

Landeshauptstadt



Hannover

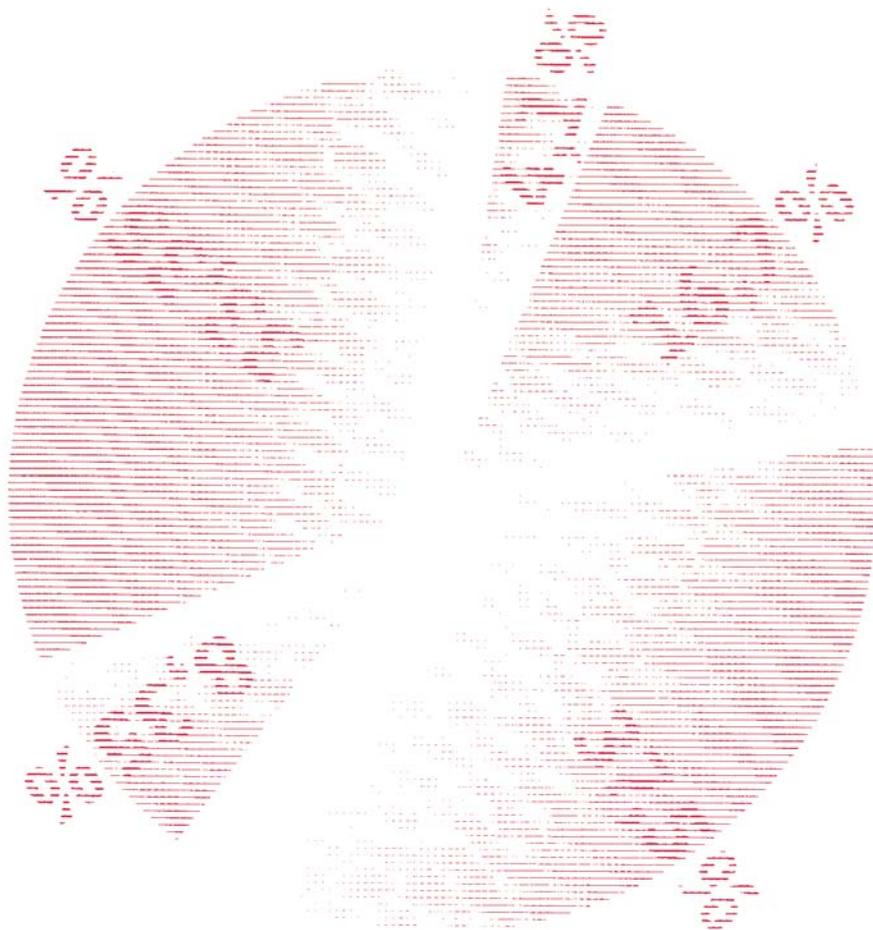
Fachbereich Planen und
Stadtentwicklung

**SCHRIFTEN ZUR
STADTENTWICKLUNG**

124

**REPRÄSENTATIVERHEBUNG
2015**

Gesamtergebnis und Vergleichsdaten
aus früheren Erhebungen



Landeshauptstadt Hannover
Fachbereich Planen und Stadtentwicklung

REPRÄSENTATIVERHEBUNG 2015

**Gesamtergebnis und Vergleichsdaten
aus früheren Erhebungen**

Schriften zur Stadtentwicklung 124

Herausgeber: Landeshauptstadt Hannover
Der Oberbürgermeister
Baudezernat
Rudolf-Hillebrecht-Platz 1
30159 Hannover

Fachbereich Planen und Stadtentwicklung
– Bereich Stadtentwicklung –

Tel.: (0511) 168 44842
Fax: (0511) 168 45020
Mail: 61.5@hannover-stadt.de

Bearbeitung: Erich Dreves
unter Mitarbeit von: Carola Schneider
Dr. Magdalena Kaiser

Gestaltung: Tanja Fritz

Hannover, März 2016

Inhalt

	Seite
1. Kurzfassung	5
2. Hinweise zum Verfahren und zur Repräsentativität der Erhebung	15
3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover	21
3.1 Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover	21
3.2 Größte Probleme Hannovers	23
3.3 Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen	26
4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil	31
4.1 Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen im Stadtteil	31
4.2 Vor- und Nachteile des eigenen Stadtteils	33
4.3 Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil	38
4.4 Sicherheit in der Wohngegend	40
4.5 Zufriedenheit mit der Wohnung	43
5. Blickpunkt Innenstadt	45
5.1 Gesamtzufriedenheit mit der Innenstadt	45
5.2 Vor- und Nachteile der Innenstadt	47
5.3 Häufigkeit und Dauer des Innenstadtbesuches	52
5.4 Zweck und Anlass des letzten Innenstadtbesuches	58
5.5 Verkehrsmittelwahl beim Innenstadtbesuch	61
5.6 Bewertungen zu einzelnen Aspekten der Innenstadt	65
6. Einkaufsverhalten/Online-Shopping	69
6.1 Einkaufsverhalten nach Einkaufsorten und Warengruppen	69
6.2 Online-Shopping	72
7. Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungen	79
8. Einschätzungen zum Thema Ausgabenprioritäten	83
9. Verkehrsmittelwahl	89
9.1 Verkehrsmittelwahl nach Anlässen	89
9.2 Bewertungen zu einzelnen Aspekten der Verkehrsmittelwahl nach Anlässen	94
9.3 Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel/MobilCard-Besitz	101
10. Bewertungen zum Thema Fahrradfahren in der Innenstadt	103
10.1 Häufigkeit der Fahrradnutzung beim Besuch oder der Durchquerung der Innenstadt	103
10.2 Beurteilung der Situation für Fahrradfahrerinnen und -fahrer in der Innenstadt	105
Tabellenverzeichnis	109
Abbildungsverzeichnis	111
Schriften zur Stadtentwicklung	113

1. Kurzfassung

Basis der Befragung: 1.368 repräsentative Interviews

- ▶ Wie in den Vorjahren wurde die Repräsentativerhebung 2015 als schriftliche postalische Befragung durchgeführt, die letzten Befragungen fanden in den Jahren 2005, 2008 und 2011 statt.
- ▶ Die als Mehrthemenbefragungen durchgeführten Repräsentativerhebungen beinhalten einen festen Kern regelmäßig erhobener Fragen, um vorhandene Zeitreihen fortzuschreiben und damit mittel- und langfristige Tendenzen aufzeigen zu können. Erkennbare unerwünschte Entwicklungen können so frühzeitig erkannt werden und es können Maßnahmen zur Gegensteuerung ergriffen werden.
- ▶ Daneben enthalten die Repräsentativerhebungen aktuelle Fragestellungen zu wichtigen Themen der Stadtpolitik, im Rahmen der Repräsentativerhebung 2015 werden die Themen „Innenstadt“ und „Online-Shopping“ vertieft analysiert.
- ▶ Die Auswahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer erfolgte per Zufallsauswahl aus dem Melderegister. Die mit diesem Bericht vorgelegten Ergebnisse der Grundstichprobe beziehen sich auf deutsche Einwohnerinnen und Einwohner, da der Rücklauf der befragten Migrantinnen und Migranten – und damit auch die Ergebnisse – nicht repräsentativ ausgefallen ist.
- ▶ Die Grundauswertung basiert auf 1.368 Fragebögen und ist repräsentativ sowohl nach Alter und Geschlecht als auch nach Stadtteilen. Die Rücklaufquote von 36,0 Prozent liegt im durchschnittlichen Bereich für vergleichbare Befragungen und ist als zufriedenstellend einzustufen.

Die Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover erreicht 2015 einen neuen Höchstwert: 2015 leben 91 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner gerne in Hannover

- ▶ 2015 leben 91 Prozent – und damit die weit überwiegende Mehrheit aller Befragten – gerne in Hannover, 50 Prozent aller Befragten leben sogar sehr gerne in der Stadt. Dieses Ergebnis stellt den besten Wert dar, seit diese Frage 1999 erstmals im Rahmen der Repräsentativerhebungen gestellt wurde.
- ▶ Gegenüber 2011 hat sich die Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover um 2 Prozentpunkte erhöht. Dabei nahm insbesondere die Zahl derjenigen Befragten zu, die angaben, sehr gern in Hannover zu leben: Gegenüber 2011 wuchs dieser Anteil deutlich um 6 Prozentpunkte von 44 auf 50 Prozent und gegenüber 2008 (39 Prozent) sogar um 11 Prozentpunkte.
- ▶ Auch im längerfristigen Vergleich zeigt sich eine kontinuierliche Entwicklung: Gaben 1999 lediglich 78 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner an, sehr gern oder gern in Hannover zu leben, erhöhte sich die Zufriedenheit bis 2005 auf 88 Prozent bzw. bis auf jeweils 89 Prozent in den Jahren 2008 und 2011.

Als größte Probleme der Stadt werden 2015 die Themen „Flüchtlinge/Ausländer“ sowie „Baustellen, Verkehr, Staus“ und „zu hohe Mieten“ wahrgenommen

- ▶ Auf die ohne Antwortvorgaben gestellte Frage nach den zurzeit größten Problemen der Stadt nennen die befragten Einwohnerinnen und Einwohner mit einem Anteil von 20 Prozent aller Antworten am häufigsten das Thema „Flüchtlinge/Ausländer“. Dabei werden im Einzelnen sowohl eher unspezifische, allgemeine Aspekte („zu viele Ausländer“, „zu viele Flüchtlinge“) als auch spezifische Gesichtspunkte („Integrationsfähigkeiten“, „Integrationsmöglichkeiten“, „Probleme bei der Unterbringung“, „Sorge um finanzielle und organisatorische Ressourcen“) angesprochen.
- ▶ Am zweithäufigsten mit einem Anteil von jeweils 13 Prozent aller Antworten werden 2015 die Problembereiche „Baustellen, Verkehr, Staus“ bzw. „zu hohe Mieten“ genannt. 6 Prozent aller Antworten entfallen 2015 auf den „schlechten Zustand der Straßen“.
- ▶ Gegenüber 2011 werden vor allem die Themen „Flüchtlinge/Ausländer“ (+20 Prozentpunkte) sowie „zu hohe Mieten“ (+11 Prozentpunkte) häufiger angesprochen. Bei der Befragung 2011 war der Anteil des Aspektes „Ausländer/zu viele Ausländer“ noch so gering, dass er der Kategorie „Nennung einzelner Personengruppen“ zugeordnet wurde.
- ▶ Wurde 2011 der Aspekt „Baustellen, Verkehr, Staus“ (16 Prozent) noch als größtes Problem der Stadt eingeschätzt, wird dieser Aspekt 2015 etwas seltener genannt (-3 Prozentpunkte). Gleiches gilt für den Aspekt „einzelne Personengruppen“ (u. a. Bettler oder Punks, -8 Prozentpunkte), hier scheint sich die Wahrnehmung der Befragten mglw. auf das Thema „Flüchtlinge/Ausländer“ verlagert zu haben.

Am zufriedensten sind die Einwohnerinnen und Einwohner 2015 mit den „Öffentlichen Verkehrsmitteln“ und dem „Angebot und Qualität von Parks und Grünflächen“, am schlechtesten werden das „Wohnungsangebot“ sowie die „Möglichkeiten für Jugendliche, sich zu treffen“ bewertet.

- ▶ Bei der Bewertung von 24 vorgegebenen Lebensbereichen zeigt sich eine hohe Zufriedenheit der Einwohnerinnen und Einwohner: Mit 19 von 24 Lebensbereichen sind die Befragten 2015 zu mehr als 50 Prozent zufrieden oder sehr zufrieden, bei 8 Bereichen beträgt dieser Anteil sogar mehr als 70 Prozent.
- ▶ Am zufriedensten sind die Befragten 2015 mit den „Öffentlichen Verkehrsmitteln“ (93 Prozent), dem „Angebot und Qualität von Parks und Grünflächen“ (92 Prozent), der „Medizinischen Versorgung“ (89 Prozent) sowie der „Öffentlichen Sicherheit am Tage“ (88 Prozent). Zudem erzielt die Zufriedenheit mit den „Schulen“ erstmals eine Zufriedenheitsrate von mehr als 70 Prozent (73 Prozent).
- ▶ Die geringste Zufriedenheit findet sich 2015 hinsichtlich der Aspekte „Parkmöglichkeiten für PKW“ (29 Prozent), „Möglichkeiten für Jugendliche, sich zu treffen“ (32 Prozent) sowie „Wohnungsangebot“ (33 Prozent).

- ▶ Gegenüber 2011 werden vor allem die „Kinderbetreuungsmöglichkeiten“ (+21 Prozentpunkte), die „Arbeit der Stadtverwaltung insgesamt“ (+14 Prozentpunkte), die „Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten“ (+13 Prozentpunkte), die „Integration von ausländischen Mitmenschen“ (+13 Prozentpunkte) sowie die „Schulen“ (+12 Prozentpunkte) besser bewertet.

Gegenüber 2011 verschlechterte sich vor allem die Zufriedenheit mit dem „Wohnungsangebot“

- ▶ Nur in einem Bereich sank die Zufriedenheit gegenüber 2011 sehr deutlich. So sind die befragten Einwohnerinnen und Einwohner deutlich unzufriedener mit dem „Wohnungsangebot“: Die Zufriedenheit mit diesem Aspekt verschlechterte sich um 23 Prozentpunkte von 56 auf 33 Prozent.

Auch die Zufriedenheit mit der Wohn- und Lebensqualität im eigenen Stadtteil liegt mit 84 Prozent auf einem hohen Niveau und hat sich gegenüber der letzten Repräsentativerhebung 2011 nochmals verbessert

- ▶ 84 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner bewerten 2015 die die Wohn- und Lebensqualität des Stadtteils, in dem sie wohnen, mit sehr gut oder gut. Nur 2 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner geben eine negative Bewertung (weniger gut oder gar nicht gut) ab. Damit erhöhte sich die Zufriedenheit mit dem eigenen Stadtteil gegenüber 2011 um 4 Prozentpunkte.

Auf die Fragen nach den Vor- und Nachteilen des eigenen Stadtteils (ohne Antwortvorgaben) sprechen die Befragten die „Nähe von Grün- und Erholungsflächen“ sowie „gute Verkehrsanbindungen“ am häufigsten als Vorteile, das Thema „Lärm, Verkehr, Baustellen“ am häufigsten als Nachteil des eigenen Stadtteils an

- ▶ Als positive Aspekte des eigenen Stadtteils werden von den Befragten wie 2011 am häufigsten die Aspekte „Nähe von Grün- und Erholungsflächen“ (19 Prozent) sowie „eine gute Verkehrsanbindung“ (18 Prozent) genannt. Danach werden „gute Einkaufsmöglichkeiten im Stadtteil“ (14 Prozent) sowie die „zentrale Lage und Nähe zur Innenstadt“ (13 Prozent) als positive Merkmale des eigenen Stadtteils angesprochen.
- ▶ Als Nachteile des eigenen Stadtteils nennen die Einwohnerinnen und Einwohner 2015 mit Abstand am häufigsten das Thema „Lärm, Verkehr, Baustellen“ (17 Prozent). Danach folgen die Aspekte „wenig Parkplätze/Parkprobleme“ (12 Prozent), „problematische Sozialstruktur“ (9 Prozent) sowie „schlechte Einkaufsmöglichkeiten“, „schlechte Verkehrsanbindungen“ sowie „Schmutz/fehlende Sauberkeit“ (jeweils 8 Prozent).

Auch die Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil liegt auf einem hohen Niveau und hat sich gegenüber 2011 nochmals verbessert

- ▶ Bei der Bewertung von 7 vorgegebenen Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil sind die Einwohnerinnen und Einwohner 2015 mit der Versorgung mit „Grün- und Erholungsflächen, Parks, Stadtplätzen“, den „Einkaufsmöglichkeiten (in Fuß-/Fahrradentfernung)“ (jeweils 83 Prozent sehr gut und gut) sowie den „Schulen“ (75 Prozent) am zufriedensten.
- ▶ Gegenüber 2011 verbessern sich vor allem die Aspekte „Kinderbetreuungsangebote“ (+11 Prozentpunkte), „Einkaufsmöglichkeiten (in Fuß- bzw. Fahrradentfernung)“ sowie „Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche“ (je +5 Prozentpunkte).

Innerhalb der Wohngegend fühlen sich die Befragten sowohl am Tage als auch am Abend sicher

- ▶ So liegt das subjektive Sicherheitsempfinden in der Wohngegend am Tage bei 95 Prozent und am Abend bei 74 Prozent.

Die überwiegende Mehrheit der Befragten ist zufrieden mit ihrer Wohnung

- ▶ So bewerten 2015 85 Prozent der Befragten ihre Wohnung mit gut, 43 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner sind sogar sehr zufrieden mit ihrer Wohnung. Gegenüber 2011 verbesserte sich die Zufriedenheit mit der Wohnung um 3 Prozentpunkte.

Deutlich mehr als zwei Drittel aller Einwohnerinnen und Einwohner geben der Innenstadt gute Noten

- ▶ So bewerten 69 Prozent der Befragten die Innenstadt mit sehr gut und gut, die Zufriedenheit mit der Innenstadt wächst damit gegenüber 2011 um 11 Prozentpunkte. Dabei hat sowohl der Anteil derjenigen zugenommen, denen die Innenstadt sehr gut gefällt (+5 Prozentpunkte) wie auch der Anteil derjenigen, denen die Innenstadt gut gefällt (+6 Prozentpunkte).
- ▶ Auf die Frage nach den Vorteilen der Innenstadt (ohne Antwortvorgaben) werden 2015 am häufigsten die „guten Einkaufsmöglichkeiten“ (22 Prozent aller Antworten), die „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ (15 Prozent) sowie die „Überschaubarkeit der Innenstadt“ (14 Prozent) als Vorteile angesprochen. Auch 2011 wurden diese drei Aspekte am häufigsten als positive Aspekte genannt, die „guten Einkaufsmöglichkeiten“ werden 2015 allerdings seltener (-6 Prozentpunkte) als 2011 genannt.

Die architektonische und städtebauliche Gestaltung der Innenstadt wird sehr ambivalent wahrgenommen:

- ▶ So wird dieser Aspekt von den Befragten sowohl als Vorteil (15 Prozent) als auch als Nachteil (13 Prozent) der Innenstadt (ohne Antwortvorgaben) angesprochen. Die Nennung des Aspektes als Nachteil verringerte sich gegenüber 2011 um 4 Prozentpunkte.

- ▶ Danach folgen bei den als Nachteile der Innenstadt genannten Aspekten „zu viele Bettler/Obdachlose“ (11 Prozent), „Unsauberkeit“ sowie „Struktur des Einzelhandels“ (jeweils 9 Prozent aller Antworten).
- ▶ Gegenüber 2011 wird vor allem das Thema „viele Baustellen“ deutlich seltener (-9 Prozentpunkte) als problematisch wahrgenommen, 2015 sprechen nur noch 3 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner diesen Aspekt an.

Mehr als die Hälfte aller Einwohnerinnen und Einwohner (54 Prozent) besucht die Innenstadt mindestens einmal die Woche

- ▶ 13 Prozent aller Befragten kommen täglich oder fast täglich in die Innenstadt und 41 Prozent einmal in der Woche. Etwa ein Fünftel (21 Prozent) aller Einwohnerinnen und Einwohner sind einmal monatlich und 15 Prozent seltener in der Innenstadt.
- ▶ Etwa die Hälfte (53 Prozent) aller Innenstadtbesucherinnen und -besucher bleibt für einen Zeitraum von bis zu 2 Stunden in der Innenstadt, ein weiteres Drittel für „2 bis unter 4 Stunden“.

86 Prozent der Befragten besuchen die Innenstadt zum Einkaufen, jeweils etwa die Hälfte aller Befragten für einen Stadtbummel, den Besuch eines Restaurants/einer Kneipe oder ein Treffen mit Freunden oder Bekannten

- ▶ Wichtigster Anlass des Innenstadtbesuches ist der Einkauf (86 Prozent). Etwa die Hälfte aller Befragten nutzt den Besuch der Innenstadt aber auch für einen Stadtbummel (50 Prozent), um ein Restaurant oder eine Kneipe zu besuchen oder um sich mit Freunden oder Bekannten zu treffen (jeweils 47 Prozent). 40 Prozent der Innenstadtbesucherinnen und -besucher nimmt ein Kulturangebot in der Innenstadt wahr, 15 Prozent erledigen einen Behördengang und 7 Prozent haben beruflich in der Innenstadt zu tun (ohne hier ihren Arbeitsplatz zu haben).

Auch 2015 ist der Öffentliche Personennahverkehr (Stadtbahn, Bus, Bahn; im folgenden ÖPNV genannt) das bevorzugte Verkehrsmittel, um in die Innenstadt Hannovers zu kommen

- ▶ 49 Prozent der Befragten nutzen den ÖPNV, um in die Innenstadt zu kommen. Jeweils gut ein Fünftel aller Innenstadtbesucherinnen und -besucher kommen mit dem PKW (23 Prozent) oder dem Fahrrad (21 Prozent) und 6 Prozent kommen zu Fuß in die Innenstadt.
- ▶ Das Fahrrad ist das (Verkehrs-)Mittel der Wahl für kurze Aufenthalte von unter 30 Minuten: Bei kurzen Innenstadtbesuchen nutzen 45 Prozent (im Durchschnitt 21 Prozent) das Fahrrad.
- ▶ Bei Aufenthalten, die zwischen 2 und 4 Stunden dauern, wird überdurchschnittlich häufig (30 Prozent, Durchschnitt: 23 Prozent) ein PKW genutzt.

Bei der Bewertung von **22 vorgegebenen Kategorien** wurde die „Erreichbarkeit der Innenstadt“ – sowohl „mit dem ÖPNV“ als auch „mit dem Fahrrad“ – am besten bewertet. Auch mit der „Auswahl des Warenangebotes“ und der „Sicherheit am Tage“ sind mehr als **80 Prozent der Befragten zufrieden**. Am unzufriedensten sind die Einwohnerinnen und Einwohner mit dem Aspekt „Parkmöglichkeiten für PKW“

- ▶ Fast alle Einwohnerinnen und Einwohner (97 Prozent) sind – wie schon 2011 – mit der „Erreichbarkeit der Innenstadt mit öffentlichen Verkehrsmitteln“ zufrieden.
- ▶ Auch die Aspekte „Erreichbarkeit mit dem Fahrrad“ (87 Prozent sehr zufrieden oder zufrieden), „Auswahl des Warenangebotes“ (83 Prozent) sowie „Sicherheit am Tage“ (82 Prozent) weisen hohe Zufriedenheitsanteile zwischen 80 und 90 Prozent auf.
- ▶ Jeweils ca. drei Viertel aller Befragten vergeben gute Noten (sehr zufrieden oder zufrieden) für „Restaurants und Cafés“ (78 Prozent), „Kulturelle Angebote“ (77 Prozent), „Freizeit- und Unterhaltungsangebote“ (74 Prozent) sowie die „Vielfalt an Geschäften“ (73 Prozent).
- ▶ „Parkmöglichkeiten für PKW“ (31 Prozent), die „Art des Publikums“ (36 Prozent), „Sitzmöglichkeiten im Freien“ (38 Prozent) sowie die „Sicherheit am Abend“ (38 Prozent) werden am schlechtesten bewertet.

