

JAHRESGESCHÄFTS- BERICHT 2025



DHB - NETZWERK HAUSHALT
LANDESVERBAND HESSEN E. V.

BERUFSVERBAND DER HAUSHALTSFÜHRENDEN



DHB –
Netzwerk
Haushalt

Landesverband Hessen e.V.

VORWORT

SEHR GEEHRTE LESERINNEN UND LESER,

das zurückliegende Berichtsjahr war für unseren Verband von wichtigen Veränderungen, vielfältigen Aufgaben und richtungsweisenden Entscheidungen geprägt. Gemeinsam konnten wir an uns gestellte Herausforderungen bewältigen und gleichzeitig die Weichen für die Zukunft stellen.

Ein besonderer Dank gilt allen hauptamtlichen und ehrenamtlichen Mitarbeitenden. Mit großem Engagement, Fachkompetenz und persönlichem Einsatz haben sie wesentlich dazu beigetragen, unsere Aufgaben erfolgreich zu erfüllen und unsere Ziele zu verfolgen. Ihr Einsatz ist das Fundament unserer Arbeit und verdient höchste Anerkennung.

Das Berichtsjahr war zugleich von mehreren bedeutenden Meilensteinen geprägt. Langjährige Projekte wurden erfolgreich abgeschlossen. Dies schafft nun Raum für neue Vorhaben und Entwicklungen.

Gleichzeitig brachte die Wahl eines neuen Vorstandes sowie die Neubesetzung der Stelle der Geschäftsführung wichtige personelle Veränderungen mit sich.



02

Mit neuen Impulsen und frischen Perspektiven möchten wir die erfolgreiche Arbeit der vergangenen Jahre fortführen und unseren Verband zukunftsfähig weiterentwickeln.

Somit sind die Voraussetzungen, den wachsenden Anforderungen an unsere Arbeit auch künftig professionell und nachhaltig zu begegnen, geschaffen.

Die vielfältigen Herausforderungen des vergangenen Jahres haben einmal mehr gezeigt, wie wichtig Zusammenhalt, Verlässlichkeit und das Engagement vieler Menschen sind. Gemeinsam ist es gelungen, Bewährtes fortzuführen, Veränderungen aktiv zu gestalten und unseren Verband zukunftsorientiert aufzustellen.

Die vergangenen Monate haben zudem gezeigt, dass Veränderungen immer auch Chancen bieten. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern, Mitarbeitenden, Ehrenamtlichen und Partnern blicken wir zuversichtlich auf die kommenden Aufgaben. Wir danken allen, die uns auf diesem Weg begleitet und unterstützt haben, und freuen uns darauf, die Zukunft unseres Verbandes weiterhin gemeinsam zu gestalten.

Korbach
im Juli 2026
Anne Mitschulat
1. Vorsitzende

DER VERBAND

Seit über 75 Jahren setzen sich der Verband, seine Mitglieder sowie seine haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitenden engagiert für die Belange der Verbraucherinnen und Verbraucher in Hessen ein.

Die Mitgliederversammlung des DHB Hessen hat in ihrer satzungsgemäß einberufenen Sitzung beschlossen, die Leitung des Verbandes künftig nicht mehr in der klassischen hierarchischen Vorstandsstruktur mit einer Vorsitzenden an der Spitze zu organisieren, sondern den Verband als gleichberechtigtes Vorstandsteam zu führen. Die Satzung wurde entsprechend angepasst.

DAS VORSTANDSTEAM DES LANDESVERBANDES SEIT AUGUST 2025

Vorstandsteam	Zohreh Rezvani-Thürck, Rodgau Carina Unger, Dreieich Gudrun Heuser, Kassel Catalina Schindler, Staufenberg
Kraft Amtes	Eva Alince Bildungswerk Hessen e.V. Eva Hack MenschWert! e.V. Anne Mitschulat Vorsitzende „Förderverein Frauen in Notsituationen“ im DHB - Netzwerk Haushalt, LV Hessen e.V.

Die Amtszeit der gewählten Vorstandsmitglieder endet satzungsgemäß im Jahr 2028.

04

MITGLIEDSCHAFTEN IN VERBÄNDEN UND GREMIEN

- Landesvereinigung Milch Hessen e.V.
- LandesFrauenRat Hessen
- Verbraucherzentrale Hessen e.V.
- Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

DHB - NAHE GREMIEN AUF LANDESEBENE

- Bildungswerk Hessen e. V.
- MenschWert! e. V.
- Förderverein Frauen in Notsituationen im DHB - Netzwerk Haushalt, Landesverband Hessen e. V.
- Beirat der Fini Pfannes - Stiftung



VERWALTUNG

Seit Juli 2025 wird die Landesgeschäftsstelle von einer **neuen Geschäftsführerin** geleitet. Mit diesem Führungswechsel hat sich die Geschäftsstelle personell neu aufgestellt und die operative Leitung in neue Hände gelegt.

Das Team der Landesgeschäftsstelle besteht insgesamt aus **vier Teilzeitkräften**, die gemeinsam die **laufenden Aufgaben** in Verwaltung, Organisation, Personalwesen und Buchhaltung übernehmen. Ergänzt wird das Team durch zwei Mitarbeiterinnen, die im Homeoffice für die Bereiche **Social Media und Homepage** verantwortlich sind und damit die digitale Präsenz und Außenkommunikation sicherstellen.

Zentrales Arbeitsthema war die **Digitalisierung** der Geschäftsstelle und der Verbraucherberatungsstellen. Im Berichtsjahr lag der Schwerpunkt auf der Planung und Anbahnung: Bedarfsklärung, Auswahl der Systeme und Vorbereitung der Umstellung. Die Umsetzung erfolgt überwiegend im Jahr 2026.

VERBRAUCHERARBEIT

“Beratung und Prävention”

Im Jahr 2025 verzeichnete die Verbraucherberatung des DHB Hessen rund 6.570 Kontakte mit Verbraucherinnen und Verbrauchern. Diese setzten sich aus verschiedenen Formen der Beratung und Information zusammen, darunter:

- **Kurze Beratungsgespräche und Informationsweitergabe**, die überwiegend telefonisch stattfanden
- **Intensive Beratungsgespräche**, meist persönlich vor Ort, teilweise mit mehreren Terminen
- **Rechtsberatungen** durch die kooperierenden Anwältinnen und Anwälte
- **Vorträge und weitere Informations- und Aufklärungsaktivitäten**

DIE BERATUNGSKRÄFTE

Die hauptamtliche Verbraucherarbeit in den sieben Beratungsstellen und ihren Außenstellen wurde im Berichtsjahr von **16 Beraterinnen und Beratern** durchgeführt. Hierbei wurden sie von kooperierenden **Rechtsanwältinnen und -anwälten** sowie einer **Ernährungsberaterin** unterstützt.



