Handel + Gewerbe</u> • Vorsitzende der Gewerbevereine • GF FrankfurtRheinMain GmbH <u>Wissenschaft</u> • Präsidenten der TU, h_da, Evangelische Hochschule Darmstadt

Dezernat I

Dezernat IV

Hanno Benz
Oberbürgermeister

André Schellenberg
Stadtkämmerer