Die Wahl der Einkaufsorte variiert deutlich innerhalb unterschiedlicher Warengruppen. Für die meisten Warengruppen ist die Innenstadt der wichtigste Einkaufsort

- ▶ Obwohl auch andere Einkaufsorte für die nachfolgenden Warengruppen genutzt werden, ist die **Innenstadt** für „Bekleidung“ (86 Prozent), „Schuhe/Lederwaren“ (82 Prozent), „Uhren/Schmuck/Accessoires“ (80 Prozent), Produkte aus den Bereichen „Sportartikel/Hobby/Freizeit“ (74 Prozent), „Haushaltswaren/Deko“ (60 Prozent) sowie „Multimedia/Elektronik/Foto“ (58 Prozent) der am häufigsten genutzte Einkaufsort.
- ▶ Innerhalb des eigenen **Stadtteils** werden von den Einwohnerinnen und Einwohnern vor allem „Lebensmittel/Getränke“ (93 Prozent), Waren der Gruppe „Kosmetik/Drogerie/Gesundheit“ (81 Prozent) sowie „Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren“ (65 Prozent) gekauft, alle anderen Warengruppen werden mehrheitlich außerhalb des Stadtteils eingekauft.
- ▶ Wichtigster Einkaufsort für „Möbel/Einrichtung“ (64 Prozent) sowie für „Heimwerkerbedarf“ (55 Prozent) sind die **Einkaufszentren am Stadtrand**. Die am häufigsten **online im Internet** erworbenen Artikel sind Produkte der Warengruppen „Multimedia/Elektronik/Foto“ (40 Prozent), „Sportartikel/Hobby/Freizeit“ (37 Prozent) sowie „Bekleidung“ (34 Prozent).

Knapp die Hälfte aller Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Hannover (47 Prozent) kauft mindestens einmal monatlich im Internet ein

- ▶ Davon kaufen 2 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner täglich oder fast täglich, 18 Prozent mindestens einmal pro Woche und 27 Prozent einmal pro Monat online ein.

- ▶ 14 Prozent der Befragten tätigen einmal im Quartal und 15 Prozent seltener als einmal im Quartal einen Online-Einkauf.
- ▶ 24 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner kauft nie online im Internet ein.

Bei 69 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner Hannovers hat die Möglichkeit des Online-Shoppings zu keinem veränderten Besuchsverhalten in der Innenstadt Hannovers geführt

- ▶ 49 Prozent der Befragten haben ihr Einkaufsverhalten in Bezug auf einen Besuch der Innenstadt Hannovers überhaupt nicht verändert, seit die Möglichkeiten des Online-Shoppings besteht, 20 Prozent kaufen zwar auch online ein, besuchen die Innenstadt aber so häufig wie früher.
- ▶ Bei 30 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner hat die Möglichkeit, Artikel auch online über das Internet erwerben zu können, zu einer geringeren Besuchshäufigkeit der Innenstadt geführt, davon kaufen 22 Prozent auch online ein und besuchen die Innenstadt seltener als früher und 8 Prozent kaufen überwiegend online ein und besuchen die Innenstadt Hannovers nur noch selten.

Die Möglichkeit, Artikel online einzukaufen und in einem Geschäft in der Innenstadt Hannovers abzuholen, ist derzeit für die Mehrheit der Einwohnerinnen und Einwohner nicht relevant

- ▶ So gaben 54 Prozent aller Befragten an, dass die Abholung eines online erworbenen Artikels in der Innenstadt Hannovers für sie keine Option sei, 20 Prozent aller Befragten ist ein solches Angebot nicht bekannt.
- ▶ 10 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner nutzen diese Möglichkeit zumindest gelegentlich und 16 Prozent haben dieses Angebot bisher noch nicht in Anspruch genommen, können sich dies aber zukünftig vorstellen.

Im Mittelpunkt eines weiteren Kapitels stand die Frage, welche Einrichtungen und Veranstaltungsorte von den Einwohnerinnen und Einwohner in den letzten 12 Monaten besucht wurden

- ▶ Die Ergebnisse zeigen, dass 2015 die Herrenhäuser Gärten (68 Prozent) und das Maschseefest (58 Prozent) am häufigsten (ein- oder mehrmals) von den Einwohnerinnen und Einwohnern frequentiert wurden.
- ▶ 46 Prozent aller Befragten waren in den letzten 12 Monaten im Zoo und 37 Prozent bei einem der Feste (Frühlings-, Schützen- und Oktoberfest) auf dem Schützenplatz.
- ▶ Knapp ein Drittel (31 Prozent) aller Einwohnerinnen und Einwohnern war in den letzten 12 Monaten mindestens einmal in der HDI-Arena (ehem. Niedersachsenstadion).
- ▶ Das Landesmuseum (27 Prozent) war das am häufigsten aufgesuchte Museum und ein Viertel aller Befragten besuchte eine Veranstaltung im Theater am Aegi.

- ▶ Gegenüber 2011 wurden vor allem die Herrenhäuser Gärten und das Theater am Aegi (jeweils +5 Prozentpunkte), aber auch das Wilhelm-Busch-Museum, der Raschplatz-Pavillon, das Landesmuseum sowie die Freizeitheime (jeweils +4 Prozentpunkte) häufiger besucht.
- ▶ In den Zoo kamen die Befragten dagegen seltener (-9 Prozentpunkte, von 55 auf 46 Prozent) als 2011.

Auf die Frage nach den aus Sicht der Einwohnerinnen und Einwohner wichtigsten Ausgabebereichen des städtischen Haushalts soll aus Sicht der Befragten vor allem für Maßnahmen für Kinder und Jugendliche mehr aufgewendet werden

- ▶ So befürworten die Befragten am häufigsten Mehraufwendungen für die „Sanierung von Schulen“ (69 Prozent) sowie für „Kinder- und Jugendeinrichtungen“ (64 Prozent). Für den „Ausbau von Ganztagschulen“ halten 49 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner Mehraufwendungen für sinnvoll.
- ▶ Mehr als die Hälfte der Befragten spricht sich für Mehraufwendungen im Bereich „Integration ausländischer Mitbürger“ (58 Prozent) bzw. „Schutz vor Kriminalität/öffentliche Sicherheit“ (56 Prozent) aus.
- ▶ Danach sollen aus Sicht der Befragten Mehrausgaben für „Straßenerhalt/Straßenneubau“ (48 Prozent) und „Fahrradwege“ (46 Prozent) aufgewendet werden.
- ▶ Gegenüber 2011 erhöhte sich die Zustimmung für Mehraufwendungen am deutlichsten für den Bereich „Integration von ausländischen Mitmenschen“ (+21 Prozentpunkte gegenüber 2011). Auch die Zustimmung für Mehraufwendungen für „Fahrradwege“ (+8 Prozentpunkte) und für „Sportstätten/Bäder“ (+7 Prozentpunkte) wuchs gegenüber 2011, während sich die Zustimmung für Mehraufwendungen für den „Ausbau von Ganztagschulen“ am deutlichsten (-13 Prozentpunkte) verringerte.
- ▶ Den Befragten fällt es eher schwer, Aufgabenbereiche für Leistungseinschränkungen vorzuschlagen, die höchste Zustimmung für eine Reduzierung von Leistungen liegt bei 33 Prozent. 2015 werden die Aufgabenbereiche „Stadtmarketing/Imageverbesserung“ (33 Prozent), „Kommunales Kino und Künstlerhaus“ und „Städtische Museen“ (jeweils 20 Prozent) am häufigsten für Leistungseinschränkungen vorgeschlagen.

Auch die Verkehrsmittelwahl der Befragten für unterschiedliche Anlässe wurde im Rahmen der Repräsentativerhebung 2015 thematisiert

- ▶ So wird sowohl für die Fahrt zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte (38 Prozent) als auch für die Fahrt zum Einkaufen (40 Prozent) am häufigsten ein PKW genutzt. Die danach am häufigsten benutzten Verkehrsmittel für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte sind der ÖPNV (30 Prozent) und das Fahrrad (27 Prozent). Den Weg zum Einkaufen legen die Befragten am häufigsten zu Fuß (27 Prozent) oder mit dem Fahrrad (25 Prozent) zurück, sofern sie keinen PKW benutzen.

- ▶ Bei der Verkehrsmittelwahl in der Freizeit bzw. für Freizeitaktivitäten zeigen die Einwohnerinnen und Einwohner eine andere Priorität: Hierfür wird am häufigsten das Fahrrad (42 Prozent) benutzt, danach folgen mit fast gleichen Anteilen der PKW (23 Prozent) und der ÖPNV (22 Prozent).

Für die Fahrt zur Arbeit oder Ausbildung und zum Einkaufen sind „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ und „Flexibilität“ die wichtigsten Aspekte für die Wahl des Verkehrsmittels, in der Freizeit sind nach der „Flexibilität“ die „Umweltfreundlichkeit“ des Verkehrsmittels und das „Wetter“ die wichtigsten Auswahlkriterien

- ▶ Die Aspekte „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (56 Prozent) sowie „Flexibilität“ (49 Prozent) spielen für die Befragten bei der Wahl des Verkehrsmittels für die Fahrt zur Arbeit bzw. Ausbildung die größte Rolle.
- ▶ Die „Flexibilität“ (42 Prozent), die „Länge des Weges“ (42 Prozent) sowie der „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (40 Prozent) sind bei der Wahl des Verkehrsmittels für Einkäufe und Besorgungen am entscheidendsten.
- ▶ Auch bei der Auswahl des Verkehrsmittels in der Freizeit ist „Flexibilität“ (49 Prozent) am wichtigsten. Danach werden die Aspekte „Umweltfreundlichkeit“ sowie „Wetter“ genannt (jeweils 32 Prozent).

In fast jedem Haushalt (88 Prozent) sind ein oder mehrere Fahrräder vorhanden und knapp drei Viertel aller Haushalte (73 Prozent) kann über einen PKW oder ein Motorrad verfügen

- ▶ 43 Prozent aller Haushalte steht eine „üstra- oder GVH-MobilCard“ im Haushalt zur Verfügung und 4 Prozent aller Haushalte ein „E-Bike“ oder ein „Pedelec“.
- ▶ 18 Prozent aller Haushalte haben nur ein Verkehrsmittel im Haushalt zur Verfügung, 56 Prozent zwei Verkehrsmittel und 25 Prozent drei Verkehrsmittel.
- ▶ Die am häufigsten in allen Haushalten zu findenden Kombination aus unterschiedlichen Verkehrsmitteln sind:

Fahrrad und PKW/Motorrad:	41 Prozent
Fahrrad und PKW und üstra-/GVH-MobilCard:	23 Prozent
Fahrrad und GVH-MobilCard:	12 Prozent

Abschließend enthielt der Fragebogen einige Fragen, die sich an Einwohnerinnen und Einwohner richten, die zumindest gelegentlich den Weg in die Innenstadt mit dem Fahrrad zurücklegen oder die Innenstadt mit dem Fahrrad durchqueren. Dies traf auf 67 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner zu

- ▶ Darunter sind 10 Prozent täglich und 19 Prozent einmal pro Woche mit dem Fahrrad in die Innenstadt unterwegs. 16 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner nutzen das Fahrrad einmal im Monat und 22 Prozent seltener, um in die Innenstadt zu gelangen oder sie zu durchqueren.

Als Vorteile der Innenstadt sprechen diejenigen Fahrradfahrerinnen und -fahrer, die zumindest gelegentlich die Innenstadt mit dem Fahrrad besuchen oder durchqueren, am häufigsten den „guten Zustand der Fahrradwege“ (37 Prozent) sowie die „gute Erreichbarkeit“ der Innenstadt mit dem Fahrrad (32 Prozent) an

- ▶ 15 Prozent nennen „gute/ausreichende Abstellmöglichkeiten“ für die Fahrräder, 11 Prozent „ausreichend Fahrradwege“, jeweils 8 Prozent ein „gute(s) Wegenetz/Infrastruktur“ sowie eine „gute Beschilderung“ als positive Aspekte der Innenstadt für Fahrradfahrerinnen und -fahrer.

Größter Kritikpunkt der Fahrradfahrerinnen und -fahrer ist, dass „zu wenig Abstellplätze“ vorhanden sind (35 Prozent)

- ▶ Die am zweithäufigsten geäußerte Kritik besteht hinsichtlich des „schlechten Zustandes der Fahrradwege“ (25 Prozent). Hier zeigt sich, dass der Aspekt „Zustand der Fahrradwege“ sehr ambivalent bewertet wird, er ist zugleich der am häufigsten genannte positive Aspekt aus Sicht der Fahrradfahrerinnen und -fahrer.
- ▶ 17 Prozent der Befragten sprechen „unsichere Fahrradwege“, 15 Prozent „zu wenig Fahrradwege“ und 14 Prozent Beeinträchtigungen durch „aggressive Verkehrsteilnehmer“ als negative Aspekte an.

2. Hinweise zum Verfahren und zur Repräsentativität der Erhebung

Kommunale Bürgerumfragen haben in Hannover eine lange Tradition, so war Hannover 1969/70 zusammen mit Nürnberg die erste Stadt, die dieses Instrument in Deutschland eingesetzt hat. Mit der Repräsentativerhebung 2015 wird diese Reihe der kommunalen Umfragen zur Stadtentwicklung fortgesetzt, die letzten Befragungen fanden in den Jahren 2005, 2008 und 2011 statt.

Die als Mehrthemenbefragungen durchgeführten Repräsentativerhebungen enthalten immer einen festen Kern regelmäßig erhobener Fragen. Durch die Fortschreibung vorhandener Zeitreihen gewinnen die Befragungsergebnisse erst eine besondere Bedeutung: Mittel- und langfristige Tendenzen werden aufgezeigt, um so unerwünschte Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und diesen gegensteuern zu können.

Zudem enthalten die Repräsentativerhebungen aktuelle Fragestellungen zu wichtigen Themen der Stadtpolitik, im Rahmen der Repräsentativerhebung 2015 werden die Themen „Innenstadt“ und „Online-Shopping“ vertieft analysiert.

Die mit diesem Bericht vorgelegte Grundausswertung enthält die Ergebnisse zu allen in der Repräsentativerhebung 2015 gestellten Fragen im Vergleich mit den Ergebnissen aus den Vorjahren. Weitere nach soziodemografischen Merkmalen (u. a. nach Geschlecht, Altersgruppen, Haushaltstyp, Schulabschluss, Einkommen und Migrationshintergrund) sowie nach Stadtteilen differenzierte Ergebnisse werden im Anschluss erarbeitet.

Untersuchungsdesign und Stichprobenausschöpfung

Die Repräsentativerhebung 2015 wurde – wie in den Vorjahren – als schriftliche postalische Befragung (mit Rückantwortbriefen) durchgeführt. Der Fragebogen enthielt insgesamt 44 Fragen, sowohl sog. „geschlossene Fragen“ (mit Listen vorgegebener Antwortmöglichkeiten) als auch sog. „offene Fragen“, die von den Befragten frei formuliert beantwortet werden konnten. Diese wurden im Rahmen der Auswertung inhaltlich zu Kategorien zusammengefasst.

Die Auswahl der zu befragenden Personen erfolgte wie bei allen vorausgegangenen Repräsentativerhebungen durch eine Zufallsstichprobe aus dem Melderegister. Die Grundgesamtheit bestand aus allen Einwohnerinnen und Einwohnern im Alter von 18 Jahren und älter mit Hauptwohnsitz in der Stadt Hannover.

Am 04. September 2015 wurden insgesamt 19.045 Fragebögen per Infopost zusammen mit einem Anschreiben und einem Rückantwort-Umschlag versandt. Die Angeschriebenen wurden zudem über die Freiwilligkeit der Teilnahme, die Rechtsgrundlagen der Befragung sowie die Anonymität bei der Datenauswertung informiert. Bis zum Ende der Durchführungsphase am 28. Oktober 2015 erreichten insgesamt 5.789 auswertbare Fragebögen die Statistikstelle der Stadt Hannover.

Den ausgewählten Einwohnerinnen und Einwohnern stand während des Erhebungszeitraumes eine Telefon-Hotline in der Statistikstelle der Stadt Hannover zur Verfügung, an die sie sich bei Fragen und Problemen wenden konnten.

Seit 1999 werden auch Einwohnerinnen und Einwohner mit Migrationshintergrund im Rahmen von Ergänzungsstichproben befragt. Allen ausgewählten Personen wurde angeboten, bei Sprachproblemen eine Hilfestellung durch eine Mitarbeiterin/einen Mitarbeiter der Verwaltung mit muttersprachlichen/fremdsprachlichen Kenntnissen zu erhalten.

Da die Ergebnisse der befragten Migrantinnen und Migranten seit 1999 fast durchgängig und auch 2015 (Ausnahme: 2011) nicht repräsentativ ausfielen, liegen für diese Gruppe keine validen Zeitreihen vor. Zudem liegt die Rücklaufquote der Einwohnerinnen und Einwohner mit Migrationshintergrund mit einer Quote von 10,1 Prozent deutlich unter der Rücklaufquote deutscher Befragter (36,0 Prozent). Aus diesem Grunde bleiben die Ergebnisse für Migrantinnen und Migranten bei der Grundauswertung zunächst unberücksichtigt und werden erst bei den weiteren differenzierenden Auswertungen nachrichtlich dargestellt.

Damit sich die Ergebnisse der Befragung auch auf Stadtteilebene differenzieren lassen, ist eine ausreichend große Mindestzahl ausgefüllter Fragebögen für jeden Stadtteil erforderlich. Aus diesem Grunde wurden in den nach der Bevölkerungszahl kleineren Stadtteilen im Rahmen einer Ergänzungsstichprobe weitere 11.582 Einwohnerinnen und Einwohner angeschrieben, von denen 4.083 Angeschriebene den Fragebogen beantworteten (Rücklaufquote: 36,0 Prozent). Auch die Ergebnisse dieser Ergänzungsstichprobe werden erst bei den weiteren differenzierten Auswertungen dargestellt.

Tabelle 1: Ausschöpfungsquote Repräsentativerhebung 2015

	Anzahl Fragebögen/Quote		
	Grundstichprobe	Ergänzungsstichprobe	Migrantinnen/ Migranten-Stichprobe
Ausgangsstichprobe	3.880	11.582	3.583
stichprobenneutrale Ausfälle*	85	255	239
bereinigte Bruttostichprobe	3.795	11.327	3.344
auswertbare Fragebögen	1.368	4.083	338
Ausschöpfungsquote in %	36,0	36,0	10,1

* verstorben, verzogen, nicht befragungsfähig u. a.

Quelle: Landeshauptstadt Hannover, Repräsentativerhebung 2015

Die mit diesem Bericht vorgelegten Ergebnisse der Grundstichprobe beziehen sich demgemäß (nur) auf deutsche Einwohnerinnen und Einwohner. Im Rahmen dieser Stichprobe wurden 3.880 Fragebögen verschickt, von denen 1.368 ausgefüllt an die Stadt zurückgesendet wurden. Diese Rücklaufquote von 36,0 Prozent liegt im durchschnittlichen Bereich für vergleichbare Befragungen und ist als zufriedenstellend einzustufen.

Repräsentativität der Befragungsergebnisse

Wichtigstes Gütekriterium einer Erhebung ist die Repräsentativität der Befragungsergebnisse. Diese wird nicht von der absoluten Zahl der Fälle und nicht von der Antwort- bzw. Rücklaufquote bestimmt, sondern entscheidend ist, ob die Zusammensetzung der Stichprobe mit der Zusammensetzung der Grundgesamtheit übereinstimmt. Von zentraler Bedeutung sind hierbei Alter und Geschlecht sowie die räumliche Verteilung der Befragten über das Stadtgebiet.

Tabelle 2: Alter und Geschlecht der Einwohnerinnen und Einwohner ab 18 Jahre ohne Migrationshintergrund nach Melderegister sowie nach Repräsentativerhebung 2015 (Anteile in Prozent)

	Melderegister*	Repräsentativerhebung 2015
18 bis 29 Jahre	18,6	18,4
30 bis 44 Jahre	23,0	22,6
45 bis 64 Jahre	32,7	32,6
65 bis 74 Jahre	11,6	12,4
75 Jahre und älter	14,1	14,1
Insgesamt	100,0	100,0
weiblich	47,5	46,9
männlich	52,5	53,1
Insgesamt	100,0	100,0

* Bevölkerung am Ort der Hauptwohnung im Alter von 18 Jahren und älter ohne Migrationshintergrund am 30.06.2015

Quelle: Bereich Wahlen und Statistik der Stadt Hannover sowie Repräsentativerhebung 2015

Ein Vergleich der Altersverteilung der Befragten innerhalb der Stichprobe mit der tatsächlichen Altersstruktur der Bevölkerung ab 18 Jahre zeigt, dass die Gruppe der 65- bis 74-Jährigen unter den Befragten leicht überrepräsentiert ist, diese Abweichung liegt aber im Bereich zufälliger Abweichungen und wirkt sich nicht auf die Gesamtergebnisse aus.

Auch die räumliche Verteilung der Befragten über das Stadtgebiet entspricht mit geringen Abweichungen der tatsächlichen Bevölkerungsverteilung innerhalb der Stadtteile.

Tabelle 3: Einwohnerinnen und Einwohner ab 18 Jahren ohne Migrationshintergrund nach Stadtteilen nach Melderegister sowie nach Repräsentativerhebung 2015 (Anteile in Prozent)

Stadtteil	Melderegister*	Repräsentativerhebung 2015
01 Mitte	1,8	2,0
02 Calenberger Neustadt	1,4	1,6
03 Nordstadt	3,1	3,2
04 Südstadt	9,0	8,6
05 Waldhausen	0,5	0,6
06 Waldheim	0,4	0,6
07 Bult	0,6	0,5
08 Zoo	1,1	0,9
09 Oststadt	2,9	2,9
10 List	9,2	8,8
11 Vahrenwald	4,5	4,7
12 Vahrenheide	1,1	1,6
13 Hainholz	1,0	0,9
14 Herrenhausen	1,4	1,3
15 Burg	0,8	0,9
16 Leinhausen	0,6	0,5
17 Ledeburg / 20 Nordhafen	1,1	1,3
18 Stöcken	1,9	1,9
19 Marienwerder	0,4	0,6
21 Sahlkamp	2,1	2,0
22 Bothfeld	4,2	4,1
24 Lahe	0,3	0,5
25 Groß-Buchholz	4,7	4,6
26 Kleefeld	2,5	2,5
27 Heideviertel	1,1	0,9
28 Kirchrode	2,5	2,4
29 Döhren	2,9	3,0
30 Seelhorst	0,7	0,3
31 Wülfel	0,8	0,6
32 Mittelfeld	1,3	1,4
33 Linden-Nord	3,2	3,3
34 Linden-Mitte	2,4	2,5
35 Linden-Süd	1,4	1,3
36 Limmer	1,1	1,0
37 Davenstedt	2,1	2,0
38 Badenstedt	2,2	2,0
39 Bornum	0,2	0,2
40 Ricklingen	2,5	2,3
41 Oberricklingen	2,0	2,2
42 Mühlenberg	0,7	1,1
43 Wettbergen	2,5	2,5
44 Ahlem	1,9	1,8
45 Vinnhorst / 49 Brink Hafen	1,2	1,3
47 Bemerode	3,2	3,4
48 Isernhagen-Süd	0,6	0,5
50 Misburg-Nord	4,4	4,5
51 Misburg-Süd	0,5	0,2
52 Anderten	1,6	1,7
53 Wülferode	0,2	0,3
Insgesamt	100,0	100,0

* Bevölkerung am Ort der Hauptwohnung im Alter von 18 Jahren und älter ohne Migrationshintergrund am 30.06.2015

Quelle: Bereich Wahlen und Statistik der Stadt Hannover sowie Repräsentativerhebung 2015

Hinweise zum Lesen des Berichtes

Die Ergebnisse sind in (gerundeten) Prozentwerten ausgewiesen und beziehen sich auf die Anzahl der Befragten mit gültigen Antworten. Geringe Abweichungen in den Tabellenzeilen- oder Tabellenspalten-Summen erklären sich aus Rundungen. Da diese Rundungsfehler bei grafischen Darstellungen bereinigt wurden, können sich z. T. geringfügige Ergebnisunterschiede zwischen Tabellenwerten und Grafiken ergeben.