give

support

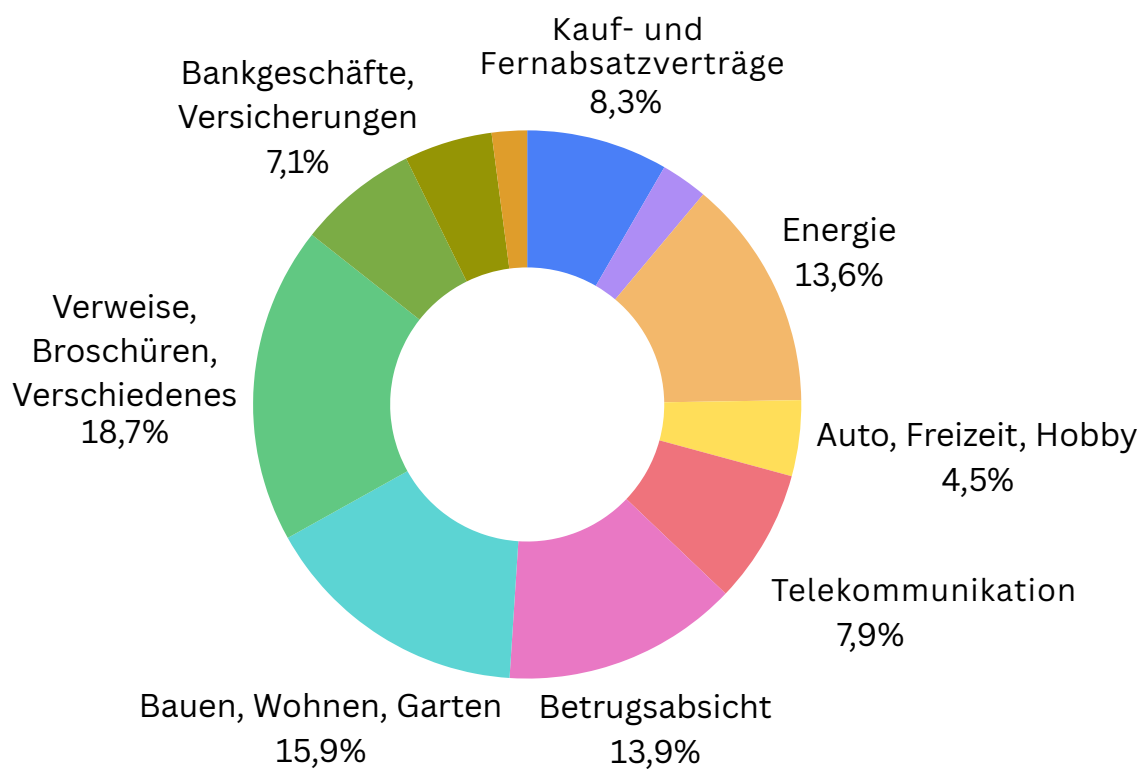
FORTBILDUNGEN

DER BERATUNGSKRÄFTE

Fortbildungen sind für die Qualität und Wirksamkeit unserer Verbraucherberatungen von grundlegender Bedeutung. Verbraucherrecht, Marktbedingungen und Beratungsthemen ändern sich stetig. Neue gesetzliche Regelungen, digitale Vertragsfallen und zunehmend komplexe Fälle erfordern, dass unsere Beratungskräfte auf dem aktuellen Stand sind. Durch die **kontinuierliche Qualifizierung** sichern wir die Verlässlichkeit unserer Beratungen.



BERATUNGSTHEMEN 2025



BERATUNGSSTATISTIK 2025

09

Beratungsstatistik		
Beratungsthemen	2025	2024
Kauf- und Fernabsatzverträge	321	286
Handwerkerleistungen	106	101
Energie	525	680
Auto, Freizeit, Hobby	172	166
Telekommunikation	304	371
Betrugsabsicht	535	347
Bauen, Wohnen, Garten	611	599
Verweise, Broschüren, Verschiedenes	690	720
Bankgeschäfte, Versicherungen	273	249
Ernährung, Gesundheit, Pflege	200	163
Haushalt, Geräte	80	62
Summe	3817	3744
Rechtsberatung	182	193
Kontakte / Vorträge	2289	2673
Summe	2751	2866
Gesamt	6568	6610
Tel. Beratung	1907	1924
mit Nachweis	166	137
Beratung Flüchtlinge	318	345

10

BERATUNGSANFRAGEN

Im Vergleich zum Vorjahr konnte im Berichtsjahr insgesamt ein leichter **Anstieg** der Beratungen verzeichnet werden.

Zu den größten Gruppen der Ratsuchenden zählen **ältere Menschen, Personen mit geringen Deutschkenntnissen** sowie **sozial benachteiligte Menschen**. Viele von ihnen befinden sich in **schwierigen persönlichen Lebenslagen**, etwa durch Krankheit, Trennung, Einsamkeit, Flucht oder finanzielle Probleme. Hinzu kommt bei einem wachsenden Teil der Ratsuchenden eine deutliche **Überforderung mit der fortschreitenden Digitalisierung des Alltags**. Am Telefon und im Internet werden persönliche Informationen häufig leichtfertig weitergegeben, ohne dass die Tragweite in diesem Moment erkennbar ist.

In der Regel wenden sich Ratsuchende erst dann an uns, wenn der Schaden bereits eingetreten ist. Sie kommen mit einem Vertrag, einer Rechnung oder einer Mahnung zu uns und gehen danach mit einer fachlichen Einschätzung wieder hinaus. Sie wissen danach, ob ein Problem vorliegt, wie groß dieses ist und welche Schritte als nächstes möglich sind. Es ist der Moment, in dem sich **Ratlosigkeit in Handlungsfähigkeit** verwandelt. Unser Anliegen bleibt unverändert: **Hilfe zur Selbsthilfe** zu geben.

SCHWERPUNKT: ABZOCKE UND BETRUG

Die vier meistnachgefragten Themenfelder sind gegenüber dem Vorjahr unverändert geblieben. Es handelt sich um **Bauen, Wohnen und Garten** mit Schwerpunkten im Mietrecht, bei Kündigungsfristen und Nebenkosten, um **Energie**, um **Abzocke und Betrug** sowie um **Telekommunikation**.

Den mit Abstand **größten Anstieg** verzeichnen wir im Bereich Abzocke und Betrug. Der Zuwachs spiegelt eine bundesweite Entwicklung wider. Telefonisch untergeschobene Abonnements, Vor- und Vermittlerverträge bildeten einen deutlichen Schwerpunkt. Kennzeichnend für diese Fälle ist, dass Betroffene die Vertragsbindung erst bemerkten, wenn die erste Abbuchung erfolgt oder eine Mahnung eintrifft.

Einen weiteren Schwerpunkt stellen **Service-Dienstleister** dar, die sich zwischen Verbraucherinnen und Verbraucher und die eigentlich zuständige Stelle schieben. Wer online ein Führungszeugnis beantragen, einen Nachsendeantrag erteilen oder eine Auskunft einholen möchte, erhält als erste Treffer der Suche häufig Werbeanzeigen privater Anbieter, bei denen die Leistung nur gegen Zahlung erbracht wird. Rechtlich ist das nicht in jedem Fall Betrug. Die Schwierigkeit liegt in der Ausgangssituation. Wer online nach einer Behördenleistung sucht, ordnet die ersten Treffer intuitiv der zuständigen Stelle zu. Häufig handelt es sich hierbei jedoch um eine prominente Platzierung, die von den Dienstleistern gegen Bezahlung erworben wird.

BERATUNGSHILFE

Als Beratungshilfe steht diverse Fachliteratur, Ratgeber von Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) und den Verbraucherzentralen (VZ), Stiftung Warentest, Finanztest und Öko-Test, Infomaterial der Bundesregierung, Bundes- und Landesministerien und weiterer Gremien wie Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) und andere zur Verfügung.

12

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ ALS HERAUSFORDERUNG

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) prägt unsere Beratungsarbeit von zwei Seiten.

Auf Seiten der Betrüger hat KI die **Qualität der Täuschung** grundlegend verändert. Gefälschte Schreiben, Fakeshops, manipulierte Bilder und Videos sowie Abo-Fallen lassen sich mit vergleichsweise geringem Aufwand in einer Qualität erzeugen, die früher nicht erreichbar war. Die klassischen Warnsignale, an denen sich Verbraucherinnen und Verbraucher orientieren konnten, greifen nicht mehr.

Auf der Seite der Ratsuchenden nutzen Verbraucherinnen und Verbraucher KI-Anwendungen zunehmend als **erste Anlaufstelle** für ihre Fragen und Probleme. Das verändert die Beratungssituation spürbar. Anfragen erreichen uns immer häufiger in KI-generierter Form. Ratsuchende kommen mit falschen Vorstellungen in die Beratung, weil sie sich vorher auf die KI-erzeugten Antworten verlassen haben. Ein erheblicher Teil des Gesprächs entfällt dann darauf, diese Fehlannahmen zu korrigieren, bevor die eigentliche Beratung beginnen kann.