Für Fragen, bei denen Mehrfachnennungen möglich waren, ergibt die Addition der Einzelwerte in Tabellenzeilen oder -spalten in der Regel über 100 Prozent liegende Anteile. Zur Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen aus den vorausgegangenen Befragungen wurden diese Werte teilweise auf eine Basis von 100 Prozent umgerechnet.

Die Ergebnisse in diesem Bericht beziehen sich auf die Grundauswertung der Repräsentativerhebung 2015 und die vergleichbaren Ergebnisse aus den vorherigen Repräsentativerhebungen der Stadt Hannover.

Da nicht alle im Rahmen der Repräsentativerhebung 2015 gestellten Fragen in jeder der vorausgegangenen Erhebungen gestellt wurden, ergeben sich in den Tabellen mit den Vergleichsdaten z. T. unterschiedliche Jahresbezüge (z. B. 1999, 2008, 2011, 2015 oder 1999, 2008, 2011).

Eine differenzierte Auswertung nach soziodemografischen Merkmalen sowie nach Stadtteilen wird im Anschluss an diese Grundauswertung erarbeitet.

3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover

In Zeiten des demografischen Wandels spielt im zunehmenden Wettstreit zwischen den Städten und Regionen um Einwohnerinnen und Einwohner, um Arbeitskräfte und Investitionen die Attraktivität einer Stadt/Region eine immer größere Rolle. Diese wird nicht nur durch objektive Faktoren wie vorhandene Infrastruktur, Wirtschaftskraft/Arbeitsmarktentwicklung, Einkaufsmöglichkeiten, Naherholungsmöglichkeiten, kulturelle Angebote, öffentliche Sicherheit, Verkehrssystem etc. geprägt, sondern mindestens ebenso deutlich durch die Zufriedenheit der Einwohnerinnen und Einwohner mit ihrer Stadt insgesamt und mit den für sie jeweils wichtigen Lebensbereichen.

Im Mittelpunkt dieses Kapitels steht die Gesamtzufriedenheit der Einwohnerinnen und Einwohner mit ihrer Stadt, die Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen sowie die Frage nach den subjektiv empfundenen „größten Problemen Hannovers“.

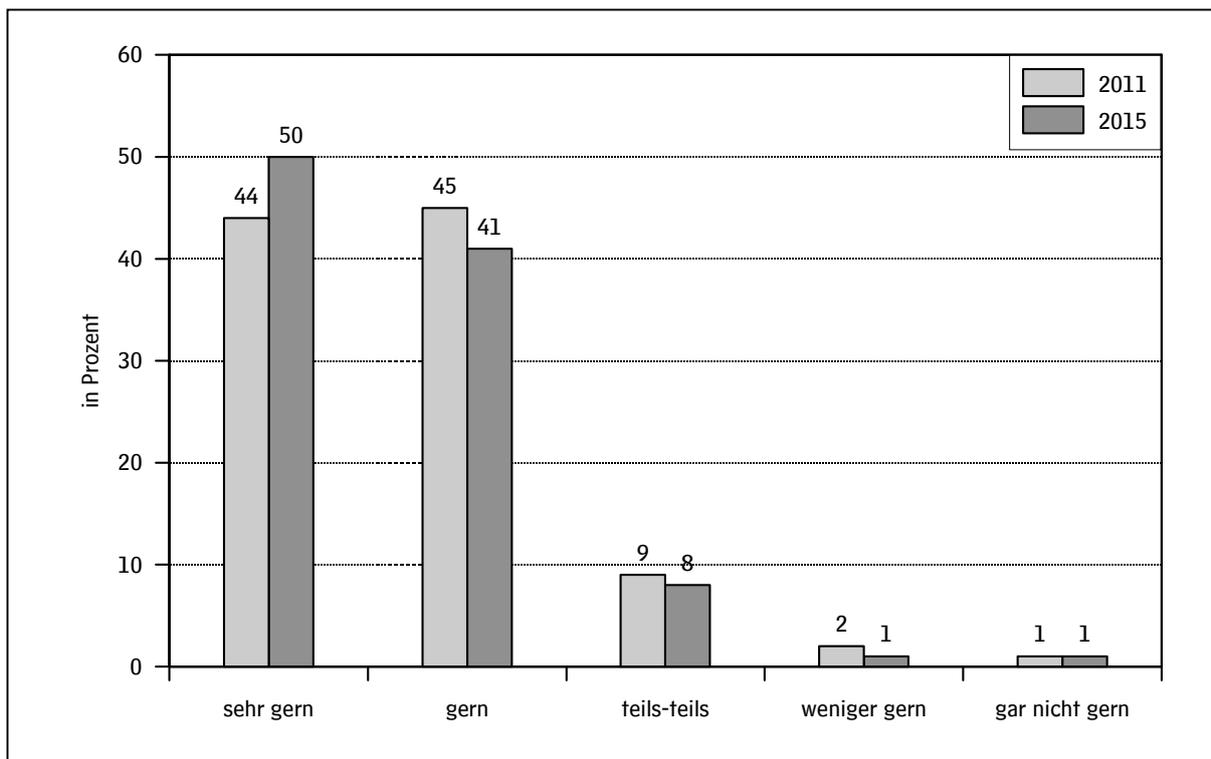
3.1 Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover

Frage: „Wenn Sie einmal alles zusammen nehmen: Wie gern leben Sie in Hannover?“

Die Ergebnisse der Repräsentativerhebung 2015 zeigen, dass sich die Zufriedenheit der Einwohnerinnen und Einwohner mit ihrer Stadt gegenüber den Vorjahren weiter erhöht hat: 2015 leben 91 Prozent und damit die weit überwiegende Mehrheit aller Befragten sehr gern oder gern in Hannover, 50 Prozent aller Befragten geben sogar an, sehr gern in Hannover zu leben.

- ▶ Gegenüber der letzten im Jahr 2011 durchgeführten Repräsentativerhebung hat sich die Zahl derjenigen, die sehr gern oder gern in Hannover leben, um 2 Prozentpunkte auf nunmehr 91 Prozent erhöht.
- ▶ Insbesondere hat sich gegenüber 2011 die Zahl derjenigen, die sehr gern in Hannover leben, deutlich um 6 Prozentpunkte und gegenüber 2008 sogar um 11 Prozentpunkte erhöht: Im Jahr 2015 geben 50 Prozent aller Befragten an, sehr gern in Hannover zu leben.
- ▶ Insgesamt hat sich die Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover über die Jahre kontinuierlich gesteigert: 1999 gaben lediglich 78 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner an, sehr gern oder gern in Hannover zu leben, 16 Jahre später gilt dies für 91 Prozent (+13 Prozentpunkte) der Befragten. Der Anteil der Sehr-Zufriedenen erhöht sich seit 1999 sogar um 20 Prozentpunkte von 30 auf 50 Prozent.

Abbildung 1: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 2011 und 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebungen 2011 und 2015

Tabelle 4: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 1999 bis 2015
(Angaben in Prozent)

	1999	2002	2005	2008	2011	2015
	in %					
sehr gern	30	33	38	39	44	50
gern	48	50	50	50	45	41
teils-teils	19	14	11	9	9	8
weniger gern	3	2	1	2	2	1
gar nicht gern	1	1	0	1	1	1
Insgesamt	100	100	100	100	100	100

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999 bis 2015

3.2 Größte Probleme Hannovers

Frage: „Was sind Ihrer Meinung nach zurzeit in Hannover die größten Probleme?“

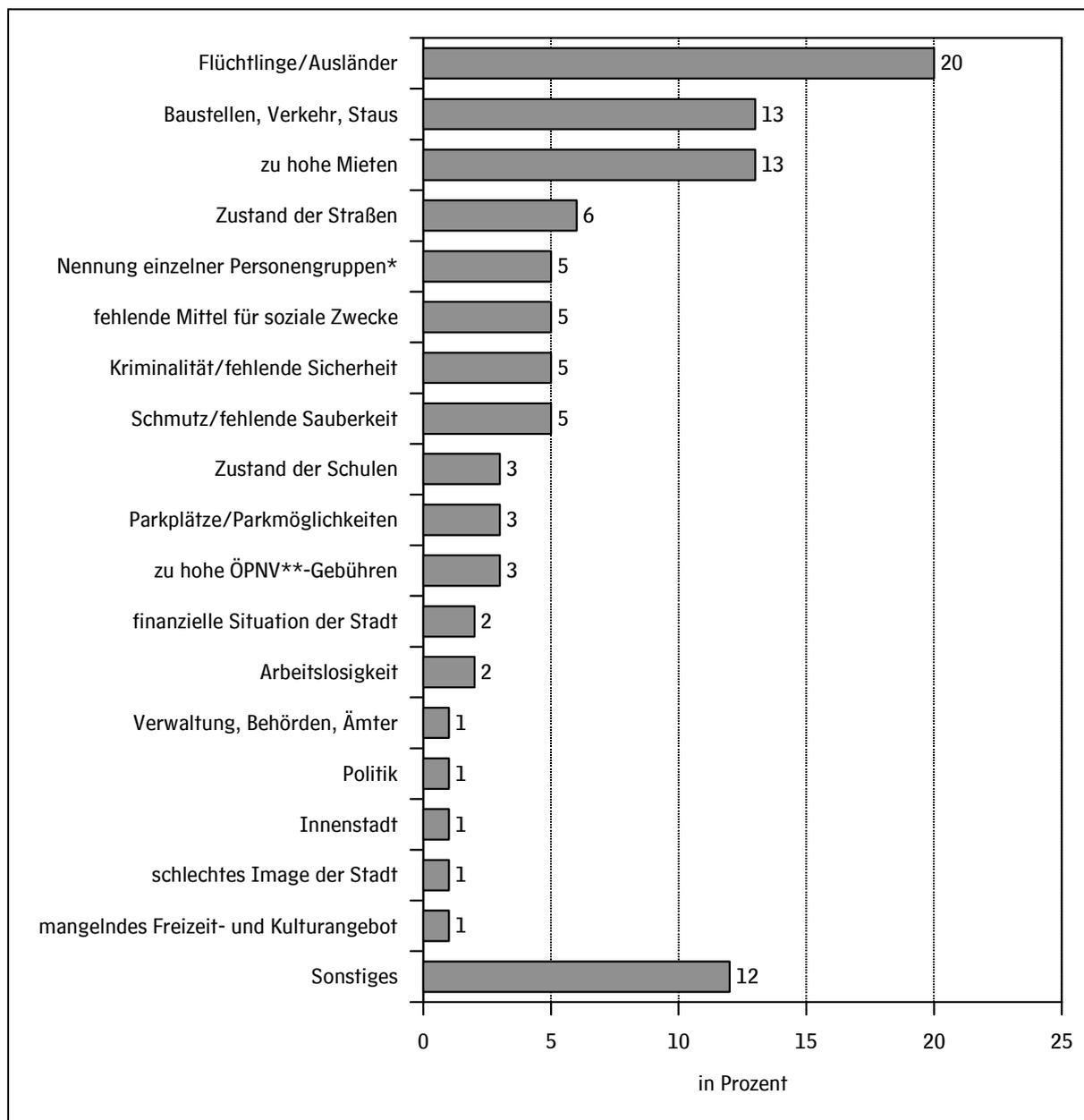
Mit der Frage nach den größten Problemen der Stadt sollen die für die Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt wichtigsten Problembereiche identifiziert werden. Für diese erstmals 1999 gestellte Frage wurden die Befragten gebeten, maximal zwei für sie problematische Aspekte frei zu formulieren. Im Rahmen der Auswertung wurden die frei formulierten Einzelnennungen zu Themenbereichen gebündelt.

Da bei dieser Frage Mehrfachnennungen möglich waren und die Befragten diese Frage in der Repräsentativerhebung 2015 und in den vorausgegangenen Repräsentativerhebungen unterschiedlich häufig beantworteten, wurden die Ergebnisse auf eine Basis von 100 Prozent umgerechnet, um damit eine Vergleichbarkeit in der Zeitreihe herzustellen.

Im Rahmen der Repräsentativerhebung benennen ca. drei Viertel der Befragten durchschnittlich 1,7 Aspekte.

- ▶ In der Rangliste der größten Stadtprobleme gibt es gegenüber den vorausgegangenen Repräsentativerhebungen einen Wechsel hinsichtlich des am häufigsten genannten Aspektes: Wurde 2008 (13 Prozent) bzw. 2011 (16 Prozent) das Thema „Baustellen, Verkehr, Staus“ noch als häufigstes Problem der Stadt benannt, beziehen sich 2015 mit einem Anteil von 20 Prozent die meisten Antworten auf das Thema „Flüchtlinge/Ausländer“. Dabei werden unter diesem Aspekt sowohl eher unspezifische, allgemeine Nennungen („zu viele Ausländer“, „zu viele Flüchtlinge“) als auch spezifische Aspekte („Integrationsfähigkeiten“, „Integrationsmöglichkeiten“, „Probleme bei der Unterbringung“, „Sorge um finanzielle und organisatorische Ressourcen“) subsumiert. Bei der Befragung 2011 war der Anteil des Aspektes „Ausländer/zu viele Ausländer“ noch so gering, dass er der Kategorie „Nennung einzelner Personengruppen“ zugeordnet wurde.
- ▶ Mit einem Anteil von jeweils 13 Prozent aller Antworten werden 2015 an zweiter Stelle die Problembereiche „Baustellen, Verkehr, Staus“ bzw. „zu hohe Mieten“ am häufigsten angesprochen.
- ▶ Mit einem deutlichen Abstand und mit Anteilen zwischen fünf und sechs Prozent folgen darauf die Themen „Zustand der Straßen“ (6 Prozent), „Nennung einzelner Personengruppen“ (u. a. Bettler, Punks), „fehlende Mittel für soziale Zwecke“, „Kriminalität/fehlende Sicherheit“ und „Schmutz/fehlende Sauberkeit“ (je 5 Prozent).

Abbildung 2: Größte Probleme Hannovers 2015
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis: 100 Prozent)



* außer Flüchtlinge/Ausländer, u. a. Bettler, Punks

** Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Den deutlichsten Zuwachs (+ 20 Prozentpunkte) gegenüber der Repräsentativerhebung 2011 weist 2015 das Thema „Flüchtlinge/Ausländer“ auf, welches in den vorherigen Befragungen noch keine Rolle spielte.
- ▶ Daneben nimmt gegenüber 2011 vor allem der Aspekt „zu hohe Mieten“ mit einem Zuwachs von 11 Prozentpunkten deutlich an Bedeutung zu (benannt u. a. „zu wenig bezahlbarer Wohnraum“, „Mieten zu hoch“).

3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover

- ▶ Zugleich werden „einzelne Personengruppen“, u. a. Bettler oder Punks, deutlich seltener (-8 Prozentpunkte) als 2011 von den Befragten als problematisch angesprochen. Hier scheint sich die Wahrnehmung der Befragten mglw. auf das Thema „Flüchtlinge/Ausländer“ verlagert zu haben.
- ▶ Auch der Aspekt „fehlende Mittel für soziale Zwecke“ wird 2015 von den Einwohnerinnen und Einwohnern seltener (-5 Prozentpunkte gegenüber 2011) genannt.
- ▶ Im langfristigen Vergleich zeigt sich zudem, dass seit 2005 die Themen „finanzielle Situation der Stadt“ (-11 Prozentpunkte) und „Arbeitslosigkeit“ (-15 Prozentpunkte) in der Wahrnehmung der befragten Einwohnerinnen und Einwohner deutlich an Bedeutung verloren haben, nunmehr zählen jeweils nur noch 2 Prozent der Befragten diese Themen zu den größten Problemen der Stadt. Gegenüber 2008 werden zudem die Themen „Nennung einzelner Personengruppen“ (-7 Prozentpunkte) sowie „Innenstadt“ (-7 Prozentpunkte) deutlich seltener als problematisch wahrgenommen.

Tabelle 5: Größte Probleme Hannovers 2002 bis 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis: 100 Prozent)

	2002	2005	2008	2011	2015	2002	2005	2008	2011	2015
	in % der Antworten/Nennungen					in % der Befragten/Fälle				
Flüchtlinge/Ausländer	-	-	-	-	20	-	-	-	-	32
Baustellen, Verkehr, Staus	13	14	13	16	13	20	21	20	27	22
zu hohe Mieten	-	2	1	2	13	-	-	2	3	21
Zustand der Straßen	2	-	2	5	6	3	-	3	8	9
Nennung einzelner Personengruppen**	10	12	12	13	5	16	19	18	21	8
fehlende Mittel für soziale Zwecke	4	4	5	10	5	6	7	7	16	9
Kriminalität/fehlende Sicherheit	9	6	9	7	5	14	10	13	12	8
Schmutz/fehlende Sauberkeit	7	7	7	7	5	11	11	10	11	8
Zustand der Schulen	3	2	5	3	3	5	4	8	5	5
Parkplätze/Parkmöglichkeiten	3	3	4	3	3	5	5	6	5	5
zu hohe ÖPNV-Gebühren***	3	-	3	2	3	4	-	4	4	5
finanzielle Situation der Stadt	21	13	3	5	2	33	20	5	9	3
Arbeitslosigkeit	15	17	7	4	2	24	26	11	8	4
Verwaltung, Behörden, Ämter	-	-	1	4	1	-	-	1	7	1
Politik	-	-	1	4	1	-	-	2	7	2
Innenstadt	-	-	8	3	1	-	-	12	6	1
schlechtes Image der Stadt	3	3	4	3	1	4	4	5	4	2
mangelndes Freizeit- und Kulturangebot	-	-	4	2	1	-	-	6	3	1
Umweltzone	-	-	-	2	0	-	-	-	3	0
Sonstiges	10	18	13	6	12	15	29	22	11	20
Insgesamt*	100	100	100	100	100	160	156	155	170	166

* mehr als 100 % = Mehrfachnennungen möglich

** außer Flüchtlinge/Ausländer, u. a. Bettler, Punks

*** Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 2002 bis 2015

3.3 Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen

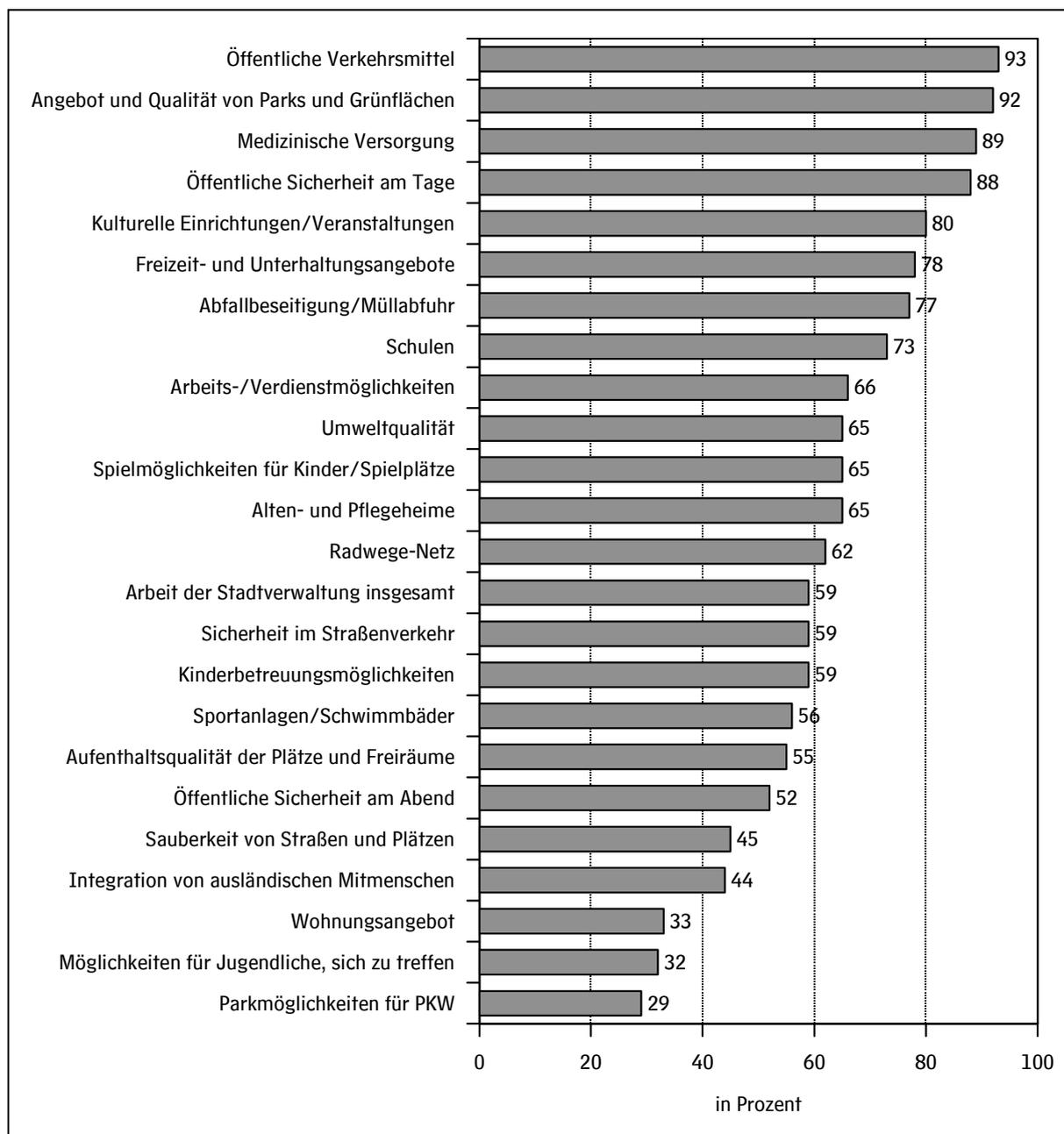
Um sich ein vollständiges Bild der Lebensqualität in einer Stadt zu machen, werden in der Repräsentativerhebung neben den objektiven Lebensumständen auch die darauf bezogenen Zufriedenheiten der Einwohnerinnen und Einwohner abgefragt, da sich in den subjektiven Zufriedenheiten auch die persönlichen Ansprüche und Erwartungen an die eigene Situation widerspiegeln. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Einwohnerinnen und Einwohner identische objektive Bedingungen in Abhängigkeit von ihren eigenen Ansprüchen und Erwartungen durchaus unterschiedlich bewerten können.

Die nachfolgend dargestellten Ergebnisse zeigen die Zufriedenheit der Befragten mit 24 verschiedenen Lebensbereichen auf einer fünfstufigen Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 5 (sehr unzufrieden). Im Rahmen der Auswertung dieser Frage wurden die Kategorien sehr zufrieden und zufrieden sowie unzufrieden und sehr unzufrieden zusammengefasst.

Frage: „Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit folgenden Lebensbereichen in der Stadt Hannover?“

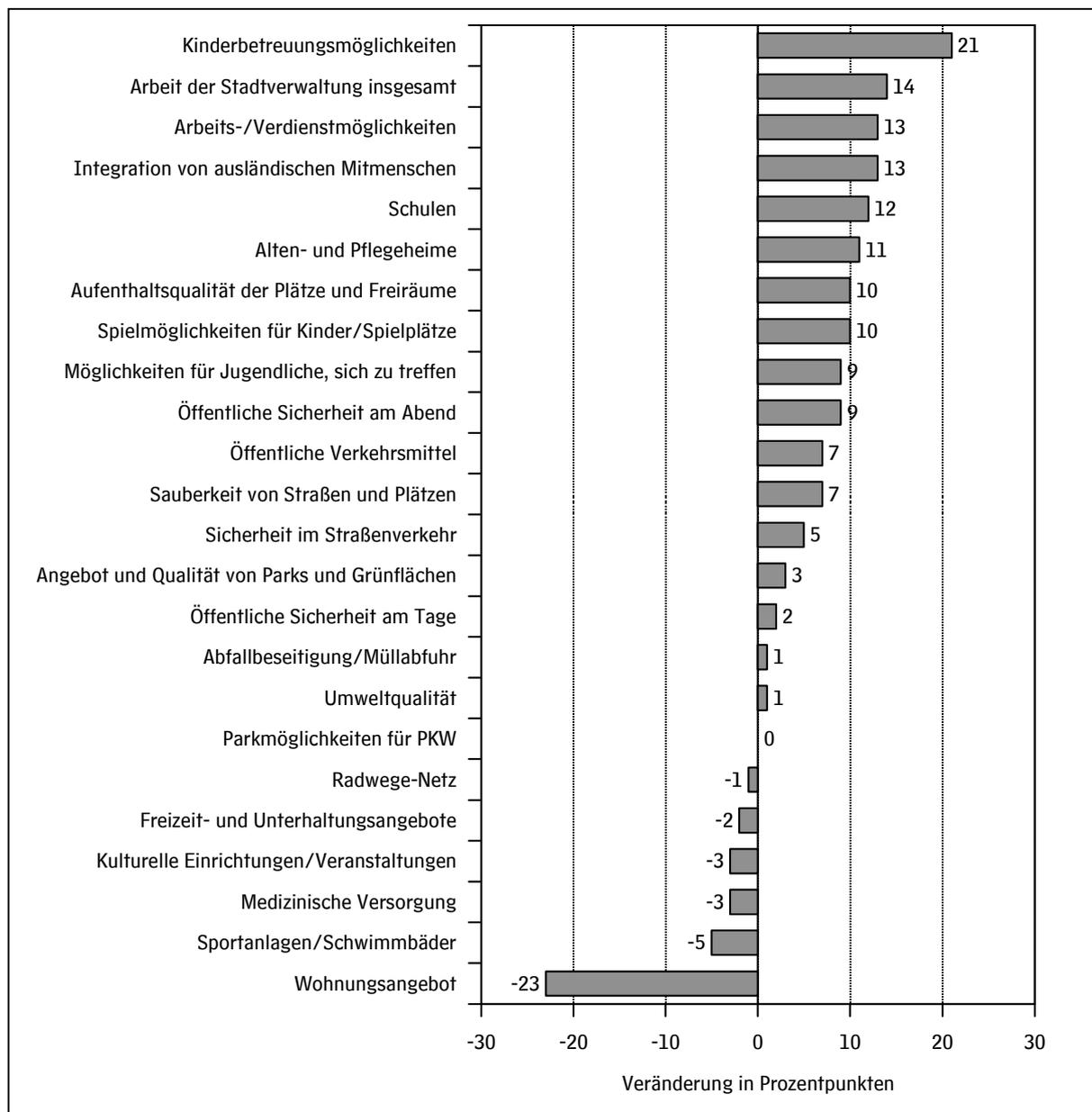
- ▶ Generell ist eine hohe Zufriedenheit mit den ausgewählten Lebensbereichen festzustellen. Mit 19 von 24 Lebensbereichen sind die Befragten 2015 zu mehr als 50 Prozent zufrieden oder sehr zufrieden. Bei 8 Bereichen beträgt dieser Anteil sogar mehr als 70 Prozent.
- ▶ Am zufriedensten sind die Befragten 2015 mit den „Öffentlichen Verkehrsmitteln“ (93 Prozent). Weiterhin zählen – wie schon in 2008 und 2011 – „Angebot und Qualität von Parks und Grünflächen“ (92 Prozent), „Medizinische Versorgung“ (89 Prozent), „Öffentliche Sicherheit am Tage“ (88 Prozent), „kulturelle Einrichtungen/Veranstaltungen“ (80 Prozent), „Freizeit- und Unterhaltungsangebote“ (78 Prozent) sowie „Abfallbeseitigung/Müllabfuhr“ (77 Prozent) zu den Bereichen, mit denen sich mehr als drei Viertel aller Befragten zufrieden oder sehr zufrieden zeigen.
- ▶ Erstmals seit Durchführung der Repräsentativerhebung erzielt das Angebot „Schulen“ eine Zufriedenheitsrate von mehr als 70 Prozent (73 Prozent).
- ▶ Für die Stadtverwaltung Hannover ist es aber ebenso wichtig zu wissen, mit welchen Bereichen die Einwohnerinnen und Einwohner unzufrieden sind, um zielgerichtet Maßnahmen zur Verbesserung ergreifen zu können. Die niedrigsten Anteile (zufrieden oder sehr zufrieden) erhalten 2015 „Parkmöglichkeiten für PKW“ (29 Prozent), „Möglichkeiten für Jugendliche, sich zu treffen“ (32 Prozent) sowie das „Wohnungsangebot“ (33 Prozent).

Abbildung 3: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2015 (Anteile sehr zufrieden und zufrieden, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Abbildung 4: Veränderung der Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2015 gegenüber 2011
(Anteile sehr zufrieden und zufrieden, Angaben in Prozentpunkten)



Quelle: Repräsentativerhebungen 2011 und 2015

- ▶ Insgesamt erhöht sich gegenüber 2011 die Zufriedenheit mit 13 Aspekten deutlich oder sehr deutlich, 11 Lebensbereiche werden ähnlich (+/-5 Prozentpunkte) wie 2011 bewertet, während die Befragten mit einem Teilaspekt („Wohnungsangebot“) deutlich unzufriedener sind als 2011.
- ▶ Am deutlichsten im Vergleich zu 2011 nimmt die Zufriedenheit mit dem Thema „Kinderbetreuungsmöglichkeiten“ zu, der Anteil der sehr zufriedenen und zufriedenen Bewertungen wuchs um 21 Prozentpunkte von 38 Prozent auf 59 Prozent.
- ▶ Ebenfalls deutlich positiver wahrgenommen werden die Bereiche „Arbeit der Stadtverwaltung insgesamt“ (+14 Prozentpunkte), „Arbeits-/Verdienstmöglichkeiten“ (+13 Prozentpunkte), „Integration von ausländischen Mitmenschen“ (+13 Prozentpunkte), „Schulen“ (+12 Prozentpunkte)

3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover

und „Alten- und Pflegeheime“ (+11 Prozentpunkte). Ebenso sind die Befragten mit den „Spielemöglichkeiten für Kinder/Spielplätze“ und mit der „Aufenthaltsqualität von Plätzen und Freiräumen“ deutlich zufriedener als noch in 2011 (jeweils +10 Prozentpunkte).

- ▶ Auch die Lebensbereiche, die mit dem Thema Mobilität/Verkehr zu tun haben, werden besser beurteilt als bei den vorangegangenen Befragungen: Der Lebensbereich „Öffentliche Verkehrsmittel“ erfährt eine Verbesserung von 7 Prozentpunkten, dasselbe gilt für „Sauberkeit von Straßen und Plätzen“. Mit der „Sicherheit im Straßenverkehr“ sind 59 Prozent statt bislang 54 Prozent zufrieden oder sehr zufrieden.
- ▶ Es gibt nur einen Bereich, mit dem die Befragten deutlich weniger zufrieden sind als noch in 2011: das Thema „Wohnungsangebot“. Lagen hier 2008 die Zufriedenheitsraten noch bei 56 Prozent, so sind sie 2015 auf 33 Prozent gefallen (-23 Prozentpunkte).
- ▶ Auch die Zufriedenheit mit dem Aspekt „Sportanlagen/Schwimmbäder“ verschlechtert sich von 61 Prozent auf 56 Prozent (-5 Prozentpunkte).

Tabelle 6: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2011 und 2015 (Angaben in Prozent)

	2011			2015		
	sehr zufrieden + zufrieden	teils - teils	unzufrieden + sehr unzufrieden	sehr zufrieden + zufrieden	teils - teils	unzufrieden + sehr unzufrieden
	in %			in %		
Öffentliche Verkehrsmittel	86	10	3	93	5	1
Angebot und Qualität von Parks und Grünflächen	89	9	1	92	7	2
Medizinische Versorgung	92	7	2	89	9	2
Öffentliche Sicherheit am Tage	86	12	2	88	10	2
Kulturelle Einrichtungen/Veranstaltungen	83	15	2	80	16	4
Freizeit- und Unterhaltungsangebote	80	17	3	78	18	4
Abfallbeseitigung/Müllabfuhr	76	16	7	77	18	6
Schulen	61	32	6	73	24	3
Spielemöglichkeiten für Kinder/Spielplätze	55	39	6	66	30	5
Arbeits-/Verdienstmöglichkeiten	53	37	10	66	28	6
Umweltqualität	64	30	5	65	30	5
Alten- und Pflegeheime	54	40	7	65	31	4
Radwege-Netz	63	28	9	62	28	10
Sicherheit im Straßenverkehr	54	38	8	59	33	8
Arbeit der Stadtverwaltung insgesamt	45	46	9	59	34	7
Kinderbetreuungsmöglichkeiten	38	43	19	59	36	6
Sportanlagen/Schwimmbäder	61	29	9	56	32	12
Aufenthaltsqualität der Plätze und Freiräume	45	47	8	55	38	7
Öffentliche Sicherheit am Abend	43	40	17	52	36	12
Sauberkeit von Straßen und Plätzen	38	42	20	45	41	14
Integration von ausländischen Mitmenschen	31	47	22	44	45	12
Wohnungsangebot	56	34	10	33	40	27
Möglichkeiten für Jugendliche, sich zu treffen	23	53	24	32	48	20
Parkmöglichkeiten für PKW	29	40	32	29	40	32

Quelle: Repräsentativerhebungen 2011 und 2015

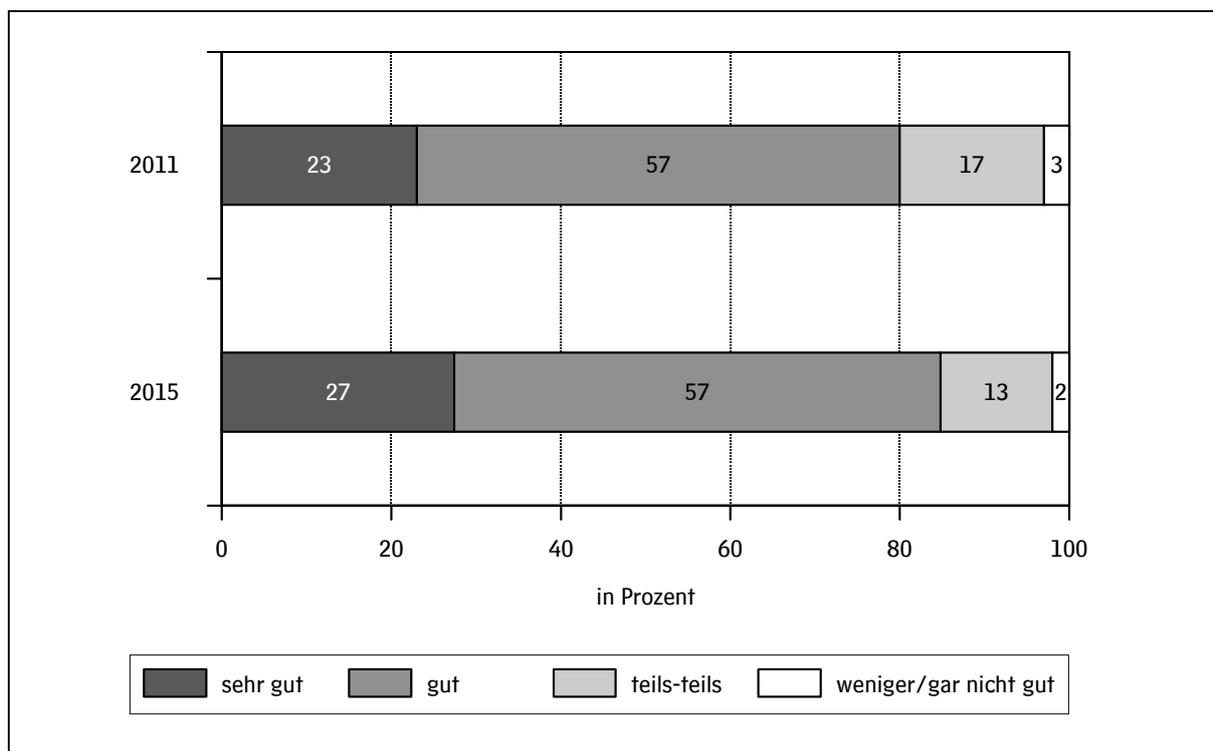
4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil

Im Mittelpunkt dieses Kapitels steht die Zufriedenheit der Befragten mit den Lebensbedingungen im Stadtteil. Gefragt wird neben der allgemeinen Zufriedenheit mit dem Stadtteil nach den Vor- und Nachteilen des Stadtteils als Wohngebiet, nach der Beurteilung einzelner Angebote und Einrichtungen, nach dem Sicherheitsgefühl tagsüber bzw. abends und danach, wie zufrieden die Befragten mit ihrer Wohnung sind. Veränderungen der Ergebnisse gegenüber den Vorjahren gründen dabei nicht zwangsläufig auf konkreten Veränderungen im Stadtteil, z. B. der vorhandenen Infrastrukturangebote, vielmehr können sich im Zeitverlauf auch die individuellen Wertmaßstäbe und Bedürfnisse der befragten Einwohnerinnen und Einwohner verändern.

4.1 Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen im Stadtteil

Frage: „Wie beurteilen Sie in Bezug auf Ihre persönlichen Bedürfnisse die Wohn- und Lebensqualität in Ihrem Stadtteil?“

Abbildung 5: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 2011 und 2015 (Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebungen 2011 und 2015

- Ebenso wie die Zufriedenheit mit der Lebensqualität in der Stadt Hannover insgesamt hat sich auch die Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen im Stadtteil gegenüber den Vorjahren nochmals verbessert.

- ▶ 84 Prozent aller befragten Einwohnerinnen und Einwohner beurteilen 2015 die Wohn- und Lebensqualität des Stadtteils, in dem sie leben, mit sehr gut oder gut. Nur 2 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner sind 2015 unzufrieden mit ihrem Stadtteil, d. h. sie bewerten die Qualität in ihrem Stadtteil mit weniger gut oder gar nicht gut.
- ▶ Im Vergleich zum Jahr 2011 erhöht sich die Zufriedenheit mit dem Stadtteil insgesamt um vier Prozentpunkte, insbesondere wächst dabei der Anteil der sehr zufriedenen Einwohnerinnen und Einwohner.
- ▶ Anfang der 90er Jahre betrug die Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil lediglich um die 70 Prozent, seitdem ist sie um ca. 14 Prozentpunkte auf 84 Prozent angestiegen.

Tabelle 7: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 1990 bis 2015 (Angaben in Prozent)

	1990	1994	1996	1999	2002	2005	2008	2011	2015
	in %								
sehr gut	20	17	15	15	17	21	20	23	27
gut	49	53	56	57	56	58	57	57	57
mittelmäßig	18	22	23	23	21	17	19	17	13
weniger gut	7	5	5	5	4	4	3	2	2
gar nicht gut	6	2	1	1	1	1	4	1	0
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	103	100	100

Quelle: Repräsentativerhebungen 1990 bis 2015

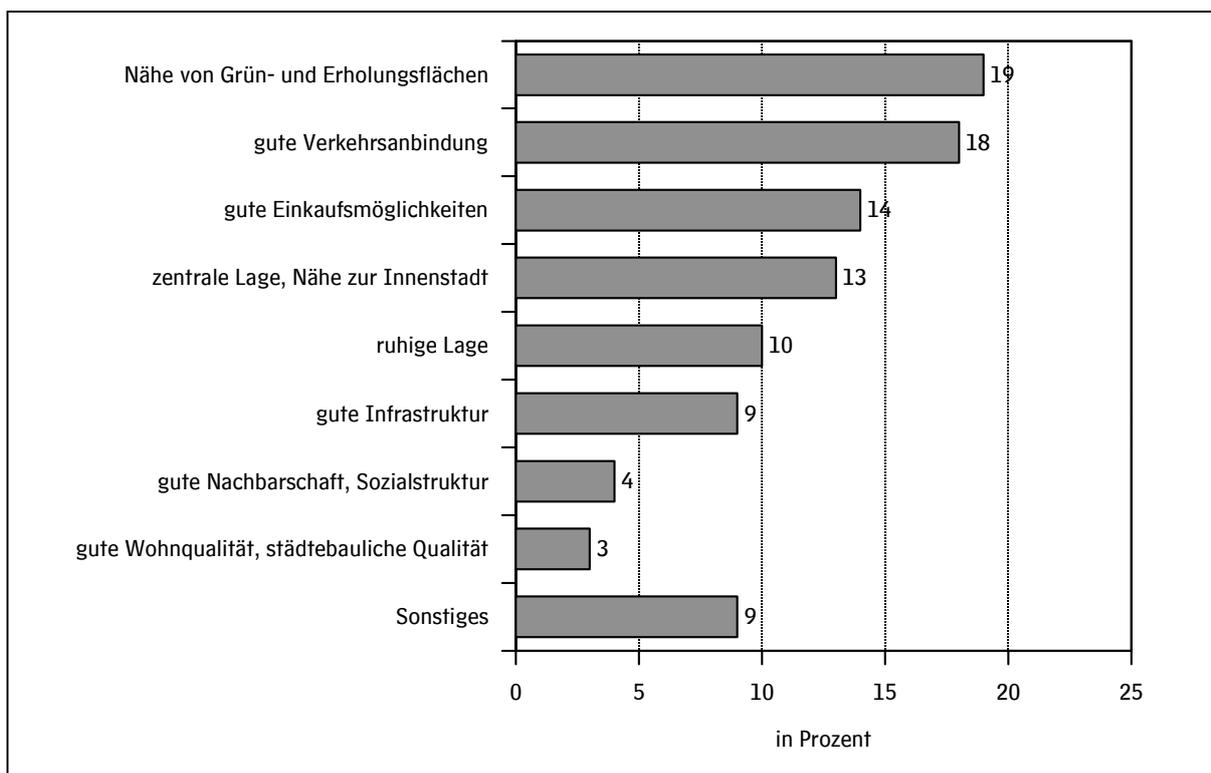
4.2 Vor- und Nachteile des eigenen Stadtteils

Bei den Fragen zu den Vor- und Nachteilen des eigenen Stadtteils konnten die Befragten ein oder mehrere Antworten frei formulieren, bei beiden Fragen waren keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Im Rahmen der Auswertung wurden die Antworten zu Themenbereichen gebündelt und zudem auf eine Basis von 100 Prozent umgerechnet, um eine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren herstellen zu können.

Vorteile des eigenen Stadtteils

Frage: „Welche Vorteile hat Ihr Stadtteil als Wohngebiet?“

Abbildung 6: Nennungen zu Vorteilen des eigenen Stadtteils 2015
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis: 100 Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ In der Rangfolge der von den Einwohnerinnen und Einwohnern genannten Vorteile des eigenen Stadtteils hat sich gegenüber den Vorjahren nur wenig verändert: Auch 2015 ist die „Nähe von Grün- und Erholungsflächen“ (19 Prozent) der wichtigste positive Aspekt des eigenen Stadtteils.
- ▶ Eine „gute Verkehrsanbindung“ (18 Prozent) wird danach am zweithäufigsten genannt, wobei sich die Antworten sowohl auf den ÖPNV als auch auf den Individualverkehr beziehen.

- ▶ Auf Platz 3 der positiven Aspekte folgen die „guten Einkaufsmöglichkeiten“ im Stadtteil“ (14 Prozent), 2011 wurde dieser Aspekt mit 12 Prozent am vierthäufigsten angesprochen. Danach folgen 2015 die „zentrale Lage und die Nähe zur Innenstadt“ (13 Prozent, Platz 4), die „ruhige Lage des Stadtteils“ (10 Prozent, Platz 5) sowie eine „gute Infrastruktur“ (9 Prozent, Platz 6).
- ▶ Gegenüber 2011 werden die „guten Einkaufsmöglichkeiten“ im Stadtteil“ (+2 Prozentpunkte) etwas häufiger als positiver Aspekt angesprochen, die „Nähe von Grün- und Erholungsflächen“ (-2 Prozentpunkte) dagegen etwas seltener.
- ▶ Auch bei einem Vergleich des aktuellen Ergebnisses mit den Ergebnissen aus den vorausgegangenen Befragungen seit 2002 fällt auf, dass die Ergebnisse zu dieser Frage sehr stabil sind und die Rangfolge der Aspekte aus Sicht der Einwohnerinnen und Einwohner seitdem fast gleichgeblieben ist.