VERBRAUCHERBERATUNGEN

IM DHB - NETZWERK HAUSHALT,
LANDESVERBAND HESSEN E. V.



14

BAD HERSFELD UND BEBRA

RAHMENBEDINGUNGEN

Die Beratungsstelle war 2025 mit zwei Mitarbeiterinnen und einem Mitarbeiter auf Minijobbasis besetzt. Die dritte Kraft nahm ihre Tätigkeit zum 1. Februar 2025 auf. Geöffnet war an vier Wochentagen mit insgesamt 20 Wochenstunden.

Die Außenstelle **Bebra** besteht aufgrund von Raum- und Personalmangel nicht mehr. Da weiterhin regelmäßig Anfragen aus dem Altkreis Rotenburg an der Fulda eingehen und der Weg nach Bad Hersfeld für die Ratsuchenden weit ist, wird eine Außenstelle in dieser Region angestrebt. Nach dem altersbedingten Ausscheiden des Rechtsanwalts Anfang 2024 konnte trotz aktiver Akquise bislang kein Nachfolger gewonnen werden. Rechtliche Erstberatungen waren im Berichtsjahr daher nicht möglich.

BERATUNGSaufkommen und Schwerpunkte

In Bad Hersfeld wurden **513 Beratungen** durchgeführt, was ein **Plus von 10,6 Prozent** im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Davon waren 150 entgeltpflichtig und 363 unentgeltlich.

Deutlicher Schwerpunkt war die Sparte **Bauen, Wohnen, Garten** mit einem Anteil von **32,4 Prozent** (2024: 27,1 Prozent). Die häufigsten Anfragen gingen zu dem Thema **Nebenkostenabrechnungen** ein. Infolge gestiegener Energiekosten sahen sich Mieterinnen und Mieter mit erheblichen Nachzahlungen konfrontiert, bei Gasheizungen teilweise in vierstelliger Höhe. Weitere häufige Anliegen betrafen Schönheitsreparaturen und Kündigungsfristen.

Anders als 2024, als der Themenbereich „Energie“ deutlich, den zweiten Schwerpunkt bildete, verteilten sich die übrigen Anfragen auf vier annähernd gleich gewichtete Themenfelder: Abzocke und Betrugsabsicht, Energie, Versicherungen sowie Telekommunikation.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Schaufenster und Innenräume informierten unter anderem zu Müll und Müllrecycling, Plastik, sicherem Wohnen, Reiserecht, Sicherheit im Alter und sicherem Radfahren. Die Ausstellungen zu Müll und Plastik wurden in der Hersfelder Zeitung und der HNA aufgegriffen.

In Abstimmung wurde die Rubrik **Verbrauchertipp** wiederbelebt. Seit dem 1. April 2025 veröffentlicht die Beratungsstelle monatlich einen Verbrauchertipp in der **Hersfelder Zeitung** und in der **HNA Bebra/Rotenburg**. Eine Redakteurin der Hersfelder Zeitung fungiert seitdem als Ansprechpartnerin für die örtlichen Printmedien.

16

DIEBURG UND GELNHAUSEN

BERATUNGSaufKOMMEN UND SCHWERPUNKTE

Das Beratungsaufkommen in Dieburg bewegte sich 2025 in der Größenordnung der beiden Vorjahre. Schwerpunkt blieben die Themenbereiche **Energie** und **Wohnen**, gefolgt von **Gesundheit, Ernährung** und **Vorsorge** sowie **Abzocke** und **Fernabsatzgeschäfte**, wobei der Übergang zwischen seriösen, unseriösen und betrügerischen Angeboten fließend verläuft. Weitere Anfragen betrafen Bankgeschäfte und Kaufrecht.

PERSONALENTWICKLUNG

Die im August 2024 eingestellte Mitarbeiterin war schwerpunktmäßig für das Projekt „Plötzlich allein“ und ergänzend für die Verbraucherberatung zuständig. Nachdem das Projekt Ende Februar vorzeitig beendet wurde, schied sie im März 2025 aus. Im September konnte eine neue Kollegin gewonnen werden, so dass am Ende des Berichtsjahres drei Mitarbeiterinnen auf Minijobbasis angestellt sind. Für das Folgejahr zeichnet sich der Eintritt eines weiteren Mitarbeiters ab.

BERATUNGSBURG DIEBURG

Die BeratungsBurg wird von mehreren Institutionen der Gruppierung „**Dieburg FAIRnetzt**“ getragen und von der Stadt Dieburg finanziert. Die Beratungsstelle nutzt die Räumlichkeiten zweimal monatlich für Beratungen und seit Herbst 2025 zusätzlich für Vorträge und Workshops. Da die Nachfrage hinter den Erwartungen zurückblieb, wurden ergänzende Werbemaßnahmen entwickelt. Im Rahmen der ab Frühsommer auf dem Marktplatz stattfindenden After-Work-Veranstaltungen präsentierte sich die BeratungsBurg mit einem Infotisch.

AUSSENSTELLE GELNHAUSEN

Die Beratungen in Gelnhausen finden zweimal monatlich im **„Stadtladen“** statt. Themenschwerpunkte sind überwiegend Wohnen und Energie.

Die gemeinsam mit den Bundesfreiwilligendienstleistenden des Stadtladens angebotene **Handy- und Digitalsprechtstunde** verzeichnete einen Nachfragerückgang, vermutlich infolge vergleichbarer Angebote im Umfeld.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT, AKTIONEN UND VORTRÄGE

Pressetexte werden regelmäßig an verschiedene Zeitungen versandt sowie an die Betreuung von Website und Social Media des DHB weitergegeben.

Im September beteiligte sich die Beratungsstelle auf Einladung des Seniorenbeirates am **Aktivtag 60+** in Groß-Umstadt.

Im Berichtsjahr wurden vier **Vorträge** durchgeführt: „Fasten“ in Kooperation mit der VHS Ladida, „Digitaler Nachlass“, „Sicher online einkaufen und bezahlen“, „Nachhaltiges Weihnachtsfest“. Die starke Nachfrage zum digitalen Nachlass führte zur Ansetzung eines Folgetermins im Januar.

KORBACH UND FRANKENBERG

BERATUNGSSCHWERPUNKTE

Die Beratungsstelle war auch 2025 zentrale Anlaufstelle für Verbraucherinnen und Verbraucher in der Region. Schwerpunkte bildeten Telekommunikation, untergeschobene Zeitschriften-Abonnements, Betriebskostenabrechnungen und digitale Herausforderungen.

Ein zentrales Thema waren Forderungen des **Telekommunikationsunternehmens 1N Telecom**. Mehrere Inkassounternehmen, darunter zuletzt eines ohne gesetzeskonforme Zulassung, versuchten diese durchzusetzen. Nach monatelangem Schriftverkehr wurde ein Vergleich mit der Halbierung der Forderung erreicht. Die Betroffenen stimmten zur Vermeidung weiterer Konflikte zu.

Der regionale **Glasfaserausbau** führte zu **Doppelverträgen**, wenn für den neuen Anschluss der Anbieter gewechselt werden musste, der bestehende Vertrag jedoch noch lief. In weiteren Fällen wurden Mieterinnen und Mieter zum Wechsel gedrängt oder ein Anschluss durch die Vermieterseite abgelehnt.

Bei **untergeschobenen Zeitschriften-Abonnements** erhielten Verbraucherinnen und Verbraucher Zahlungsaufforderungen von Inkassoschreibern, ohne dass ein Vertrag zustande gekommen oder eine Lieferung erfolgt war. Ähnlich gelagert war die Ummeldung beim Rundfunkbeitrag. Anbieter platzierten sich in Suchmaschinen vor dem kostenfreien Angebot des ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice, die Kostenpflicht wurde erst nach der Übermittlung der Daten erkennbar.

Besonders problematisch waren Fälle, in denen anstelle eines gesuchten Kleinkredits ein Vermittlervertrag im Abonnement zustande kam. Betroffen waren überwiegend Verbraucherinnen und Verbraucher mit eingeschränkten Deutschkenntnissen. Hinzu kommt, dass die Sprachbarrieren den Zeitbedarf der Beratungsgespräche erheblich erhöhen.

Zunehmend nutzen Ratsuchende **ChatGPT** und vergleichbare **KI-Werkzeuge** als Informationsquelle. Da die erhaltenen Auskünfte häufig unvollständig oder unzutreffend sind, wurden die korrekten Informationen gemeinsam in der Beratung erarbeitet.

Regelmäßig nachgefragt war zudem die Unterstützung beim Verständnis **amtlicher Bescheide**, beim Ausfüllen von Anträgen und bei der Formulierung von Schreiben.

PERSONALENTWICKLUNG UND AUSSENSTELLE FRANKENBERG

Seit dem 1. April wird das Team durch einen weiteren Mitarbeiter verstärkt, der Erfahrungen aus seiner Tätigkeit bei der Polizei einbringt.

Die Beratung in **Frankenberg** erfolgt aufgrund fehlender Räumlichkeiten derzeit ausschließlich telefonisch.

FORTBILDUNGEN UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Das Team nahm 2025 an einer Multiplikatorenschulung des **Forums Waschen** in Fulda teil. Daraus entstand eine Ausstellung im Wartebereich der Beratungsstelle und vor dem Bürgercafé im Bürgerhaus der Stadt Korbach zu Waschen und Upcycling, die für nachhaltige Themen sensibilisierte. Beim **Stadtteiltreff Johannes** in der Kapartenstraße in Korbach wurden die Verbraucherberatung und ihre Angebote vorgestellt.

20

MARBURG UND STADTALLENDORF

BERATUNGSANGEBOT UND STRUKTUR

Die Beratungsstelle in der Marburger Innenstadt war 2025 an vier Wochentagen geöffnet. Die Beratung erfolgte durch zwei Beraterinnen und einen Berater. Ergänzend stand eine juristische Erstberatung zur Verfügung, die vierzehntägig durch einen Rechtsanwalt durchgeführt wurde.

In der Außenstelle **Stadtallendorf** wurden zwei Mal im Monat Beratungen angeboten. Beraten wurde persönlich und telefonisch. Die Ratsuchenden kamen aus dem Landkreis Marburg-Biedenkopf sowie aus angrenzenden Orten.

BERATUNGSaufkommen und Schwerpunkte

Die Zahl der Einzelberatungen ging 2025 zurück, während der Zeitaufwand je Beratung stieg. Ursache hierfür ist die **zunehmende Komplexität der Beratungsanliegen**.

Die häufigsten Beratungsthemen waren **Abzocke und Betrugsabsicht, Energie, Bauen und Wohnen, Kaufrecht sowie Telekommunikation**. Die Zahl der Rechtsberatungen nahm zu, insbesondere infolge untergeschobener Verträge und daran anschließender Inkasso- und Mahnverfahren.

Ratsuchende wurden auch von anderen Institutionen an die Beratungsstelle verwiesen, unter anderem durch die Polizei. Dies belegt die Verankerung der Beratungsstelle im **regionalen Hilfenetzwerk**.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die Lage der Beratungsstelle in der Fußgängerzone macht das Schaufenster dauerhaft sichtbar für Besucherinnen und Besucher sowie Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt Marburg.

Informiert wurde 2025 zu Internet und Social Media, Altersvorsorge und Betreuung, Schädlingen im Haushalt, Ernährung, bienenfreundlichen Pflanzen sowie zu Milch und Milchalternativen. Zusätzlich lagen allgemeine Informationen und Broschüren aus. Die Schaufensterthemen wirken als Anziehungspunkt und führen regelmäßig zu einem Besuch in der Beratungsstelle.

Als **fachliche Grundlage** standen den Ratsuchenden Öko-Test, Stiftung Warentest und Finanztest, Verbraucher Kompakt, Ernährung im Fokus sowie Informationsmaterial der Bundes- und Landesministerien zur Verfügung.

22

LIMBURG UND BAD CAMBERG

BERATUNGSaufKOMMEN UND SCHWERPUNKTE

Die Beratungsstelle Limburg verzeichnete 2025 insgesamt **820 Beratungen**. Hinzu kamen **54 juristische Erstberatungen**. In der Außenstelle Bad Camberg blieb das Aufkommen gering, da die Beratungsstelle wegen des personellen Engpasses nur bedarfsweise geöffnet werden konnte.

Die stärkste Zunahme der Beratungsfälle entfiel auf **Energiethemen** und **Nebenkostenabrechnungen** sowie **Telekommunikation**. Bei den Energiethemen standen ungerechtfertigte monatliche Abschläge, verweigerte Kündigungen, untergeschobene Verträge sowie ausbleibende Schluss- und Jahresabrechnungen im Vordergrund. Die Prüfung von Nebenkostenabrechnungen bindet besonders viel Zeit und konnte infolge der personellen Unterbesetzung nicht umfassend angeboten werden. Im Bereich Telekommunikation ging es überwiegend um Vorverträge im Zusammenhang mit dem Glasfaserausbau, nicht angenommene Kündigungen, nicht erbrachte Leistungen und untergeschobene Verträge.

Weitere Schwerpunkte bildeten **betrügerische Anrufe, Gewinnspiele und Abofallen** sowie in wachsendem Umfang Probleme mit **Fake-Shops im Online-Handel**. Zugenommen haben zudem Fragen zu Versicherungen und der Bedarf an Weitervermittlung an in die Schuldnerberatung. Nachdem der Caritasverband Limburg seine Schuldnerberatung eingestellt hat, ist die verbliebene Beratungsstelle (GAB – Gesellschaft für Ausbildung und Beschäftigung) terminlich überlastet.

An Bedeutung gewonnen hat erneut der **Betrug an älteren Menschen**. Zahlreiche Ratsuchende wandten sich wegen Schockanrufen an die Beratungsstelle. Dabei zeigte sich, dass persönliche Daten und Bankverbindungen sowohl am Telefon als auch im Internet weiterhin bereitwillig preisgegeben werden.

PROJEKT: VERBRAUCHER-AUFKLÄRUNG IN SCHULEN UND VEREINEN

Der Landkreis Limburg-Weilburg stellte auch 2025 Mittel für das Projekt zur Verfügung. Durchgeführt wurden insgesamt **zehn Vorträge** mit **152 Teilnehmenden**, unter anderem zu Verbraucherrechten, Lebensmittelzusatzstoffen, Trinkwasser, giftfreiem Gärtnern, Abfallvermeidung und bewusstem Einkauf. Die Nachfrage bei **Vereinen und Gruppen** hat nach der Pandemie annähernd das frühere Niveau erreicht. Neue Termine wurden vielfach unmittelbar im Anschluss an eine Veranstaltung vereinbart. Der Zuschuss des Landkreises ist dafür maßgeblich, da die Eigenmittel der Vereine für Informationsveranstaltungen dieser Art weitgehend erschöpft sind.

Der während der Pandemie abgebrochene Zugang zu den **Schulen** konnte wegen der anhaltenden Unterbesetzung der Beratungsstelle noch nicht wiederhergestellt werden. Für 2026 ist vorgesehen, Schulen und Lehrkräfte erneut für das Angebot zu gewinnen, da Jugendliche neben älteren Menschen besonders häufig zur Zielgruppe unseriöser Vertragspartner zählen.