Tabelle 8: Nennungen zu Vorteilen des eigenen Stadtteils 2002 bis 2015
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2002	2005	2008	2011	2015	2002	2005	2008	2011	2015
	in % der Antworten/Nennungen					in % der Befragten/Fälle				
Nähe von Grün- und Erholungsflächen	22	23	21	21	19	54	49	52	51	51
gute Verkehrsanbindung	19	20	19	19	18	45	42	46	47	50
gute Einkaufsmöglichkeiten	12	14	11	12	14	30	31	26	30	37
zentrale Lage, Nähe zur Innenstadt	15	14	13	14	13	35	30	32	34	35
ruhige Lage	11	10	11	10	10	26	22	28	24	27
gute Infrastruktur	6	8	10	10	9	16	16	24	23	24
gute Nachbarschaft, Sozialstruktur	3	3	5	3	4	7	6	11	8	12
gute Wohnqualität, städtebaul. Qualität	4	4	5	4	3	11	8	13	11	10
Sonstiges	7	6	6	7	9	18	13	15	18	23
Insgesamt*	100	100	100	100	100	242	216	247	246	269

* mehr als 100 % = Mehrfachnennungen

Quelle: Repräsentativerhebungen 2002 bis 2015

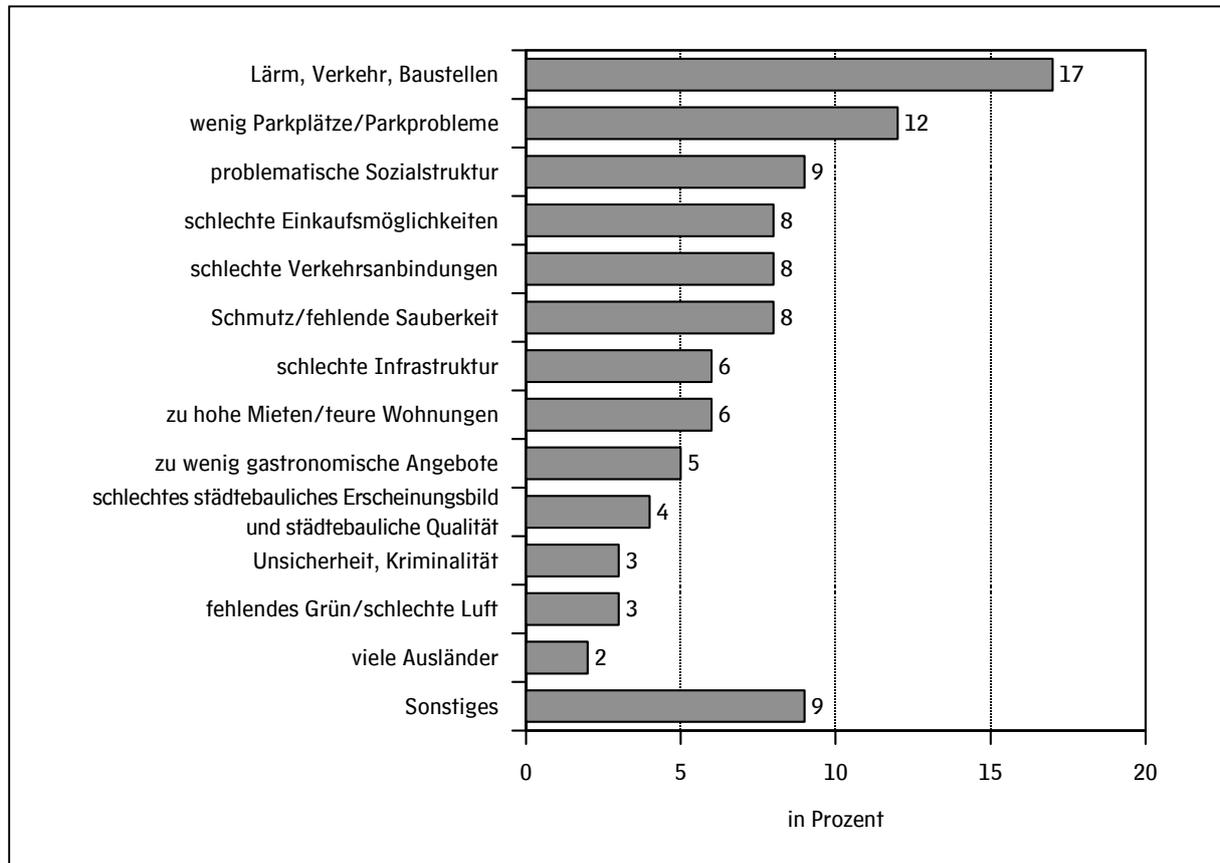
Nachteile des eigenen Stadtteils

Frage: „Und welche Nachteile hat Ihr Stadtteil als Wohngebiet?“

- ▶ Auch 2015 gilt – wie bei den vorausgegangenen Erhebungen – die mit Abstand am häufigsten formulierte Kritik am eigenen Stadtteil dem Thema „Lärm, Verkehr, Baustellen“ (17 Prozent).
- ▶ Am zweithäufigsten wird mit einem Anteil von 12 Prozent 2015 das Thema „wenig Parkplätze/Parkprobleme“, am dritthäufigsten (9 Prozent) das Thema „problematische Sozialstruktur“ (genannt u. a.: sozialer Brennpunkt, betrunkene Menschen, Drogensüchtige, Gettobildung) im Stadtteil genannt.
- ▶ Nachfolgend beziehen sich jeweils 8 Prozent aller Antworten auf die Themen „schlechte Einkaufsmöglichkeiten“, „schlechte Verkehrsanbindungen“ sowie „Schmutz/fehlende Sauberkeit“.
- ▶ Je 6 Prozent der Nennungen beziehen sich auf eine „schlechte Infrastruktur“ (genannt: Einrichtungen und Angebote unterschiedlichster Art, u. a. Sport- und Freizeiteinrichtungen, Theater, Jugendzentrum, Kindergärten, Krabbelgruppen, Ärzte etc.) sowie „zu hohe Mieten/teure Wohnungen“.

Abbildung 7: Nennungen zu Nachteilen des eigenen Stadtteils 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis: 100 Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Gegenüber den Ergebnissen aus dem Jahr 2011 werden vor allem die Aspekte „Einkaufsmöglichkeiten“ im Stadtteil“ (8 Prozent, -4 Prozentpunkte) sowie „viele Ausländer“ (2 Prozent, -4 Prozentpunkte) deutlich seltener als Kritikpunkte benannt.
- ▶ Auch die Kritik am „städtebaulichen Erscheinungsbild und der städtebaulichen Qualität“ (u. a. genannt: zu viel „grau in grau“, langweilig, trostlose Innenhöfe, zu viel Beton, Hochhäuser etc.) verringert sich gegenüber 2011 um 3 Prozentpunkte auf 4 Prozent.
- ▶ Gegenüber 2008 wird 2015 vor allem deutlich seltener eine „schlechte Infrastruktur“ kritisiert. Wurde dieser Aspekt 2008 mit einem Anteil von 14 Prozent noch am zweithäufigsten kritisiert, beziehen sich 2015 hierauf nur noch 6 Prozent aller Antworten (-8 Prozentpunkte gegenüber 2008).
- ▶ Die Aspekte „Verkehrsanbindungen“ (Vorteile: 18 Prozent, Nachteile: 8 Prozent), „Einkaufsmöglichkeiten“ (Vorteile: 14 Prozent, Nachteile: 8 Prozent) sowie „Infrastruktur“ (Vorteile: 9 Prozent, Nachteile: 6 Prozent) werden von den Einwohnerinnen und Einwohnern sehr ambivalent eingeschätzt, sie werden sowohl als Vorteil als auch als Nachteil des eigenen Stadtteils genannt. Möglicherweise gründet sich dieses Antwortverhalten auf sehr unterschiedliche Ansprüche und Bewertungen jeder/jedes einzelnen Befragten. Zudem handelt es sich bei den dargestellten Ergebnissen um die Durchschnittswerte der Stadt Hannover, die innerhalb der Stadtteile deutlich differieren können. Eine differenzierte Auswertung zu diesen Aspekten mit den Ergebnissen in Differenzierung nach Soziodemografie sowie nach Stadtteilen wird im Anschluss erarbeitet.

4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil

Tabelle 9: Nennungen zu Nachteilen des eigenen Stadtteils 2002 bis 2015
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2002	2005	2008	2011	2015	2002	2005	2008	2011	2015
	in % der Antworten/Nennungen					in % der Befragten/Fälle				
Lärm, Verkehr, Baustellen	16	19	16	17	17	23	29	24	27	27
wenig Parkplätze/Parkprobleme	11	11	10	10	12	16	17	15	16	20
problematische Sozialstruktur	7	8	6	9	9	10	12	9	13	14
schlechte Einkaufsmöglichkeiten	11	13	10	12	8	15	19	15	18	13
schlechte Verkehrsanbindungen	5	5	8	9	8	7	7	11	15	13
Schmutz/fehlende Sauberkeit	12	8	8	9	8	16	13	12	14	12
schlechte Infrastruktur	11	11	14	8	6	15	17	20	12	10
zu hohe Mieten/teure Wohnungen	-	-	3	4	6	-	-	4	6	10
zu wenig gastronomische Angebote	-	3	4	3	5	-	5	5	5	8
schlechtes städtebauliches Erscheinungsbild und städtebauliche Qualität	7	5	6	7	4	10	7	9	11	7
Unsicherheit/Kriminalität	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5
fehlendes Grün/schlechte Luft	2	5	3	3	3	3	7	5	4	5
viele Ausländer	6	7	6	6	2	9	11	9	9	4
Sonstiges	7	4	3	1	9	10	7	5	1	15
Insgesamt*	100	100	100	100	100	139	155	148	100	163

* mehr als 100 % = Mehrfachnennungen

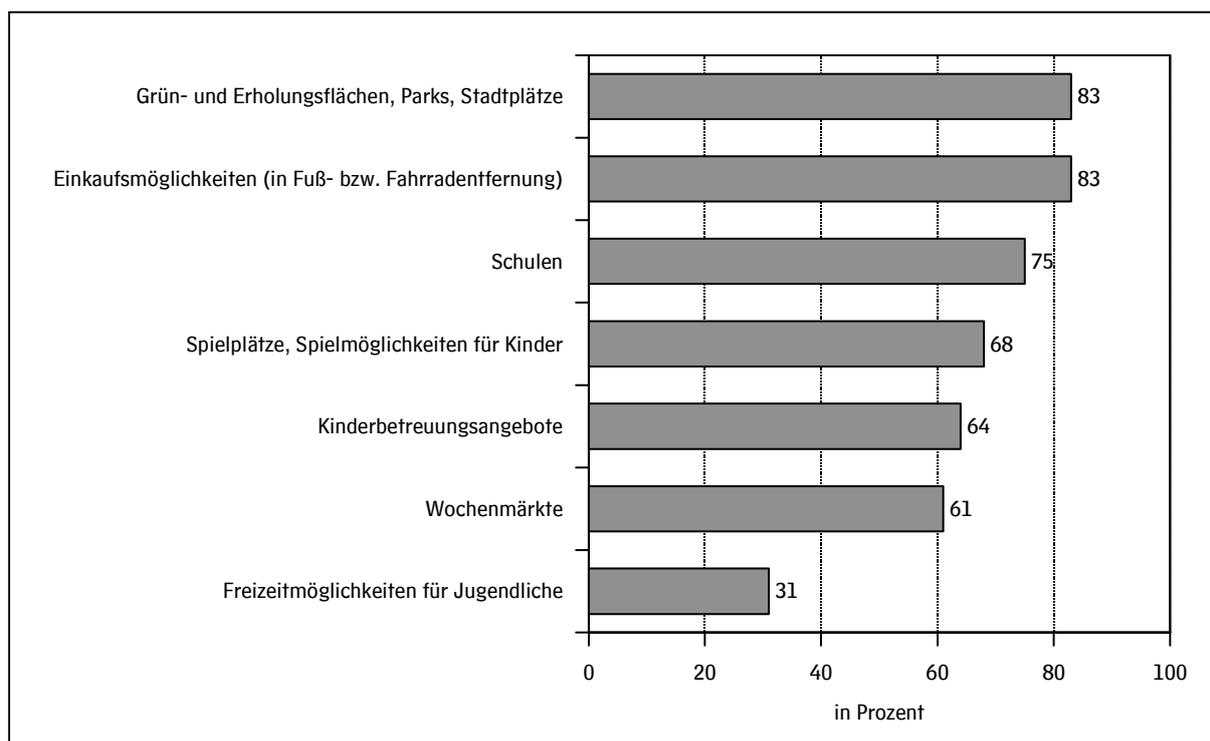
Quelle: Repräsentativerhebungen 2002 bis 2015

4.3 Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil

Frage: „Wie würden Sie persönlich die Versorgung mit folgenden Einrichtungen und Angeboten und deren Qualität innerhalb Ihres Stadtteils beurteilen?“

- ▶ Generell ist der Anteil der Einwohnerinnen und Einwohner, die mit den Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil zufrieden sind, bei bereits 2011 festgestellten hohen Zufriedenheiten noch einmal gestiegen.
- ▶ Mit Abstand am zufriedensten sind die Befragten 2015 mit der Versorgung mit „Grün- und Erholungsflächen, Parks, Stadtplätzen“ und „Einkaufsmöglichkeiten (in Fuß- bzw. Fahrradentfernung)“ (jeweils 83 Prozent sehr gut und gut).

Abbildung 8: Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2015
(Anteile sehr gut und gut, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Auf Stadtteilebene werden auch Aspekte der Bildungs- und Familienpolitik positiv bewertet. So liegt die Zufriedenheit mit den „Schulen“ bei 75 Prozent (sehr gut und gut) und mit „Spielplätzen und Spielmöglichkeiten für Kinder“ bei 68 Prozent (sehr gut und gut). Das bedeutet gegenüber der Befragung von 2011 ein Plus von 4 bzw. 3 Prozentpunkten.

4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil

- ▶ Bei „Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche“ werden mit 31 Prozent (sehr gut und gut) noch deutliche Verbesserungsmöglichkeiten gesehen. Aber auch hier zeigt sich eine Verbesserung von 5 Prozentpunkten gegenüber der Befragung 2011.
- ▶ Die positive Bewertung der „Einkaufsmöglichkeiten (in Fuß- bzw. Fahrradentfernung)“ verbessert sich ebenfalls um 5 Prozentpunkte auf 83 Prozent.
- ▶ Am deutlichsten gegenüber 2011 nimmt mit 11 Prozentpunkten die Zufriedenheit mit den „Kinderbetreuungsangeboten“ zu (von 53 auf 64 Prozent).

Tabelle 10: Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2002 bis 2015
(Anteile sehr gut und gut, Angaben in Prozent)

	Anteile sehr gut + gut				
	2002	2005	2008	2011	2015
	in %				
Grün- und Erholungsflächen, Parks, Stadtplätze	77	79	81	82	83
Einkaufsmöglichkeiten (in Fuß- bzw. Fahrradentfernung)	73	74	76	78	83
Schulen	66	69	65	71	75
Spielplätze, Spielmöglichkeiten für Kinder	55	56	57	65	68
Kinderbetreuungsangebote	45	49	50	53	64
Wochenmärkte	-	63	63	62	61
Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche	22	21	23	26	31

Quelle: Repräsentativerhebungen 2002 bis 2015

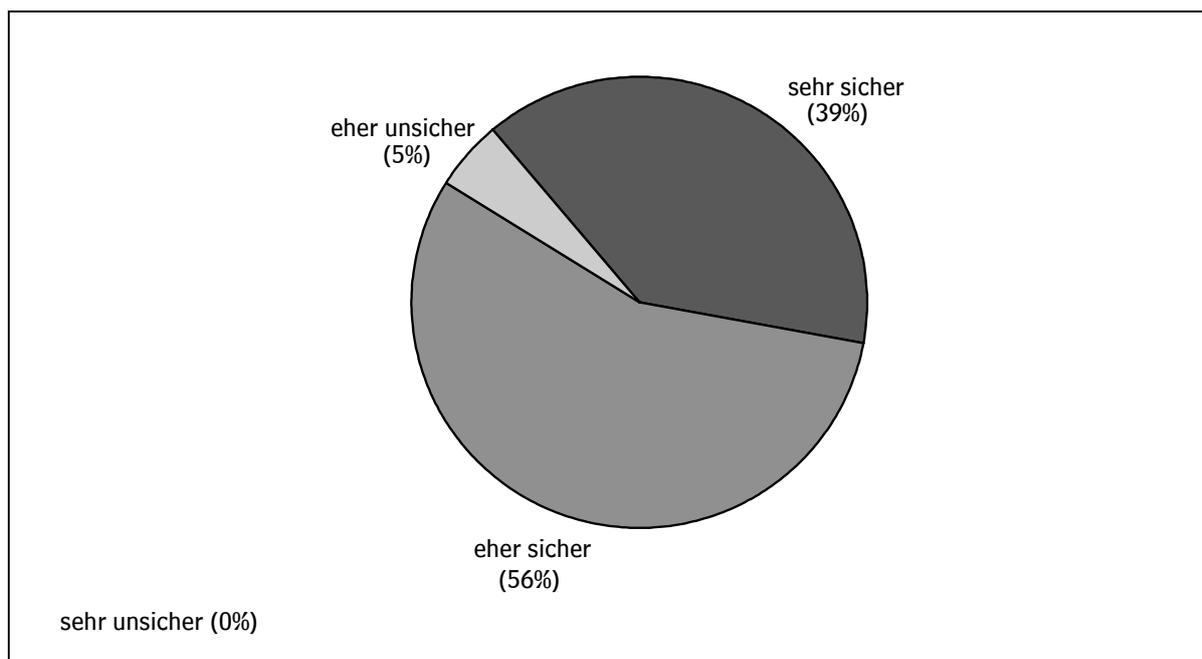
4.4 Sicherheit in der Wohngegend

Bei der Bewertung der Ergebnisse zum Thema Sicherheit(sgefühl) der Einwohnerinnen und Einwohner ist zu berücksichtigen, dass die Repräsentativerhebung 2015 vor den Terroranschlägen von Paris vom 13. November 2015 und vor dem wegen eines möglichen Terror-Anschlages am 17. November abgesagten Fußball-Länderspiel Deutschland–Niederlande durchgeführt wurde.

Sicherheit am Tage

Frage: „Wie schätzen Sie persönlich die Sicherheit in Ihrer Wohngegend tagsüber ein?“

Abbildung 9: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Insgesamt geben 95 Prozent der Befragten an, dass sie sich tagsüber in ihrer Wohngegend sicher fühlen. Davon haben 39 Prozent ein sehr sicheres Gefühl und 56 Prozent fühlen sich eher sicher. Nur 5 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner äußern ein eher unsicheres Gefühl.
- ▶ Im Vergleich zum Jahr 2011 sind keine wesentlichen Veränderungen zu beobachten. Die Zahl derjenigen, die sich tagsüber in ihrem Stadtteil (sehr oder eher) sicher fühlen, liegt 2015 bei 95 Prozent und somit um 1 Prozentpunkt niedriger als in 2011. Der Anteil derer, die sich eher unsicher fühlen, liegt bei 5 Prozent und ist gegenüber 2011 um 1 Prozentpunkt gestiegen, dafür liegt der

Anteil jener, die sich sehr unsicher fühlen, bei weniger als 1 Prozent und somit um einen Prozentpunkt niedriger als noch in 2011.

- ▶ Gegenüber 1999 hat sich der Eindruck, tagsüber sehr sicher bzw. sicher unterwegs zu sein, von 31 auf 39 Prozent erhöht. Sehr sicher und eher sicher fühlten sich 1999 insgesamt 92 Prozent, 2015 ist dieser Wert auf 95 Prozent angestiegen.

Tabelle 11: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 1999, 2008, 2011 und 2015
(Angaben in Prozent)

	1999	2008	2011	2015
	in %			
sehr sicher	31	36	40	39
eher sicher	61	58	56	56
eher unsicher	7	5	4	5
sehr unsicher	1	1	1	0
Insgesamt	100	100	100	100

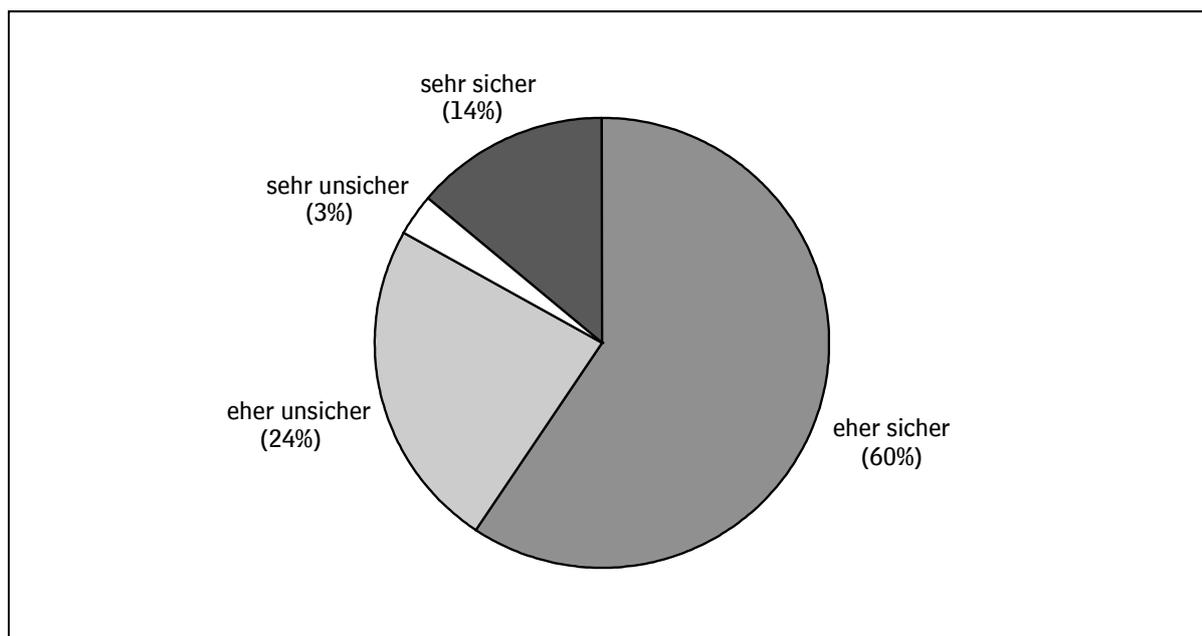
Quelle: Repräsentativerhebungen 1999, 2008, 2011 und 2015

Sicherheit am Abend

Frage: „Und wie schätzen Sie persönlich die Sicherheit in Ihrer Wohngegend abends ein?“

- ▶ Am Abend fühlen sich 74 Prozent der Befragten in ihrer Wohngegend sicher, davon 14 Prozent sehr sicher und 60 Prozent eher sicher.
- ▶ Ein eher unsicheres Gefühl haben 24 Prozent, sehr unsicher fühlen sich 3 Prozent der Befragten.
- ▶ Gegenüber 2011 verbessert sich das Sicherheitsgefühl (sehr sicher und sicher) am Abend um 2 Prozentpunkte von 72 auf 74 Prozent. Gegenüber 1999 erhöht sich das Sicherheitsempfinden am Abend deutlich um 17 Prozentpunkte von 57 auf 74 Prozent.