24

WETZLAR, DILLENBURG UND HERBORN

BERATUNGSaufkommen und Schwerpunkte

Die drei Beratungsstellen in Wetzlar, Dillenburg und Herborn wurden 2025 unverändert von zwei Mitarbeiterinnen betreut. Insgesamt wurden **1.111 Beratungen** durchgeführt und damit annähernd so viele wie im Vorjahr (1.149 Beratungen).

Ratsuchende wenden sich überwiegend in Situationen an die Beratungsstellen, in denen sie mit ihrem Anliegen allein nicht weiterkommen. Ursächlich sind **schwierige persönliche Lebenslagen, finanzielle Probleme, Überforderung durch die zunehmende Digitalisierung** sowie die **abnehmende Erreichbarkeit von Unternehmen** für ihre Kundinnen und Kunden. Die Beratung setzt an der jeweiligen Ausgangslage an. Das Spektrum der Unterstützung reicht von der Bereitstellung von Musterbriefen zur eigenständigen Weiterbearbeitung bis zur Erstellung von Schreiben im Namen der Ratsuchenden, wenn sprachliche Hürden oder komplexe Sachverhalte dies erfordern. In vielen Fällen erstreckt sich die Beratung über mehrere Termine mit begleitendem Schrift- und Telefonverkehr und schließt mit Hinweisen zur künftigen Vermeidung vergleichbarer Probleme ab.

Die meistnachgefragten Themen blieben unverändert **Energie, Abzocke und Betrugsabsicht, Telekommunikation, Wohnen und Fernabsatzverträge**. Auffällig ist der Anstieg der Beratungsfälle in der Sparte Abzocke und Betrugsabsicht. Hier war im Berichtsjahr eine Verdopplung der Nachfragen zu verzeichnen.

Deutlich zugenommen haben Fälle, in denen Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Beantragung von Behördendokumenten oder kostenfreien Dienstleistungen auf übertriebene **private Service-Dienstleister** hereingefallen sind.

Suchanfragen von Ratsuchenden im Internet zu Rundfunkbeitrag, Nachsendeauftrag oder Kinderzuschlag führten häufig zuerst auf Werbeanzeigen amtlich wirkender Anbieter, die für einfache Vorgänge ein Vielfaches der tatsächlichen Gebühr verlangten. Besonders betroffen waren Ratsuchende mit geringen Deutschkenntnissen. Bei unseriösen Anbietern aus dem Ausland, konnte die Beratungsstelle bei der Anfechtung von Verträgen unterstützen. Diese Fälle sind aufwendig und langwierig, weil die Betroffenen durch fortlaufende Mahnungen und Inkassoforderungen erheblich unter Druck gesetzt werden.

Eine vergleichbare Häufung betraf ungerechtfertigte Forderungen des **niederländischen Unternehmens „CV Need“** für angeblich in Anspruch genommene Dienstleistungen, die den Kontaktierten unbekannt waren. Hinzu kamen erneut **untergeschobene Zeitschriftenabonnements und Gewinnspielverträge** sowie zunehmend Vertragsabschlüsse unter **Identitätsmissbrauch**. In diesen Fällen ist neben dem Widerspruch gegen die Forderung eine Anzeige bei der Polizei erforderlich.

VERANSTALTUNGEN UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Im Berichtsjahr wurden **elf Veranstaltungen** durchgeführt, die insgesamt **206 Teilnehmende** erreichten. Dazu zählten Vorträge zur elektronischen Patientenakte vor dem Senioren- und Behindertenbeirat der Stadt Dillenburg, einer Selbsthilfegruppe und den Vortrag beim VdK-Ortsverband Wetzlar, ein Workshop zur Müllvermeidung bei der Caritas Dillenburg, ein Stand beim Neubürgerempfang der Stadt Wetzlar, Beiträge zu zwei Nachhaltigkeitstagen sowie die **Ausstellung „Plastik – die unsichtbare Last der Natur“** in der Stadtbibliothek Wetzlar.

Im Dezember wurde das **zehnjährige Bestehen der Beratungsstelle Herborn** mit einem Verbrauchercafé in der Stadtbücherei gefeiert, an dem auch der Bürgermeister der Stadt teilnahm.

26

Die Öffentlichkeitsarbeit stützt sich auf Zeitungsartikel, Veranstaltungen, die Vernetzung zu anderen Beratungsstellen und Institutionen sowie auf Broschürenstände in den Flurbereichen der Beratungsstellen.

VERNETZUNG UND FORTBILDUNG

Die Beratungsstellen arbeiten mit einem breiten **Netzwerk regionaler Einrichtungen** zusammen, darunter die Migrationsberatungen der Diakonie Lahn-Dill, der Caritas Lahn-Dill-Eder und des DRK Dillenburg, das WIR-Projekt, die Flüchtlingshilfe Mittelhessen, die Schuldnerberater des Lahn-Dill-Kreises, Jobcenter und Sozialämter, der Pflegestützpunkt, die Suchthilfe Wetzlar, die Arbeitsloseninitiative WALL, das Nachbarschaftszentrum Niedergirmes, die Stadtbibliothek und die VHS Wetzlar, das Projekt „Hessen bekämpft Energiearmut“ der Verbraucherzentrale Hessen sowie die Polizei Wetzlar.

Im Bereich der **Fortbildungen** wurde im März 2025 eine Veranstaltung der VHS Wetzlar/Limburg zum **Einsatz Künstlicher Intelligenz** besucht.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

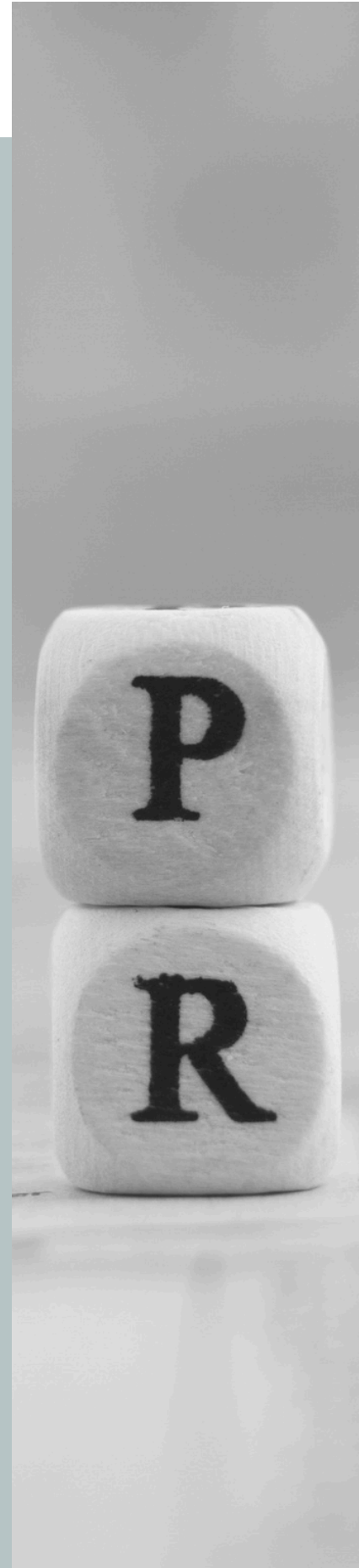
Der **Prävention** kommt insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Nutzung von KI in der Gesamtbevölkerung eine wachsende Bedeutung zu.

Über **Öffentlichkeitsarbeit, Presstexte und Vorträge** erreichen wir Menschen, bevor der Schaden eingetreten ist.

Presstexte und Verbrauchertipps werden im Allgemeinen mehrmals im Monat an die Zeitungen vor Ort weitergegeben.

Die Präventionsarbeit durch Presseinformationen und Vorträge führt dazu, dass die Verbraucherbildung gefördert wird. Die **Nachfrage nach Broschüren/Ratgebern** ist weiterhin groß und zeigt, dass die Interessierten auch erreicht werden.

Daneben werden **online** auf der **Homepage** des Landesverbandes viele Verbraucherinformationen veröffentlicht. Über **Facebook** und **Instagram** werden diese auch in den **sozialen Medien** gepostet.



SOCIAL MEDIA

Im Berichtsjahr nutzte der DHB Hessen **Facebook und Instagram**, um regelmäßig Inhalte zu hauswirtschaftlichen Themen zu veröffentlichen. Zu den zentralen Formaten zählen **praxisnahe Verbrauchertipps, Rezepte sowie fundierte Informationsbeiträge aus den Bereichen Küche, Garten und Haushalt**. Ziel dieser Veröffentlichungen ist es, ein niedrigschwelliges und gleichzeitig wissenschaftlich fundiertes Angebot bereitzustellen, das Verbraucher und Verbraucherinnen in ihrem Alltag unterstützt.

Zu Jahresbeginn wurden wöchentlich zwei Beiträge veröffentlicht. Ab Juli wurde die Frequenz zur Steigerung der Reichweite auf drei Beiträge pro Woche erhöht. Die Inhalte wurden jeweils parallel auf beiden Social-Media-Plattformen veröffentlicht.

Eine besonders erfolgreiche Beitragsreihe widmete sich in diesem Jahr weit verbreiteten **Lebensmittelmythen**. Durch leicht verständliche, wissenschaftlich basierte Aufklärung konnte diese Reihe eine stetig wachsende Reichweite erzielen.

Neben fachlichen Inhalten wurden auch aktuelle Veranstaltungen und Projekte des Verbandes begleitet und kommuniziert. So erfolgte eine kontinuierliche Berichterstattung über die Aktivitäten im Gemeinschaftsgarten des **Projekts "Green Living"**.

Darüber hinaus gehören **Rezepte** weiterhin zu den meistgelesenen und -geteilten Inhalten. Besonderer Wert wird hierbei auf saisonale Zutaten und eine einfache Zubereitung gelegt. Im Jahr 2025 wurde zudem eine neue Beitragsreihe eingeführt, die leicht nachzukochende Alternativen zu beliebten Fertiggerichten vorstellt. Dadurch sollen die Verbraucherinnen und Verbraucher dabei unterstützt werden, sowohl Kosten als auch Ressourcen zu sparen und gleichzeitig ausgewogene Gerichte in ihren Alltag zu integrieren.

PROJEKTE UND WEITERE DIENSTLEISTUNGEN

Im Berichtsjahr war der DHB Träger und damit verantwortlich für die drei Projekte:

- **Haushaltskompetenzen für Flüchtlinge**
- **Stärkung der Haushaltsführungskompetenzen**
- **Plötzlich allein**

Für das **VerbraucherFenster Hessen** wurden gemäß dem Werkvertrag zwischen dem Hessischen Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat (HMLU)) und DHB Hessen **20 Beiträge** zum Thema nachhaltige Haushaltsführung geliefert. Das Verbraucherinformations-Portal der Hessischen Landesregierung informiert Verbraucherinnen und Verbraucher in Hessen neutral, unabhängig und praxisorientiert in allen Bereichen des Verbraucherschutzes (<https://verbraucherfenster.hessen.de/>).



30

PROJEKT: HAUSHALTSKOMPETENZ FÜR FLÜCHTLINGE

Das hessenweite Projekt **„Verbraucherkompetenz und Haushaltskompetenz für Flüchtlinge“** wurde von 2016 bis 2025 durchgeführt und endete mit Ablauf des Berichtsjahres.

Es verband Verbraucherrecht mit **praktischer Haushaltsbildung** und richtete sich an **Geflüchtete sowie haupt- und ehrenamtlich Aktive und Organisationen der Geflüchtetenhilfe**. Ausgangspunkt war die Erfahrung, das Geflüchtete im deutschen Konsum- und Haushaltsalltag regelmäßig mit unbekannten Regeln, Verträgen und Kostenrisiken konfrontiert sind.

Das Projekt umfasste zwei Teilprojekte mit gemeinsamer Zielsetzung. Die Gesamtkoordination lag bei der Verbraucherzentrale Hessen e.V., welche auch das Teilprojekt Verbraucherkompetenz verantwortete. Der **Projektteil Haushaltskompetenz** wurde vom DHB Hessen durchgeführt.

Das Teilprojekt des Verbandes behandelte **Wohnen, Haushaltsplanung, Energie, Reinigung, Mülltrennung, Ernährung, Waschen sowie Heizen und Lüften**. Praxisnahe Bausteine wie das ABC des Wohnens, der Haushaltsführerschein, Geld- und Energiesparen wurden je nach Bedarf der Kooperationspartner und Zusammensetzung der Zielgruppe kombiniert.

Neben **Präsenzschulungen** kamen **Einzelaufklärung, digitale und visuelle Lernformate sowie praktische Angebote** zum Einsatz. Haushaltslotsen und -lotsinnen vermittelten Inhalte unmittelbar in **Gemeinschaftsunterkünften**, praxisnah und überwiegend in der Muttersprache der Teilnehmenden.

70

Veranstaltungen

544

Teilnehmende

4

Haushaltslots:innen
ausgebildet

Sprachunabhängige Animations-Videoclips über Social Media und die Website des Verbandes erweiterten die Reichweite. Neu hinzu kamen gemeinschaftliche Formate wie **Klimafrühstück, Klimaessen und Community-Gärten**, die Haushaltswissen mit Nachhaltigkeit, gesunder Ernährung und Begegnung verbanden.

Das Projekt hat Geflüchtete niedrigschwellig, praxisnah und zunehmend in **unterschiedlichen Bildungs- und Integrationskontexten** erreicht. Als besonders wirksam erwies sich die **Verbindung von Information, persönlicher Beratung, Lots:innenarbeit und praktischer Anwendung**. Mehrsprachige und visuelle Formate ermöglichten den Zugang auch bei unterschiedlichen Sprachkenntnissen.

Verbraucher- und Haushaltskompetenz leisten einen konkreten Beitrag zu **Selbstständigkeit, Nachhaltigkeit, Teilhabe und Integration**. Die Erfahrungen aus der Projektlaufzeit und die positiven Rückmeldungen sprechen dafür, bedarfsgerechte Angebote in diesem Feld fortzuführen.



32

PROJEKT: STÄRKUNG DER HAUSHALTSFÜHRUNGSKOMPETENZEN

Das Projekt zur Stärkung der Haushaltsführungskompetenzen wurde im Berichtsjahr 2025 in bewährter Form fortgesetzt und zum Jahresende nach 20 Jahren Laufzeit abgeschlossen.

Im Berichtsjahr führten die Referentinnen insgesamt **25 Veranstaltungen** mit **146 Teilnehmenden** durch. Die Schulungen umfassten 59 Seminarstunden.

Die Vorträge und Schulungen fanden als **Projektunterricht** sowie als **Vortragsveranstaltungen** statt, teils in Kooperation, teils auf Nachfrage, unter anderem mit der Volkshochschule des Landkreises Offenbach und dem Evangelischen Dekanat Groß-Umstadt sowie als Schulveranstaltungen im Rahmen des Nachmittagsunterrichts. Neben zwei Mitarbeiterinnen des DHB waren im Berichtsjahr zwei Honorarkräfte als Referentinnen tätig.

Das Projekt umfasst insgesamt **neun Module**.

Modul 1: Chaos oder Management

Modul 2 Finanzen in der Balance

Modul 3: Im Rausch der Sinne

Modul 4: Wissen nützt, Wissen schützt

Modul 5: Selbstversorgung aus dem Garten

Modul 6: Erlebniswerkstatt Küche

Modul 7: Kleider machen Leute

Modul 8: Wie bei Hempels...