Abbildung 10: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Tabelle 12: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 1999, 2008, 2011 und 2015
(Angaben in Prozent)

	1999	2008	2011	2015
	in %			
sehr sicher	7	12	13	14
eher sicher	50	59	59	60
eher unsicher	34	25	24	24
sehr unsicher	9	5	4	3
Insgesamt	100	100	100	100

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999, 2008, 2011 und 2015

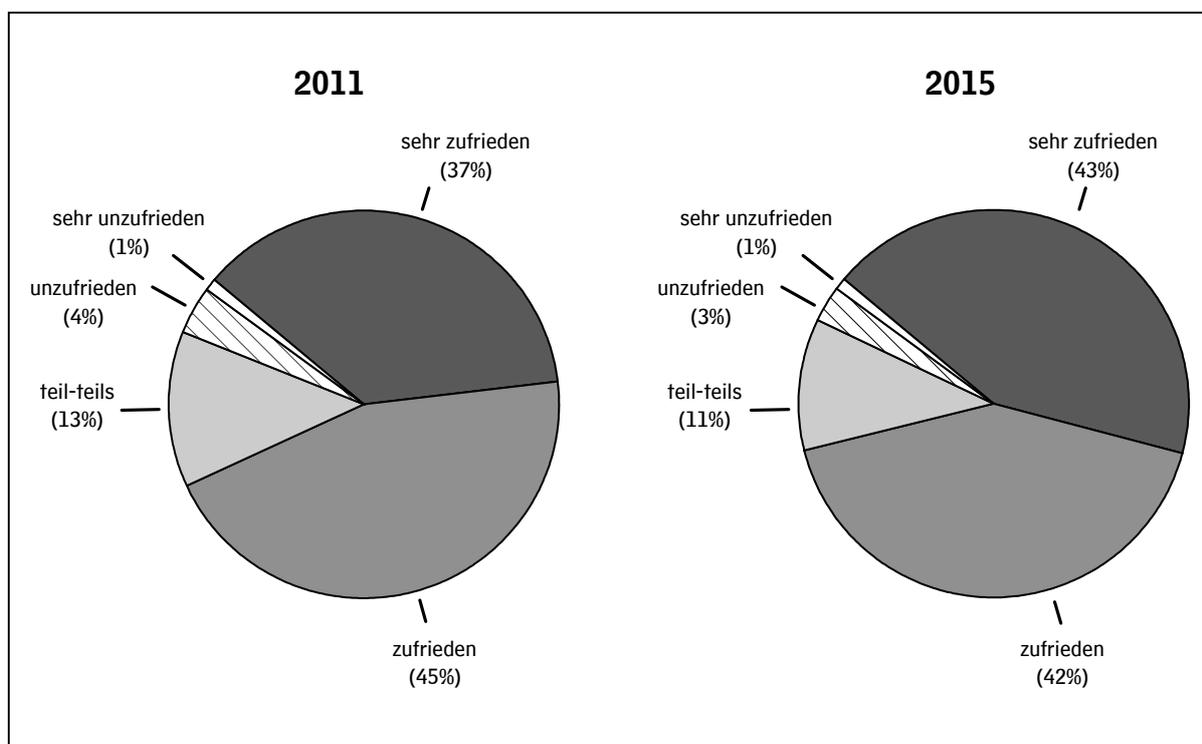
4.5 Zufriedenheit mit der Wohnung

Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Wohnung?“

Bei dieser Frage war eine fünfstufige Skala (sehr zufrieden, zufrieden, teils-teils, unzufrieden und sehr unzufrieden) vorgegeben.

- ▶ 85 Prozent der Befragten sind 2015 sehr zufrieden oder zufrieden mit ihrer Wohnung.
Gegenüber der Befragung von 2011 ist der Anteil derer, die mit ihrer Wohnung sehr zufrieden sind, um 6 Prozentpunkte auf nunmehr 43 Prozent gestiegen. Dies ist der höchste Wert seit Aufnahme der Frage in die Repräsentativerhebung im Jahr 1990.
- ▶ Der Anteil derjenigen, die 2015 sehr zufrieden oder zufrieden mit ihrer Wohnung sind, erhöht sich gegenüber 2011 um 3 Prozentpunkte von 82 auf 85 Prozent.
- ▶ Vergleichsweise unverändert klein ist der Anteil derjenigen, die mit ihrer Wohnung (sehr) unzufrieden sind: betrug dieser Anteil 2011 5 Prozent, liegt er nun einen Prozentpunkt niedriger bei lediglich 4 Prozent.

Abbildung 11: Zufriedenheit mit der Wohnung 2011 und 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebungen 2011 und 2015

- ▶ Insgesamt sind gegenüber den 90er Jahren mehr Menschen mit ihrer Wohnung sehr zufrieden und zufrieden, der Anteil der Zufriedenen erhöhte sich seitdem um 15 Prozentpunkte.
- ▶ Insbesondere wächst seit 1990 der Anteil derjenigen, die sehr zufrieden mit ihrer Wohnung sind, von 19 Prozent auf 43 Prozent.

Tabelle 13: Zufriedenheit mit der Wohnung 1990, 1999, 2008, 2011 und 2015
(Angaben in Prozent)

	1990	1999	2008	2011	2015
	in %				
sehr zufrieden	19	26	38	37	43
zufrieden	51	53	43	45	42
teils-teils	19	17	14	13	11
unzufrieden	6	3	4	4	3
sehr unzufrieden	6	1	1	1	1
Insgesamt	100	100	100	100	100

Quelle: Repräsentativerhebungen 1990, 1999, 2008, 2011 und 2015

5. Blickpunkt Innenstadt

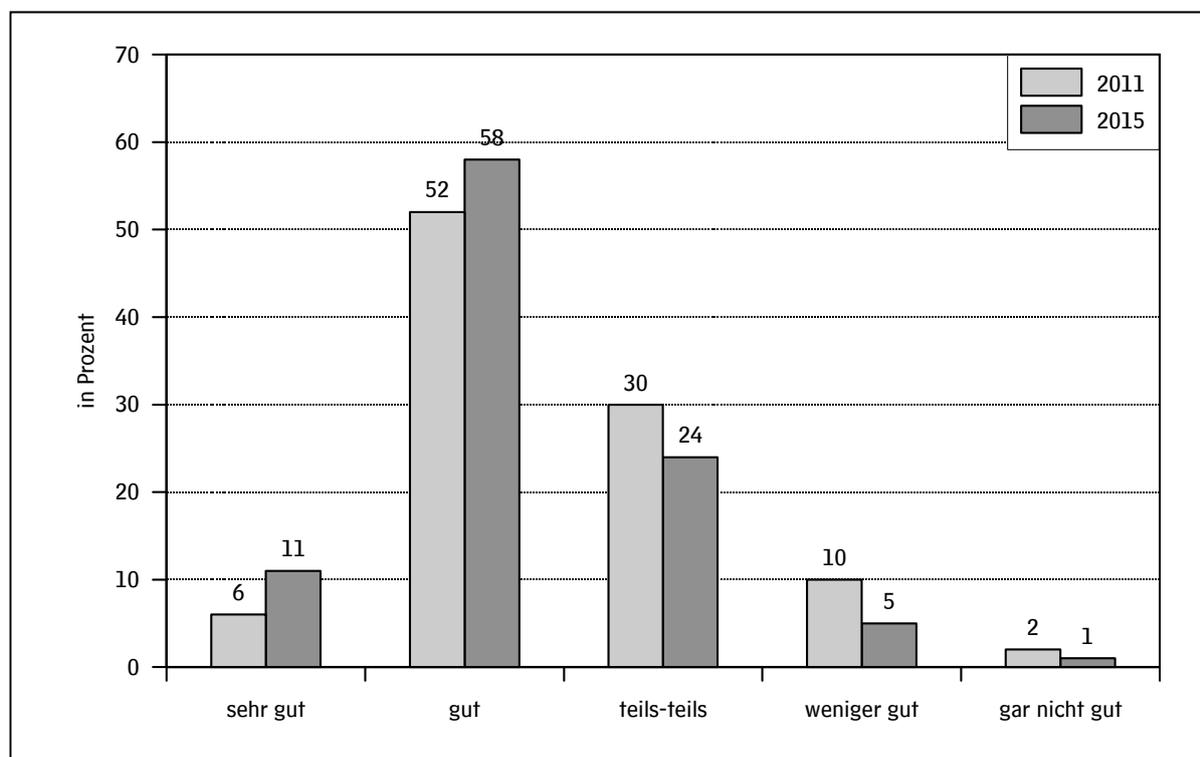
Wie einleitend dargestellt (vgl. Kapitel 2), werden im Rahmen der Repräsentativerhebung 2015 die Themen „Innenstadt“ und „Online-Shopping“ vertieft analysiert. Aus diesem Grund enthalten die Kapitel 5 und 6 dieses Berichtes – im Gegensatz zu den weiteren Kapiteln – ergänzend Differenzierungen (u. a. nach Geschlecht und Altersgruppen).

Die Innenstadt ist die Visitenkarte jeder Großstadt. In der Innenstadt Hannovers ist seit der letzten Repräsentativerhebung im Jahr 2011 einiges im Wandel, nicht zuletzt auch initiiert durch den Stadtentwicklungsprozess „Hannover City 2020+“, dessen Ergebnisse sich seit 2012 in der Umsetzung befinden und durch private Investoren: Zum Beispiel die Umgestaltung des Trammplatzes und des Klagesmarktes, die Umgestaltung am Hohen Ufer mit dem Umzug der Volkshochschule, die Neugestaltung des Kröpcke(-Platzes) und des Kröpcke-Centers, die Neubauten der Deutschen Hypo und der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte, der Umbau der Sparkasse am Raschplatz, die Primark-Ansiedlung im früheren Sinn-Leffers-Haus (Osterstraße), die Erneuerung/Teilerneuerung des Erdmann-Hauses.

5.1 Gesamtzufriedenheit mit der Innenstadt

Frage: „Wie gefällt Ihnen die Innenstadt von Hannover heute insgesamt gesehen?“

Abbildung 12: Zufriedenheit mit der Innenstadt 2011 und 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebungen 2011 und 2015

- ▶ Der Anteil derjenigen, denen die Innenstadt sehr gut oder gut gefällt, erreicht in der Befragung 2015 einen neuen Höchststand. Insgesamt vergeben mehr als zwei Drittel (69 Prozent) der Befragten gute Noten für die Innenstadt, d. h. 11 Prozent gefällt sie sehr gut, 58 Prozent gefällt sie gut.
- ▶ Ein Viertel der Befragten antwortete mit „teils-teils“ und nur 6 Prozent gefällt die Innenstadt eher weniger oder gar nicht gut.
- ▶ Gegenüber 2011 hat sowohl der Anteil derjenigen zugenommen, denen die Innenstadt sehr gut gefällt (+5 Prozentpunkte) wie auch der Anteil jener, denen die Innenstadt gut gefällt (+6 Prozentpunkte). Der Anteil jener, die eine neutrale Bewertung (teils-teils) abgeben und der Anteil jener, denen die Innenstadt nicht so gut gefällt, hat demgegenüber abgenommen.
- ▶ Seit 1997 hat die Zufriedenheit mit der Innenstadt kontinuierlich von 26 auf 69 Prozent zugenommen.

Tabelle 14: Zufriedenheit mit der Innenstadt 1997 bis 2015
(Angaben in Prozent)

	1997	1999	2002	2005	2008	2011	2015
	in %						
sehr gut	1	6	8	7	8	6	11
gut	25	46	51	53	50	52	58
teils-teils	58	36	31	32	31	30	24
weniger gut	13	8	8	6	9	10	5
gar nicht gut	3	4	2	2	2	2	1
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	100

Quelle: Repräsentativerhebungen 1997 bis 2015

5.2 Vor- und Nachteile der Innenstadt

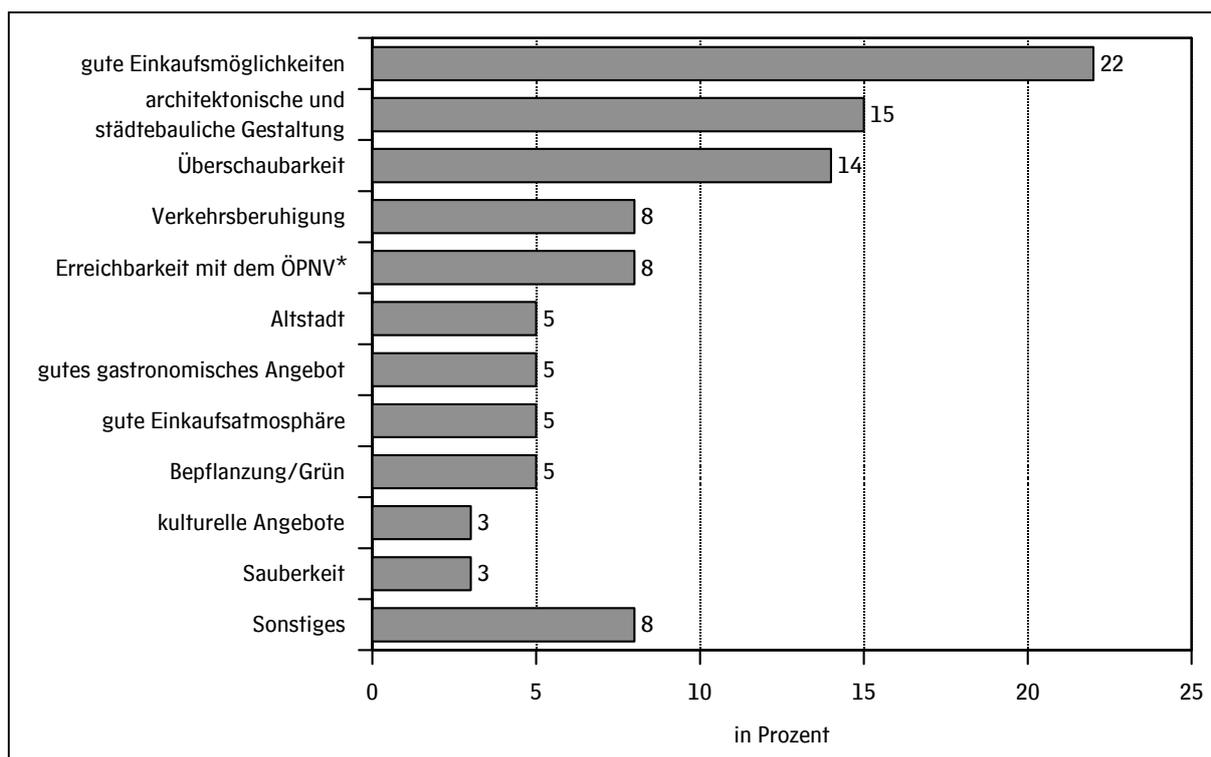
Frage: „Bitte beschreiben Sie uns kurz, was Ihnen an der Innenstadt von Hannover gefällt und was Ihnen nicht gefällt“.

Bei den Fragen zu den Vor- und Nachteilen der Innenstadt waren keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben, die Befragten wurden gebeten, ihre Antworten zu diesen Fragen in eigenen Worten frei zu formulieren. Inhaltlich ähnlich lautende Antworten wurden im Rahmen der Auswertung zu thematischen Schwerpunkten gebündelt. Zudem waren zu diesen Fragen Mehrfachantworten möglich. Um eine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren herstellen zu können, wurden die Ergebnisse auf eine Basis von 100 Prozent umgerechnet.

Vorteile der Innenstadt

Abbildung 13: Nennungen zu Vorteilen der Innenstadt 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis: 100 Prozent)



* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- Gegenüber den Ergebnissen der Repräsentativerhebung 2011 hat sich die Rangliste der positiven Aspekte der Innenstadt auf den ersten drei Plätzen nicht verändert. Unverändert werden am häufigsten (22 Prozent aller Antworten) die „guten Einkaufsmöglichkeiten“ in der Innenstadt (u. a. genannt: „gutes Angebot“, „breite Produktpalette“, „gutes Preis-Leistungsverhältnis“) angesprochen.

- ▶ Auf dem zweiten Platz der Vorteile der Innenstadt folgt mit einem Anteil von 15 Prozent die „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ der Innenstadt. Dieser Aspekt umfasst sowohl eher allgemein formulierte Meinungen (u. a. genannt: „moderne Gebäude“) als auch konkrete Bauprojekte (u. a. wurden genannt: „Kröpcke-Center“, „Sparkasse Raschplatz“).
- ▶ Wie 2011 wird die „Überschaubarkeit der Innenstadt“ (u. a. „kurze Wege“) mit einem Anteil von 14 Prozent am dritthäufigsten von den Einwohnerinnen und Einwohnern als Vorteil der Innenstadt angesprochen.
- ▶ Danach folgen mit jeweils 8 Prozent aller Antworten die Aspekte „Verkehrsberuhigung/Fußgängerzonen“ sowie die (gute) „Erreichbarkeit mit dem ÖPNV“.
- ▶ Jeweils 5 Prozent aller Nennungen entfallen auf „Altstadt“, ein „gutes gastronomisches Angebot“, die „gute Einkaufsatmosphäre“ (u. a. „Flair“, „Lebendigkeit“, „Veranstaltungen“, „Straßenhändler“) sowie „Bepflanzung/Grün“.

Tabelle 15: Nennungen zu Vorteilen der Innenstadt 1999 bis 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	1999	2002	2008	2011	2015	1999	2002	2008	2011	2015
	in % der Antworten/Nennungen					in % der Befragten/Fälle				
gute Einkaufsmöglichkeiten	31	25	25	28	22	45	43	46	51	44
architektonische und städtebauliche Gestaltung	7	17	18	16	15	9	29	34	30	30
Überschaubarkeit	13	12	16	14	14	18	21	29	26	29
Verkehrsberuhigung	13	9	7	6	8	19	16	13	11	16
Erreichbarkeit mit dem ÖPNV*	5	5	4	5	8	7	9	8	10	15
Altstadt	7	6	6	6	5	10	10	11	11	9
gutes gastronomisches Angebot	3	5	4	6	5	4	8	7	10	10
gute Einkaufsatmosphäre	5	2	7	5	5	7	3	13	9	9
Bepflanzung/Grün	4	8	4	4	5	6	13	8	8	11
kulturelle Angebote	5	6	3	3	3	7	11	5	5	7
Sauberkeit	-	-	3	2	3	-	-	5	4	7
Sonstiges	8	7	4	5	8	11	12	8	9	15
Insgesamt**	100	100	100	100	100	143	175	187	184	202

* Stadtbahn, Bus, Bahn

** mehr als 100 % = Mehrfachnennungen

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999 bis 2015

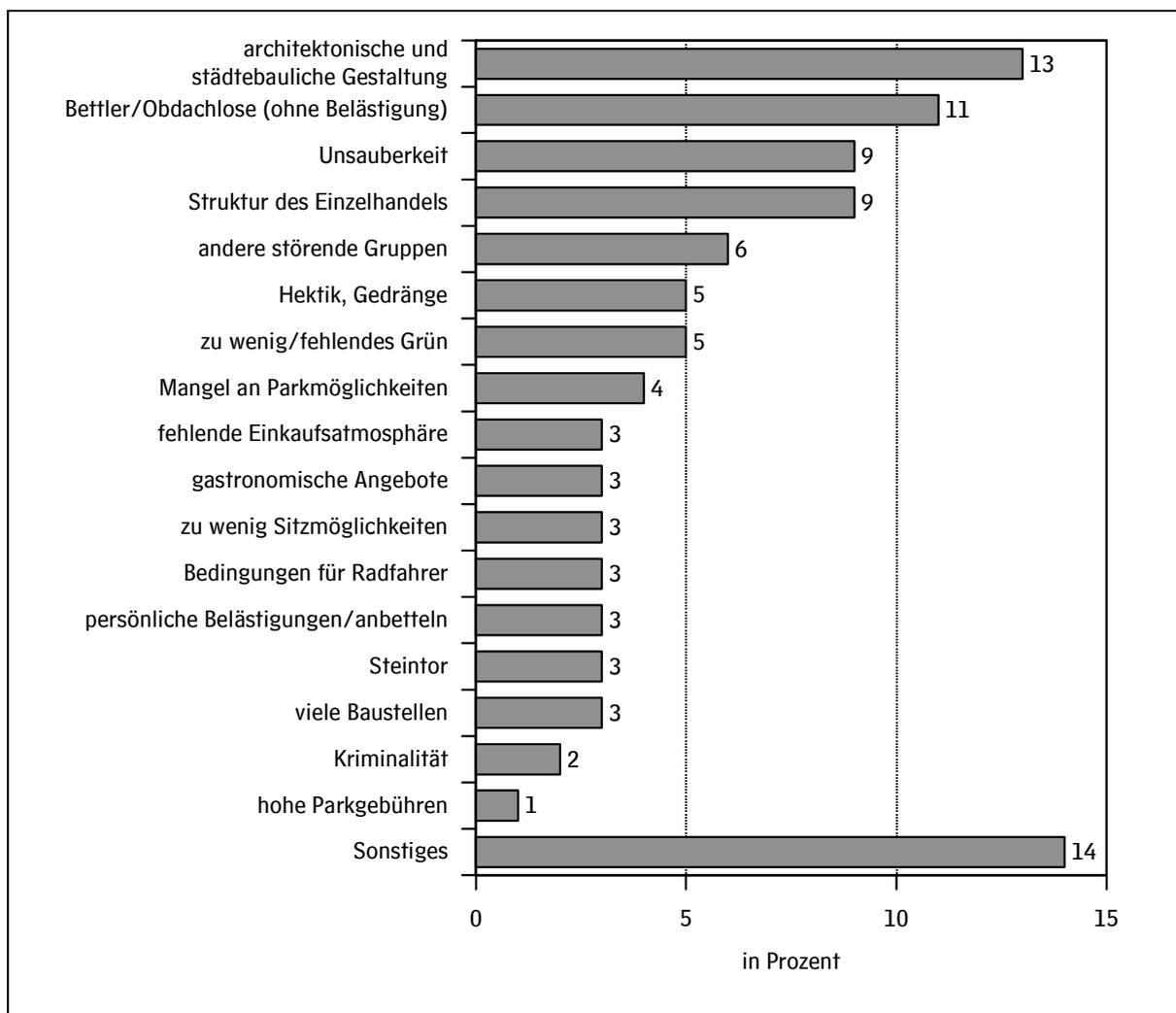
- ▶ Sowohl 2015 als auch 2011 werden die „Einkaufsmöglichkeiten“ in der Innenstadt am häufigsten als Vorteil angesprochen. Dennoch verringert sich die Häufigkeit der Nennung dieses Aspektes von 2011 auf 2015 um 6 Prozentpunkte von 28 auf 22 Prozent.
- ▶ Dagegen erhöht sich gegenüber 2011 die Anzahl der Nennungen der Aspekte (gute) „Erreichbarkeit mit dem ÖPNV“ (+3 Prozentpunkte, von 5 auf 8 Prozent) sowie „Verkehrsberuhigung“ (+2 Prozentpunkte, von 6 auf 8 Prozent).
- ▶ Die Analyse der langfristigen Entwicklung seit 1999 zeigt, dass ein positiver Aspekt in den letzten Jahrzehnten deutlich an Bedeutung hinzugewann: die „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ der Innenstadt. Bezogen sich 1999 nur 7 Prozent aller Antworten auf die „architektonische und städtebauliche Gestaltung“, waren es in den Folgejahren jeweils zwischen 15 und 17 Prozent.
- ▶ Dagegen verringert sich seit 1999 vor allem die Zahl der Antworten, die sich auf den Aspekt „Einkaufsmöglichkeiten“ (-9 Prozentpunkte, von 31 auf 22 Prozent) beziehen, dennoch wurde dieser Punkt in allen seitdem durchgeführten Befragungen am häufigsten als Vorteil der Innenstadt genannt.
- ▶ Auch der Punkt „Verkehrsberuhigung“ im Innenstadtbereich wird gegenüber 1999 seltener als Vorteil wahrgenommen: Wurde dieser im Jahr 1999 noch vergleichsweise häufig (13 Prozent) als positiver Aspekt der Innenstadt angesprochen, sprachen 2002 nur noch 9 Prozent und 2015 nur noch 8 Prozent diesen Punkt als positiven Aspekt an.