Modul 9: Haushaltsführerschein
(Module 1,2 und 8)

Inhaltlich entfiel der Hauptteil der Schulungen auf die Module **“Selbstversorgung aus dem Garten”** und **“Kleider machen Leute”**. Das Modul “Selbstversorgung aus dem Garten” vermittelt Wissen zum eigenen Anbau und zur Verarbeitung von Obst und Gemüse und schult den bewussten Umgang mit Lebensmitteln sowie eine nachhaltige Ernährungsweise. Im Modul “Kleider machen Leute” stehen textiles Gestalten, Nähen und das Upcycling von Textilien im Mittelpunkt.

Ergänzend wurden im Modul “Selbstversorgung aus dem Garten” zwei **Broschüren** entwickelt: “Ernten statt Einkaufen” sowie “Länger lecker mit Methode: Jetzt geht’s ans Eingemachte!”. Beide stehen auf der Homepage als E-Paper zur Verfügung und können zusätzlich in gedruckter Form bezogen werden.

Ein zweiter Schwerpunkt lag auf der **digitalen Verbraucherinformation**. Im Jahr 2025 wurden **55 Artikel zu Verbraucherthemen** rund um Haushalt, Garten, Selbstversorgung, Lebensmittelzubereitung und -konservierung in der Rubrik **„Alltagstipps“ auf der Website** des Verbandes veröffentlicht. Die Redaktionsplanung folgte einem saisonalen Bezug. Die Artikel erzielten knapp **229.000 Aufrufe**. Am stärksten nachgefragt waren die Beiträge **„Selbstversorgung aus der Region: Wege zu nachhaltiger Ernährung ohne Garten“** mit 9.200 Aufrufen und **„Lebensmittel haltbar machen: Die besten Methoden der Konservierung im Überblick“** mit 8.663 Aufrufen. Aus den Website-Inhalten wurden Beiträge für Facebook und Instagram aufbereitet, welche durch den Versand von **Newslettern** ergänzt wurden. Zu einzelnen Veranstaltungen erschienen zudem Beiträge in regionalen Zeitungen.

Die Zugriffszahlen bestätigen, dass praxisnahe, saisonal passende und alltagsrelevante Inhalte gut angenommen werden und dass die Verbindung aus verständlicher Wissensvermittlung, konkreten Umsetzungstipps und begleitender Verbreitung über Social Media und Newsletter Verbraucherinnen und Verbraucher zuverlässig erreicht.

34

Mit dem Abschluss des Projekts zum Jahresende 2025 entfällt ein über zwei Jahrzehnte gewachsenes Angebot. Der Verband wird die Themen **Haushaltsführung, Nachhaltigkeit, Klimaschutz. Gesundheit und Verbraucherschutz** weiterhin verfolgen und dabei verstärkt Wege jenseits klassischer Schulungsformate nutzen, insbesondere über die Homepage und die Social-Media-Kanäle. Für die Fortführung dieser Arbeit ist eine ausreichende finanzielle Ausstattung erforderlich.

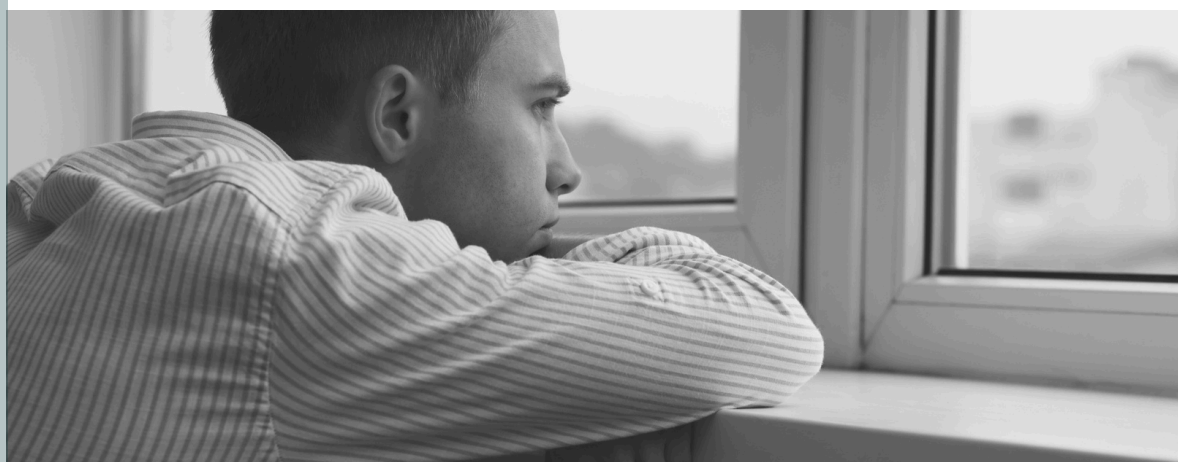
PROJEKT: PLÖTZLICH ALLEIN

Das Projekt „**Plötzlich allein**“ hat gezeigt, wie dringend notwendig niedrigschwellige Unterstützungsangebote für Menschen sind, die durch einschneidende Lebensereignisse in eine **belastende Ausnahmesituation** geraten. Die Kombination aus **pragmatischer Soforthilfe** und **vernetzenden Veranstaltungen** hat vielen Betroffenen geholfen, ihren Alltag schrittweise wieder eigenständig zu bewältigen.

Die durchweg **positiven Rückmeldungen** der Teilnehmenden und die hohe Inanspruchnahme der Angebote unterstreichen die Relevanz und den Erfolg des Projekts. Besonders hervorgehoben wurden dabei die **direkte, praktische Unterstützung** und die Möglichkeit, in einem geschützten Rahmen **neue Alltagskompetenzen** zu erlernen und sich mit anderen Betroffenen **auszutauschen**.

Die Relevanz des Projekts wird durch den **demografischen Wandel** weiter zunehmen. Mit einer älter werdenden Bevölkerung steigt sowohl die Zahl der **Alleinlebenden** als auch die Häufigkeit von Ereignissen wie **Verwitwung, Pflegebedürftigkeit und anderen kritischen Lebenssituationen**. Dies verdeutlicht die anhaltende Notwendigkeit, passgenaue und flächendeckende Unterstützungsangebote zu schaffen und bestehende Strukturen zu verstetigen.

Das Projekt „Plötzlich allein“ hat bewiesen, dass ein koordiniertes, empathisches und praxisnahes Unterstützungsangebot entscheidend sein kann, um Betroffenen den **Übergang in eine neue Lebenssituation zu erleichtern**. Die gewonnenen Erkenntnisse und Strukturen bieten eine wertvolle Grundlage, um den Herausforderungen des demografischen Wandels begegnen zu können.



PROJEKTE 2026

Für das Jahr 2026 stellen wir unsere Projektarbeit in wesentlichen Teilen neu auf. Die Projekte „Stärkung der Haushaltsführungskompetenzen“ und „Haushaltskompetenzen für Flüchtlinge“ laufen aus. Beide haben in den vergangenen Jahren einen wichtigen Beitrag geleistet und Menschen in unterschiedlichen Lebenslagen praktisch unterstützt. Die gewonnenen Erfahrungen wirken in unserer weiteren Arbeit fort.

An ihre Stelle wird das neue Projekt **„Haushaltskompetenz und Gemeinschaft - Gemeinsam leben lernen“** treten. Es verbindet die Vermittlung praktischer Haushaltskompetenzen mit dem Gedanken des gemeinschaftlichen Miteinanders. Ziel ist es, alltagsnahes Wissen weiterzugeben und zugleich Räume für Begegnungen zu schaffen.



DIE EHRENAMTLICHE ARBEIT DES LANDESVERBANDES



Von den 8 Vorstandssitzungen im Jahr 2025 fand in Marburg eine 2-tägige Klausurtagung sowie eine weitere Sitzung in Präsenz statt, die Übrigen wurden digital abgehalten.

Satzungsgemäß wurde eine Mitgliederversammlung durchgeführt, die in Kassel stattfand. Es nahmen Delegierte aus fünf Ortsverbänden sowie Einzelmitglieder teil.

Die ehrenamtliche Arbeit der Ortsverbände, die Mitglieder des Landesverbandes sind, umfasste ein breites Spektrum an Arbeitskreisen Fachvorträgen, Kursen und Workshops, Ausstellungen, Betriebsbesichtigungen, Reisen, geselligen Veranstaltungen, sowie Mitarbeit in den Projekten des Landesverbandes.

Die Mitglieder des Landesvorstandes nahmen an einigen Veranstaltungen in Hessen teil und vertraten dort den Landesverband bei der Landesvereinigung Milch Hessen, Verbraucherzentrale Hessen, DGE-Sektion Hessen.

Mit der NGG Süd wurden Tarifverhandlungen für die Angestellten in Privathaushalten und Dienstleistungszentren geführt.

38

DHB - ORGANISATIONEN IN HESSEN

Regelmäßig findet in den jeweiligen Vorstandssitzungen der Austausch der hessischen DHB-Organisationen

- **MenschWert! e.V.**
- **Bildungswerk Hessen e.V.**
- **Förderverein „Frauen in Notsituationen“ e.V.**
- **DHB Netzwerk Haushalt, Landesverband Hessen e.V.**

statt.



DER VERBAND IN ZAHLEN

Dem DHB Hessen gehörten am 31.12.2025 8 Einzelmitglieder, davon 3 Arbeitgebermitglieder, sowie **8 Ortsverbände** an.

Mitglieder im DHB – Netzwerk Haushalt Landesverband Hessen e.V. (Stand: 31.12.2025):

- Hausfrauen-Verband Bad Nauheim e.V.
- Hausfrauenbund Darmstadt e.V.
- Hausfrauenverband Kassel e.V.
- DHB - Netzwerk Haushalt, Ortsverband Korbach e.V.
- Verbraucherverband Marburg-Biedenkopf im DHB-Netzwerk Haushalt e.V.
- DHB-Netzwerk Haushalt, Ortsverband Mengershausen
- DHB-Netzwerk Haushalt, Ortsverband Rhoden e.V.
- DHB-Netzwerk Haushalt, Berufsverband der Haushaltsführenden, Ortsverband Schwalbach a.Ts. e.V.
- **8 Einzelmitglieder**

Damit gehören dem DHB Hessen am 31.12.2025 619 beitragsrelevante Mitglieder an.



FINANZEN

Die finanziellen Mittel des DHB Hessen werden zentral in der **Landesgeschäftsstelle in Korbach** verwaltet. Die Lohnbuchhaltung erfolgt über ein externes Steuerbüro.

Der Jahresabschluss wird von zwei durch die Mitgliederversammlung gewählten Kassenprüferinnen kontrolliert, die im Rahmen der Jahreshauptversammlung den Mitgliedern Bericht erstatten.

Die **wirtschaftliche und sparsame Mittelverwendung** wird den Zuwendungsgebern regelmäßig durch Verwendungsnachweise und Sachberichte nachgewiesen.



EINNAHMEN 2025

Hessisches Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat		415.285,73
institutionelle Förderung	279.700,00	
Projekt Stärkung der Haushaltsführungs Kompetenzen	22.258,00	
Projekt Haushaltskompetenz für Flüchtlinge	22.950,00	
Projekt Plötzlich Allein	90.377,73	
Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen		38.400,00
hauswirtschaftliche Berufsbildung	38.400,00	
Kommunen und Landkreise		37.341,60
Kommunale Zuschüsse für Verbraucherarbeit	35.107,52	
Zuschuss AGA	2.234,08	
Eigene Einnahmen		13.874,58
Mitgliedsbeiträge	3.585,50	
Veranstaltungen	525,00	
Beratungsentgelte	7.020,00	
Verkaufserlöse	244,08	
Spenden	2.500,00	
Zweckgebundene Rücklagen		
Fachtagung	-	
Summe der Einnahmen		504.901,91

AUSGABEN 2025

Personalkosten		232.826,09
Sächliche Verwaltungsausgaben		283.416,49
Telefon/Porto/Rundfunkbeitrag	6.662,,91	
Büro- und Geschäftsbedarf, Fachliteratur	4.992,98	
Mieten	26.196,68	
Bewirtschaftung der Grundstücke und Gebäude	12.678,33	
Geräte, Büroausstattung, Wartung und Reparatur	14.240,29	
Fortbildungen	4.946,50	
Öffentlichkeitsarbeit	17.997,22	
Buchhaltung, externe Dienstleister	7.848,05	
Versicherungen	474,56	
Mitgliedsbeiträge	386,00	
Reisekosten	4.496,06	
Vertretung des Verbands	3.535,72	
Hauswirtschaftliche Ausbildung	38.400,00	
Projekte	135.585,73	
Verbraucherbildung an Schulen	4.500,00	
Sonstiges	475,46	
Summe der Ausgaben		516.242,58

STANDORTE UND KONTAKTDATEN

DER BERATUNGSSTELLEN

Bad Hersfeld

Johannestor 4

36251 Bad Hersfeld

Tel.: 06621 – 15242

E-Mail: VerbraucherberatungBadHersfeld@dhb-hessen.de

Dieburg

Albinstraße 23

64807 Dieburg

Tel.: 06071 – 8812072

E-Mail: VerbraucherberatungDieburg@dhb-hessen.de

Dillenburg

Herefordhaus, Bahnhofplatz 1

35683 Dillenburg

Tel.: 02771 - 5884

E-Mail: VerbraucherberatungDillenburg@dhb-hessen.de

Korbach

Kirchstraße 7

34497 Korbach

Tel.: 05631 – 53971

E-Mail: VerbraucherberatungKorbach@dhb-hessen.de

Limburg

Schiede 32

65549 Limburg

Tel.: 06431 – 22901

E-Mail: VerbraucherberatungLimburg@dhb-hessen.de



44

Marburg

Steinweg 15

35037 Marburg

Tel.: 06421 – 27277

E-Mail: VerbraucherberatungMarburg@dhb-hessen.de

Wetzlar

Hausertorstraße 47A

35576 Wetzlar

Tel.: 06441 – 47231

E-Mail: VerbraucherberatungWetzlar@dhb-hessen.de

Außenstelle Bebra

Zur Zeit nach telefonischer Vereinbarung über
die Beratungsstelle Bad Hersfeld

Tel.: 06621 – 15242

E-Mail: VerbraucherberatungBebra@dhb-hessen.de

Außenstelle Gelnhausen

Rathaus, Obermarkt 7

63571 Gelnhausen

Tel.: 0176 – 39123084

E-Mail: VerbraucherberatungGelnhausen@dhb-hessen.de

Außenstelle Herborn

Mühlgasse 13

35745 Herborn

Tel.: 02772 - 92 44 19

E-Mail: VerbraucherberatungHerborn@dhb-hessen.de

Außenstelle Frankenberg (Eder)

Zur Zeit nach telefonischer Vereinbarung

Tel.: 06451 - 743629

E-Mail: VerbraucherberatungFrankenberg@dhb-hessen.de

Außenstelle Bad Camberg

Badehausweg 1
65520 Bad Camberg
Tel.: 06434 - 4028108
E-Mail:
VerbraucherberatungBadCamberg@dhb-hessen.de

Außenstelle Stadtallendorf

Bahnhofstraße 2
35260 Stadtallendorf
Tel.: 06428 - 707147
E-Mail:
VerbraucherberatungStadtallendorf@dhb-hessen.de

Außenstelle Niedergirmes

im Nachbarschaftszentrum Niedergirmes
Wiesenstraße 4
35576 Wetzlar

nach Vereinbarung





**DHB – Netzwerk Haushalt
Landesverband Hessen e. V.
Dalwigker Straße 1
34497 Korbach**

www.dhb-hessen.de