Nachteile der Innenstadt

- ▶ Zwar wird der Aspekt „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ der Innenstadt wie in den Vorjahren mit einem Anteil von 13 Prozent aller Antworten am häufigsten als Nachteil der Innenstadt angesprochen, allerdings verringert sich die Bedeutung dieses Punktes gegenüber den Vorjahren deutlich: So wurde 2008 in 25 Prozent und 2011 noch in 17 Prozent aller Antworten die „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ der Innenstadt als Nachteil genannt. Die Tatsache, dass dieser Punkt sowohl bei den Vor- als auch bei den Nachteilen der Innenstadt häufig genannt wird, zeigt den hohen Stellenwert dieses Aspektes, aber auch die ambivalente Bewertung bei den Einwohnerinnen und Einwohnern.
- ▶ Am zweithäufigsten (2011: Platz 5) mit einem Anteil von 11 Prozent wird 2015 der Aspekt „zu viele Bettler/Obdachlose“ genannt. Weiter beziehen sich jeweils 9 Prozent aller Antworten auf „Unsauberkeit“ sowie die „Struktur des Einzelhandels“.
- ▶ Wie 2011 werden in 6 Prozent aller Antworten „andere störende Gruppen, durch die sich die Befragten gestört, aber nicht belästigt fühlen“ (u. a. Punks, Betrunkene), angesprochen.

Abbildung 14: Nennungen zu Nachteilen der Innenstadt 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis: 100 Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Jeweils 5 Prozent aller Nennungen beziehen sich auf „Hektik, Gedränge“ sowie „zu wenig/fehlendes Grün“.
- ▶ Ein „Mangel an Parkmöglichkeiten“ wird in 4 Prozent aller Antworten als Nachteil der Innenstadt empfunden.
- ▶ Gegenüber 2011 wird vor allem der Aspekt „viele Baustellen“ deutlich seltener (-9 Prozentpunkte) als Nachteil der Innenstadt angesprochen. Nannten 2011 noch 12 Prozent dies als Problem, sind es 2015 nur noch 3 Prozent.
- ▶ Auch die „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ der Innenstadt wird gegenüber 2011 seltener (-4 Prozentpunkte) als Nachteil gesehen.

Tabelle 16: Nennungen zu Nachteilen der Innenstadt 1999 bis 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis: 100 Prozent)

	1999	2002	2008	2011	2015	1999	2002	2008	2011	2015
	in % der Antworten/Nennungen					in % der Befragten/Fälle				
architektonische und städtebauliche Gestaltung	8	11	25	17	13	13	20	44	30	22
Bettler/Obdachlose (ohne Belästigung)	8	6	6	8	11	13	11	10	13	20
Unsauberkeit	17	10	7	8	9	27	17	12	15	16
Struktur Einzelhandel	5	11	11	10	9	7	18	20	17	15
andere störende Gruppen	8	3	5	6	6	13	5	9	10	11
Hektik, Gedränge	3	3	4	3	5	5	6	7	5	9
zu wenig/fehlendes Grün	3	5	4	3	5	4	9	6	5	8
Mangel an Parkmöglichkeiten	4	6	3	2	4	6	10	5	4	6
fehlende Einkaufsatmosphäre	4	3	6	3	3	6	5	10	6	6
gastronomische Angebote	3	5	4	3	3	5	8	7	5	6
zu wenig Sitzmöglichkeiten	-	-	-	-	3	-	-	-	-	6
Bedingungen für Radfahrer	-	-	2	2	3	-	-	4	4	5
persönliche Belästigungen/anbetteln	5	2	3	3	3	7	4	5	5	5
Steintor	-	2	2	2	3	-	4	4	3	4
viele Baustellen	4	3	3	12	3	7	5	5	21	4
Kriminalität	7	6	3	2	2	11	10	5	4	4
hohe Parkgebühren	3	7	3	2	1	4	12	5	4	2
Sonstiges	18	18	11	12	14	29	30	19	21	25
Insgesamt*	100	100	100	100	100	156	174	177	172	174

* mehr als 100 % = Mehrfachnennungen

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999 bis 2015

- ▶ Gegenüber 2011 wird der Aspekt „Bettler/Obdachlose“ (ohne Belästigung) häufiger als Nachteil angesprochen (+ 3 Prozentpunkte von 8 auf 11 Prozent).
- ▶ In 3 Prozent aller Antworten werden „zu wenig Sitzmöglichkeiten“ angesprochen, 2011 waren die Antworten, die auf diesen Punkt entfielen, noch so gering, dass sie der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet wurden.
- ▶ Die Analyse der Ergebnisse seit 1999 zeigt, dass vor allem die Aspekte „Unsauberkeit“ (1999: 17 Prozent, 2015: 9 Prozent) sowie „Kriminalität“ (1999: 7 Prozent, 2015: 2 Prozent) deutlich seltener als Nachteil der Innenstadt wahrgenommen werden.

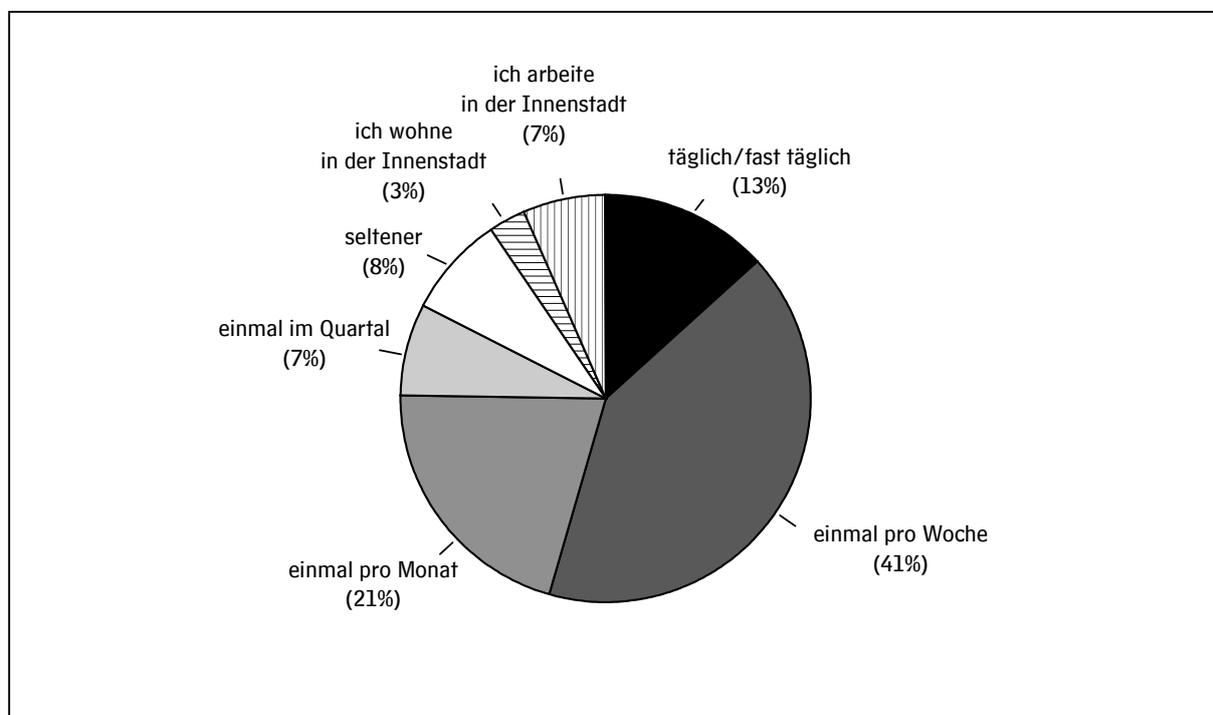
5.3 Häufigkeit und Dauer des Innenstadtbesuches

Häufigkeit des Innenstadtbesuches

Frage: „Wie oft besuchen Sie die Innenstadt?“

Zu dieser Frage waren sieben Antwortkategorien vorgegeben. Aufgrund anderer Antwortkategorien in den Vorjahren liegen zu dieser Frage keine Vergleichsdaten vor.

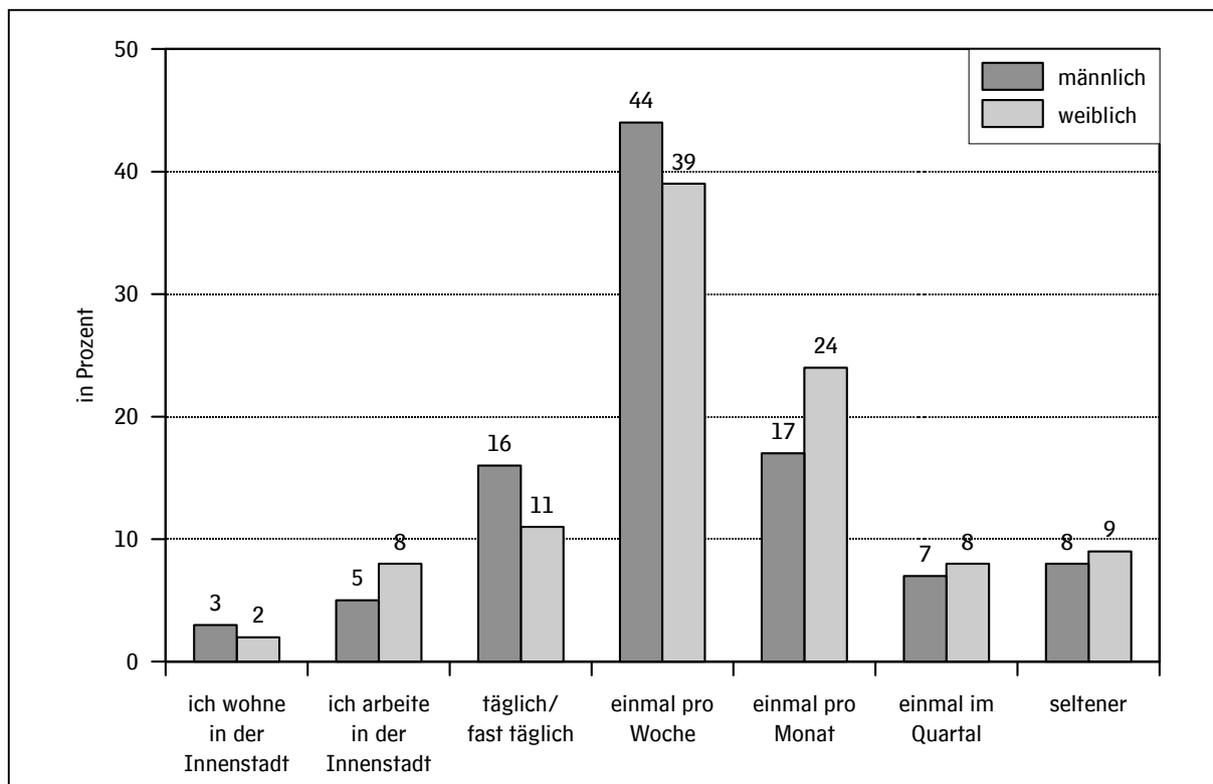
Abbildung 15: Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ 3 Prozent der Befragten sagen aus, in der Innenstadt zu wohnen, 7 Prozent arbeiten hier.
- ▶ 54 Prozent der Befragten besuchen die Innenstadt mindestens einmal die Woche: Davon geben 13 Prozent an, (fast) täglich in der Innenstadt zu sein und 41 Prozent kommen einmal in der Woche hierher.
- ▶ 21 Prozent besuchen die Innenstadt einmal pro Monat, 15 Prozent einmal im Quartal oder seltener.

Abbildung 16: Häufigkeit des Innenstadtbesuches nach Geschlecht 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Der Anteil von Frauen (8 Prozent), die in der Innenstadt arbeiten, ist höher als der der Männer (5 Prozent).
- ▶ Der Anteil der Männer, die die Innenstadt mindestens „einmal pro Woche“ besuchen (60 Prozent), liegt über dem vergleichbaren Anteil der Frauen (50 Prozent).
- ▶ Frauen gaben hingegen überdurchschnittlich oft an, sie seien „einmal im Monat“ in der Innenstadt (24 Prozent). Bei den Männern hingegen trifft dies nur auf 17 Prozent zu.

Differenziert man nach Altersgruppen, fällt auf, dass

- ▶ die 18- bis 29-Jährigen überdurchschnittlich oft (fast) täglich (19 Prozent) bzw. einmal die Woche (48 Prozent) in der Innenstadt zu finden sind.
- ▶ der Anteil der 45- bis 64-Jährigen, die einmal in der Woche die Innenstadt besuchen, mit 33 Prozent am niedrigsten ist.
- ▶ je älter die Befragten sind, desto seltener besuchen sie die Innenstadt. Der Anteil derjenigen, die über 75 Jahre alt sind und die einmal im Quartal oder seltener in die Innenstadt gehen, liegt bei 25 Prozent (Durchschnitt: 15 Prozent).

Tabelle 17: Häufigkeit des Innenstadtbesuches nach Geschlecht und Altersgruppen 2015
(Angaben in Prozent)

	ich wohne in der Innenstadt	ich arbeite in der Innenstadt	täglich/ fast täglich	einmal pro Woche	einmal pro Monat	einmal im Quartal	seltener
	in %						
Insgesamt	3	7	13	41	21	7	8
männlich	3	5	16	44	17	7	8
weiblich	2	8	11	39	24	8	9
18 bis 29 Jahre	4	7	19	48	15	4	3
30 bis 44 Jahre	4	8	10	42	22	10	5
45 bis 64 Jahre	3	11	14	33	23	9	7
65 bis 74 Jahre	2	1	13	46	22	5	12
75 Jahre und älter	0	0	11	45	19	5	20

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Dauer des Innenstadtbesuches

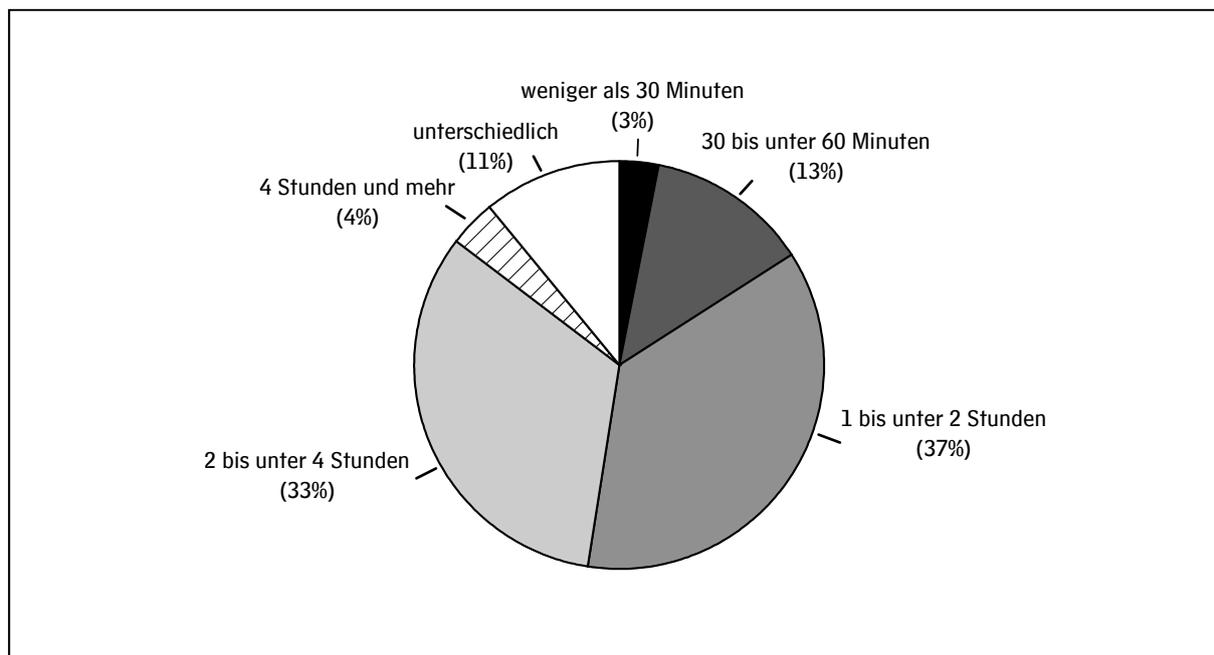
Frage: „Wie lange halten Sie sich durchschnittlich in der Innenstadt auf?“

Bei der Analyse der Aktivitäten in der Innenstadt (Häufigkeit, Dauer, Zweck und Anlass des letzten Innenstadtbesuches) geht es um die Befragten, die die Innenstadt ausschließlich zum Einkaufen, für einen Stadtbummel, zum Besuch einer Kneipe oder eines Restaurants, zum Treffen mit Freunden und Bekannten, zum Besuch eines Kulturangebotes oder zur Erledigung einer Behördenangelegenheit besuchen. Daher werden die Antworten von den Personen berücksichtigt, die nicht in der Innenstadt arbeiten oder wohnen.

Gefragt nach der durchschnittlichen Dauer ihres Aufenthaltes in der Innenstadt konnten die Befragten zwischen fünf Zeitfenstern und der Antwort „unterschiedlich“ wählen. Auch zu dieser Frage liegen keine Vergleichsdaten aus den Vorjahren vor.

- ▶ 53 Prozent der Befragten bleiben bis zu 2 Stunden in der Innenstadt. Dabei geben 3 Prozent an, unter 30 Minuten in der Innenstadt zu sein, 13 Prozent bleiben zwischen 30 und 60 Minuten und die größte Gruppe (37 Prozent) hält sich zwischen einer und zwei Stunden in der Innenstadt auf.
- ▶ Für ein Drittel (33 Prozent) dauert der Aufenthalt in der Innenstadt „2 bis unter 4 Stunden“, 4 Prozent bleiben länger als vier Stunden und bei 11 Prozent der Befragten variiert die Dauer ihres Aufenthaltes („unterschiedlich“).

Abbildung 17: Dauer des Innenstadtbesuches 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Tabelle 18: Besuchsdauer und Besuchshäufigkeit der Innenstadt 2015
(Angaben in Prozent)

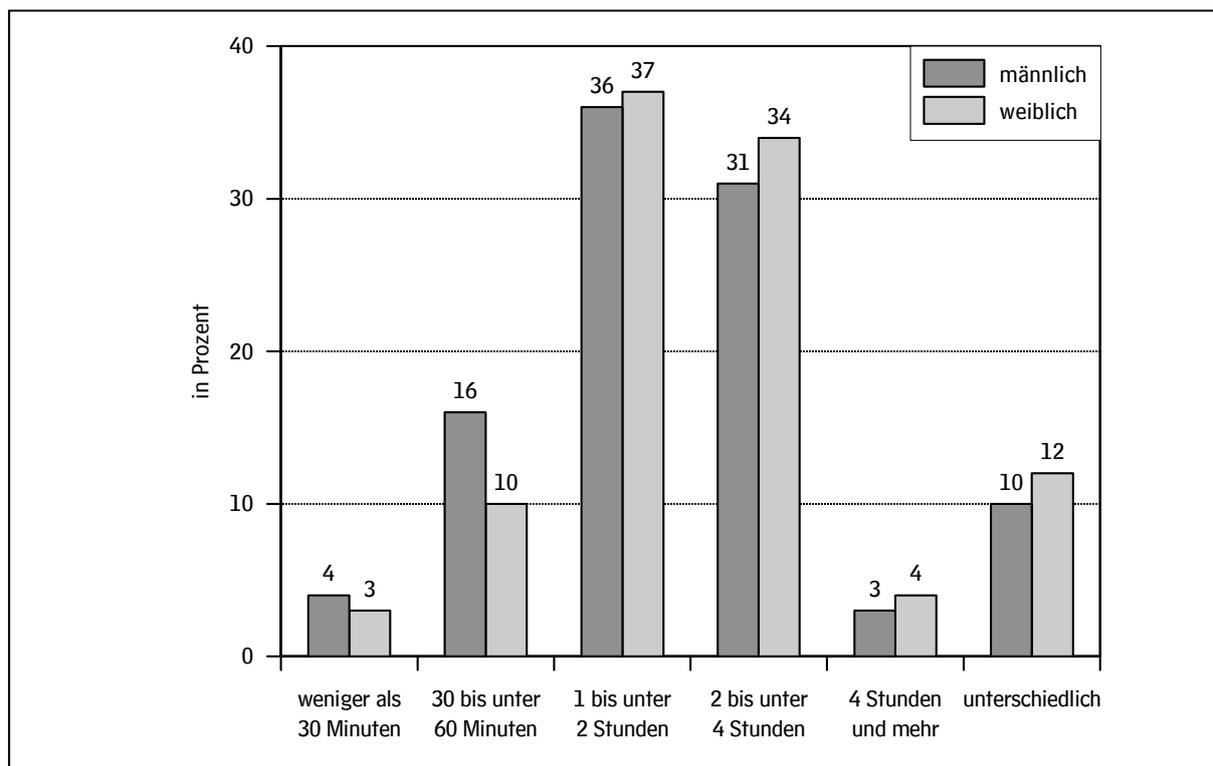
	täglich/ fast täglich	einmal pro Woche	einmal pro Monat	einmal im Quartal	seltener	durchschnitt- liche Dauer gesamt
	in %					
weniger als 30 Minuten	4	2	1	3	12	3
30 bis unter 60 Minuten	20	12	12	7	11	13
1 bis unter 2 Stunden	36	37	38	42	26	37
2 bis unter 4 Stunden	20	37	39	36	17	33
4 Stunden und mehr	3	4	6	1	3	4
unterschiedlich	17	8	5	12	32	11
Insgesamt	100	100	100	100	100	100

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Die Aufenthaltsdauer differiert, je nachdem, wie häufig die Befragten in der Innenstadt sind – eine eindeutige Regel wie beispielsweise „je seltener jemand in der Innenstadt ist, desto länger dauert der Aufenthalt“ ist daraus aber nicht abzuleiten.
- ▶ Bei denen, die angeben, (fast) täglich in der Innenstadt zu sein, ist der Anteil derer, die sich kürzer als 60 Minuten dort aufhalten, mit 24 Prozent überdurchschnittlich hoch (Durchschnitt: 16 Prozent).

- ▶ Bei denjenigen, die einmal im Monat in der Innenstadt sind, ist der Anteil jener, die mehr als 2 Stunden hier verweilen, überdurchschnittlich hoch – er beträgt 45 Prozent (Durchschnitt: 37 Prozent).
- ▶ 70 Prozent der Befragten geben an, pro Besuch durchschnittlich zwischen einer und vier Stunden in der Innenstadt zu sein. Für diejenigen, die nur einmal im Quartal in die Innenstadt kommen, gilt dies sogar für 78 Prozent.
- ▶ Auffällig ist bei den Antworten der Befragten, die seltener als einmal pro Quartal in die Innenstadt kommen, dass der Aufenthalt wesentlich kürzer zu sein scheint als bei den Befragten, die die Innenstadt häufiger besuchen. Antworten im Durchschnitt 74 Prozent der Befragten, dass sie länger als eine Stunde in der Innenstadt sind, so sind es in der Gruppe derjenigen, die seltener als einmal im Quartal die Innenstadt besuchen, lediglich 46 Prozent. Hingegen liegt bei dieser Gruppe sowohl der Anteil jener, die kürzer als 30 Minuten bleiben (12 Prozent, Durchschnitt: 3 Prozent), wie auch der Anteil jener, die eine „unterschiedlich“ lange Aufenthaltsdauer angeben (32 Prozent, Durchschnitt: 11 Prozent), wesentlich über dem Durchschnitt.

Abbildung 18: Aufenthaltsdauer in der Innenstadt nach Geschlecht 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Der Anteil der Männer, die sich kürzer als eine Stunde in der Innenstadt aufhalten, liegt bei 20 Prozent, der von Frauen bei 13 Prozent. Weitere auffällige Unterschiede in der Aufenthaltsdauer von Männern und Frau oder Abweichungen von den oben genannten Durchschnittswerten sind nicht festzustellen.

- ▶ In der Altersgruppe der 18- bis 29-jährigen ist auffällig, dass sie zwar häufiger in der Innenstadt anzutreffen sind (s. o.), zugleich ist aber der Anteil jener, deren Besuch vergleichsweise relativ kurz ausfällt, d. h. zwischen 30 und 60 Minuten dauert, überdurchschnittlich hoch (24 Prozent gegenüber 13 Prozent im Durchschnitt).
- ▶ Der Anteil derer, die zwischen 2 und 4 Stunden in der Innenstadt verweilen, beträgt im Durchschnitt 33 Prozent. Er ist bei den Befragten über 65 Jahre besonders hoch: 65- bis 74-Jährige: 41 Prozent, über 75-Jährige: 38 Prozent.

Tabelle 19: Dauer des Innenstadtbesuches nach Geschlecht und Altersgruppen 2015
(Angaben in Prozent)

	weniger als 30 Minuten	30 bis unter 60 Minuten	1 bis unter 2 Stunden	2 bis unter 4 Stunden	4 Stunden und mehr	unter- schie- dlich
	in %					
Insgesamt	3	13	37	33	4	11
männlich	4	16	36	31	3	10
weiblich	3	10	37	34	4	12
18 bis 29 Jahre	2	24	34	28	2	10
30 bis 44 Jahre	5	14	39	27	4	11
45 bis 64 Jahre	5	12	35	34	5	9
65 bis 74 Jahre	1	6	36	41	3	13
75 Jahre und älter	0	7	39	38	4	13

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

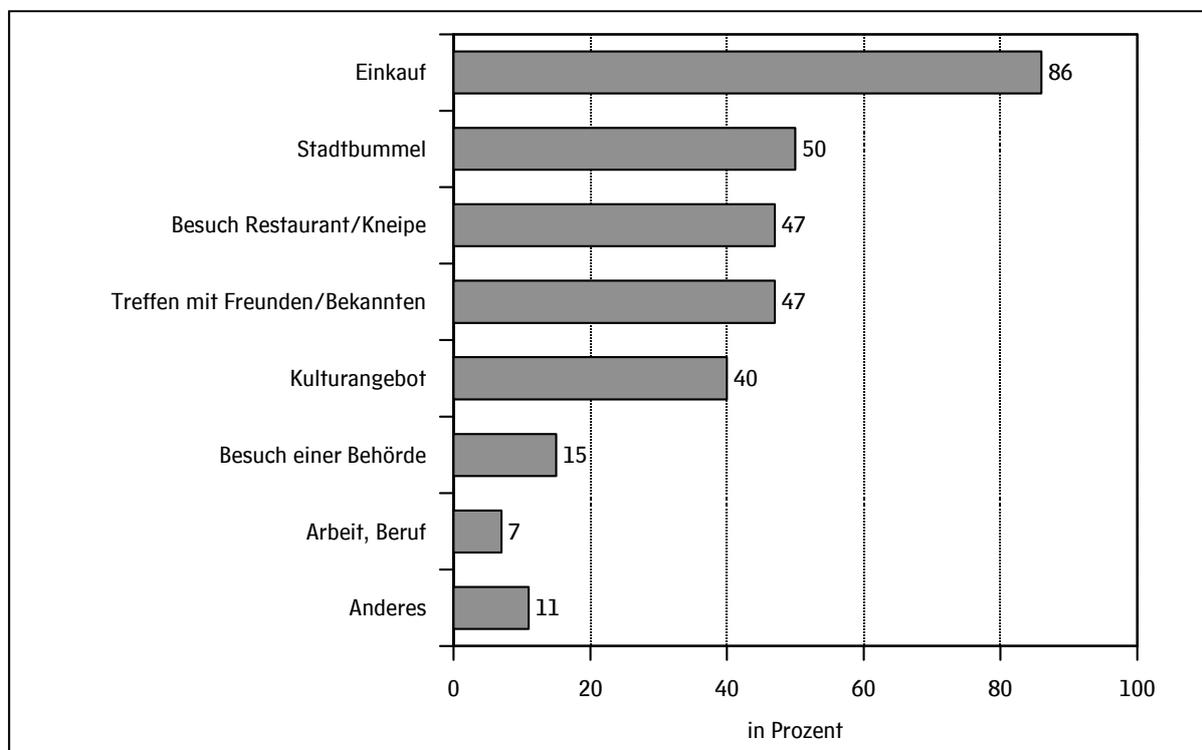
5.4 Zweck und Anlass des letzten Innenstadtbesuches

Frage: „Zu welchem Zweck oder aus welchem Anlass besuchen Sie die Innenstadt überwiegend?“

Bei dieser Frage waren acht Antwortmöglichkeiten vorgegeben, Mehrfachnennungen waren möglich. Da in den Vorjahren nur Einzelantworten zugelassen waren, ist ein Vergleich mit den Ergebnissen der Vorjahre nicht möglich.

- ▶ Mit deutlichem Abstand wird die Innenstadt am häufigsten zum Einkauf besucht (86 Prozent).
- ▶ 50 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner kommen für einen Stadtbummel in die Innenstadt, jeweils 47 Prozent, um ein Restaurant oder eine Kneipe zu besuchen bzw. um sich mit Freunden oder Bekannten zu treffen.
- ▶ Das Kulturangebot geben 40 Prozent der Befragten als Grund für einen Innenstadtbesuch an.
- ▶ 15 Prozent erledigten einen Behördengang und 7 Prozent der Befragten hatten beruflich in der Innenstadt zu tun, ohne hier ihren Arbeitsplatz zu haben.

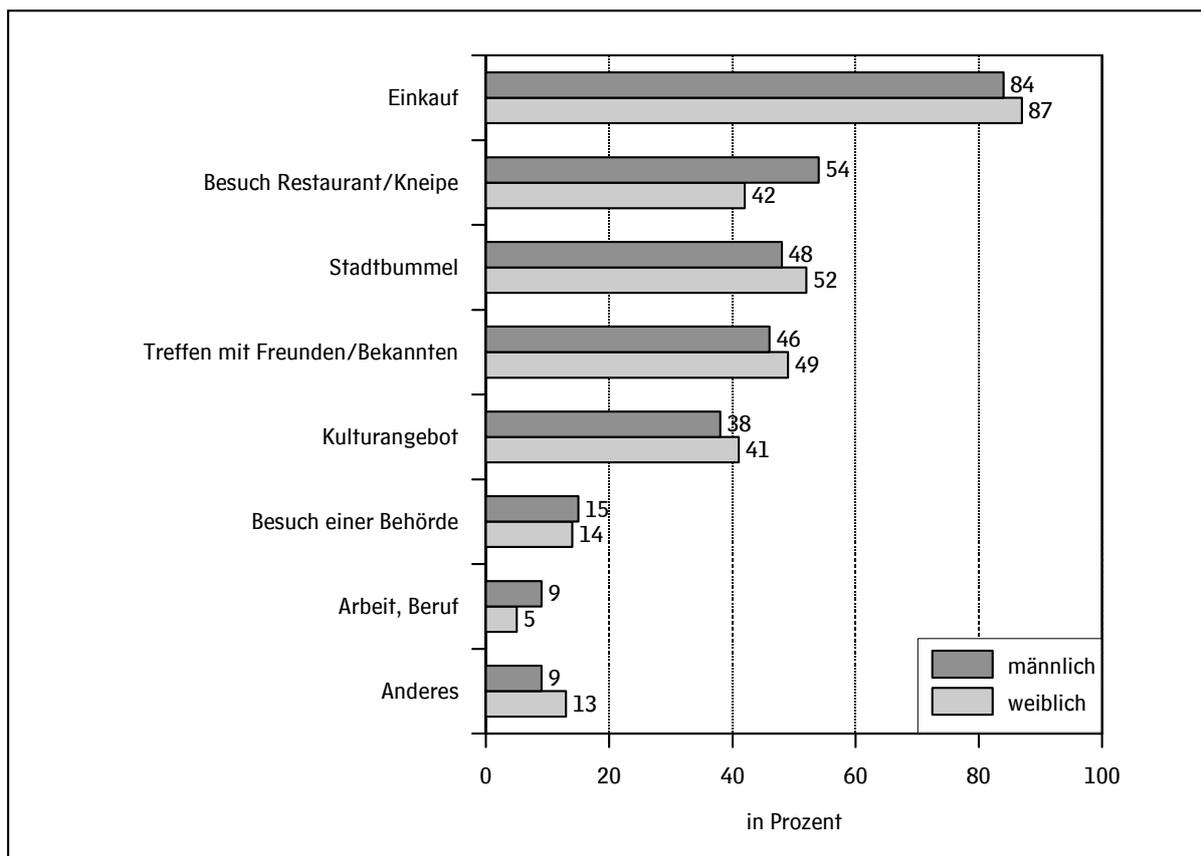
Abbildung 19: Zweck/Anlass des letzten Innenstadtbesuches 2015
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- Vergleicht man die Gründe, die Männer bzw. Frauen anführen, in die Innenstadt zu kommen, fallen zwei Unterschiede auf: Frauen kommen häufiger als Männer in die Innenstadt, um einzukaufen, für einen Stadtbummel oder um das Kulturangebot zu nutzen. Die Männer lockt überdurchschnittlich oft der Besuch einer Kneipe oder eines Restaurants. Auch sind sie häufiger unter denen zu finden, die arbeitsbedingt in der Innenstadt zu tun haben.

Abbildung 20: Zweck/Anlass des letzten Innenstadtbesuches nach Geschlecht 2015
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- Die 18- bis 29-Jährigen kommen überdurchschnittlich häufig in die Innenstadt, um hier ihre Freizeit zu verbringen – der Anteil jener, die hierher kommen, um Freunde und Bekannte zu treffen (72 Prozent) und derjenigen, die für einen Restaurant- oder Kneipenbesuch in die Innenstadt kommen (57 Prozent), liegt über dem Durchschnitt aller Befragten (jeweils 47 Prozent). Auch besuchen 66 Prozent dieser Altersgruppe die Innenstadt, um einen Stadtbummel zu machen (Durchschnitt: 50 Prozent). Zudem kommen 18- bis 29-Jährige seltener (24 Prozent) in die Innenstadt, um ein Kulturangebot zu nutzen.
- Das Kulturangebot wird überdurchschnittlich oft von den 45- bis 64- bzw. den 65- bis 74-Jährigen als Grund für einen Innenstadtbesuch angegeben (50 Prozent).
- Insbesondere die älteren Befragten (65 Jahre und älter) kommen überdurchschnittlich oft in die Innenstadt, um einzukaufen. Im Durchschnitt geben dies 86 Prozent als Grund für ihren Innen-

stadtbesuch an, bei den 65- bis 74-Jährigen sind es 92 Prozent, bei denen, die 75 Jahre und älter sind, sind es 90 Prozent.

Tabelle 20: Zweck/Anlass des letzten Innenstadtbesuches nach Geschlecht und Altersgruppen 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	Einkauf	Stadtbummel	Besuch Restaurant/ Kneipe	Treffen mit Freunden/ Bekanntem	Kulturangebot	Besuch einer Behörde	Arbeit, Beruf	Anderes
	in %							
Insgesamt	86	50	47	47	40	15	7	11
männlich	84	48	54	46	38	15	9	9
weiblich	87	52	42	49	41	14	5	13
18 bis 29 Jahre	79	66	57	72	24	8	9	15
30 bis 44 Jahre	85	50	47	42	35	14	7	10
45 bis 64 Jahre	86	46	44	43	50	18	11	9
65 bis 74 Jahre	92	44	50	45	50	14	0	5
75 Jahre und älter	90	42	45	35	36	16	1	16

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

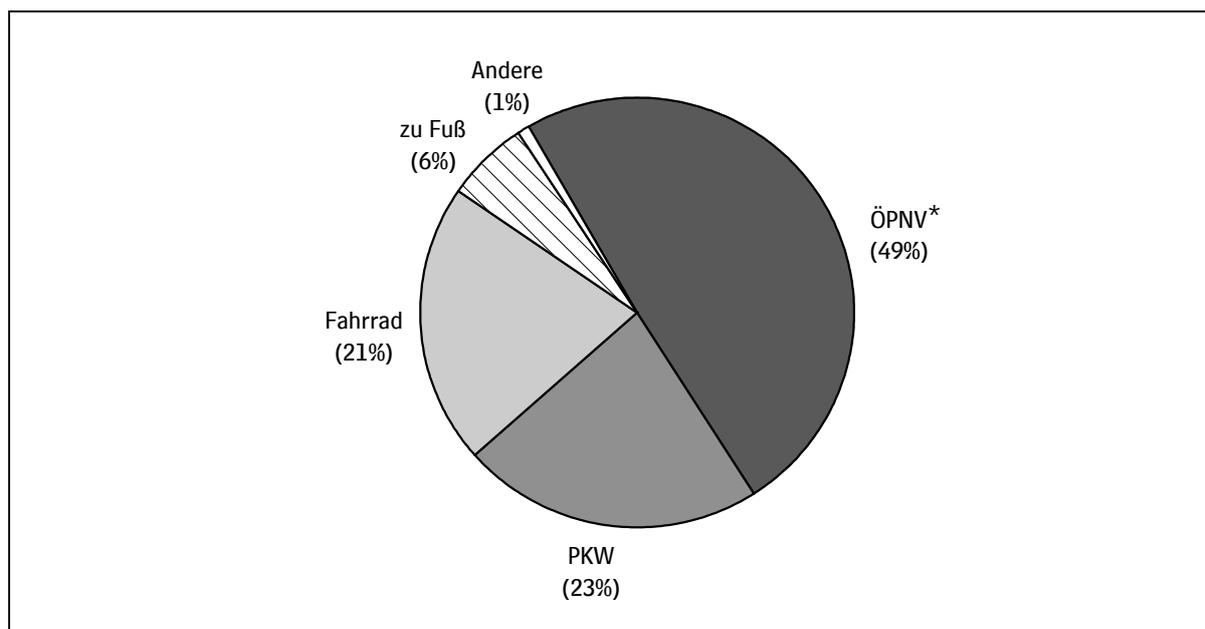
5.5 Verkehrsmittelwahl beim Innenstadtbesuch

Frage: „Welches Verkehrsmittel benutzten Sie bei Ihrem letzten Innenstadtbesuch?“

Zu dieser Frage konnten die Befragten unter 6 Antwortmöglichkeiten auswählen, in der Auswertung ist die Kategorie „Motorrad“ der Kategorie „Andere“ zugeordnet, da dieses Verkehrsmittel nur sehr selten für einen Innenstadtbesuch genutzt wurde.

- ▶ Auch 2015 ist der ÖPNV das bevorzugte Verkehrsmittel, um die Innenstadt Hannovers zu erreichen, 49 Prozent der Befragten bedienen sich dieser Möglichkeit.
- ▶ Etwas weniger als ein Viertel nutzt den PKW, etwas mehr als ein Fünftel der Befragten kommt mit dem Rad und 6 Prozent zu Fuß in die Innenstadt.

Abbildung 21: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch 2015
(Angaben in Prozent)



* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Die Wahl des Verkehrsmittels für einen Besuch der Innenstadt wird auch durch die Dauer des Innenstadtbesuches beeinflusst: Das Fahrrad ist das (Verkehrs-)Mittel der Wahl, wenn es sich um kurze Aufenthalte in der Innenstadt handelt – bei Aufenthalten unter 30 Minuten liegt der Anteil derjenigen, die mit dem Rad in die Innenstadt fahren, bei 45 Prozent (im Durchschnitt 21 Prozent). Dieser Anteil sinkt mit zunehmender Dauer des Aufenthaltes und erreicht schließlich nur noch 9 Prozent bei denen, die vier und mehr Stunden in der Innenstadt sind.

- ▶ Betrachtet man den Anteil der ÖPNV-Nutzung nach Besuchsdauer der Innenstadt, so ist es eher umgekehrt: Dauert der Aufenthalt kürzer als 30 Minuten, so nutzen unterdurchschnittlich wenige (39 Prozent, Durchschnitt: 49 Prozent) den ÖPNV. Bei denen, die sich vier Stunden und länger in der Innenstadt aufhalten, liegt der Anteil der ÖPNV-Nutzer bei 72 Prozent.
- ▶ Das Auto wird überdurchschnittlich häufig (30 Prozent, Durchschnitt: 23 Prozent) bei Aufenthalten, die zwischen 2 und 4 Stunden dauern, genutzt.

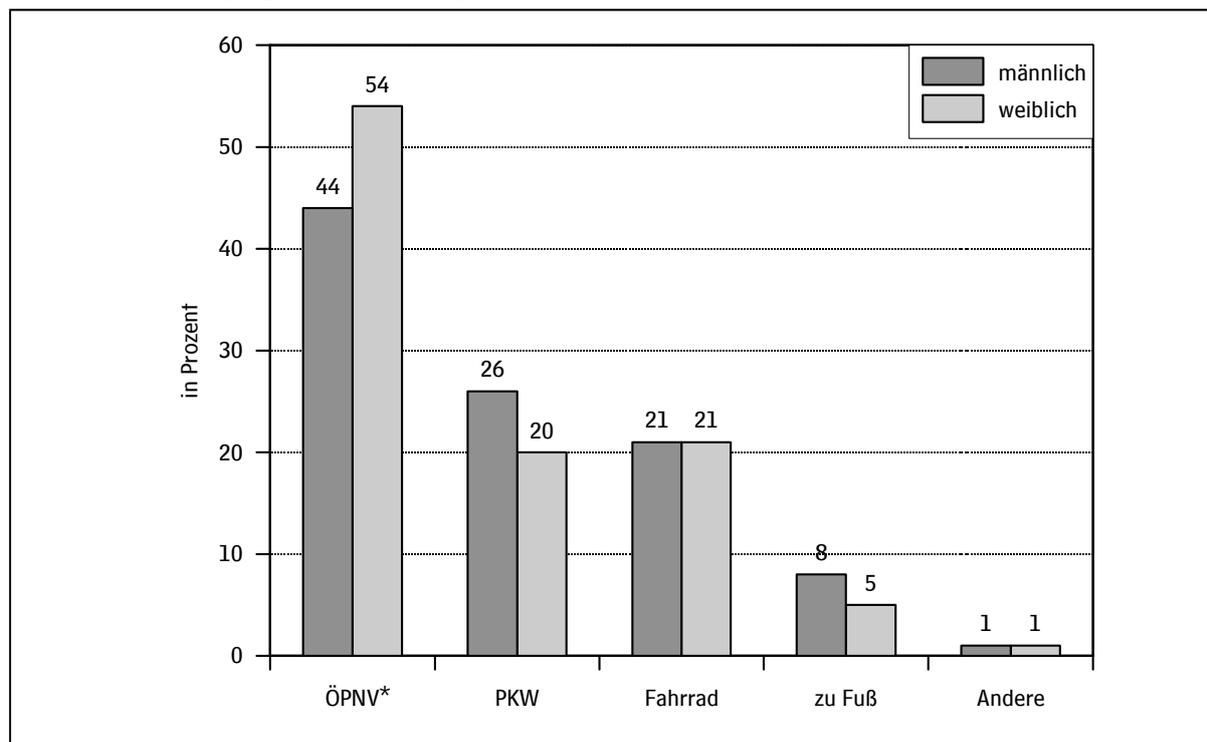
Tabelle 21: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch nach Besuchsdauer 2015
(Angaben in Prozent)

	weniger als 30 Minuten	30 bis unter 60 Minuten	1 bis unter 2 Stunden	2 bis unter 4 Stunden	4 Stunden und mehr	unterschiedlich	Insgesamt
	in %						
PKW	16	19	19	30	16	19	23
ÖPNV*	39	40	48	49	72	59	49
Fahrrad	45	30	26	13	9	16	21
zu Fuß	0	8	7	6	3	6	6
Andere	0	3	1	1	0	0	1
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	100

* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Abbildung 22: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch nach Geschlecht 2015
(Angaben in Prozent)



* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Auch geschlechtsspezifisch zeigen sich Unterschiede bei der Wahl des Verkehrsmittels: Frauen nutzen wesentlich häufiger als Männer den ÖPNV (54 Prozent gegenüber 44 Prozent), Männer erreichen die Innenstadt dagegen häufiger mit dem PKW (25 Prozent gegenüber 20 Prozent) oder zu Fuß (7 Prozent gegenüber 5 Prozent).
- ▶ Um die Innenstadt zu erreichen, wird von der Altersgruppe der 65- bis 74-Jährigen überdurchschnittlich häufig der PKW genutzt (30 Prozent, Durchschnitt: 23 Prozent). Der ÖPNV (Durchschnitt: 49 Prozent) wird bevorzugt von den 18- bis 29-Jährigen (60 Prozent) und von denen, die über 75 Jahre alt sind (63 Prozent), in Anspruch genommen.

Tabelle 22: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch nach Geschlecht und Altersgruppen 2015
(Angaben in Prozent)

	PKW	ÖPNV*	Fahrrad	zu Fuß	Andere
	in %				
Insgesamt	23	49	21	6	1
männlich	26	44	21	8	1
weiblich	20	54	21	5	1
18 bis 29 Jahre	11	60	22	7	1
30 bis 44 Jahre	22	44	24	9	1
45 bis 64 Jahre	27	43	24	6	1
65 bis 74 Jahre	30	48	17	4	1
75 Jahre und älter	25	63	10	3	0

* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Das am häufigsten benutzte Verkehrsmittel, um in die Innenstadt zu kommen, war und ist der ÖPNV. Lag der Anteil 1990 bei 51 Prozent, erhöhte er sich auf einen Anteil von 55 bzw. 54 Prozent in den Jahren 2002 und 2008, verringerte sich bis 2015 aber wieder auf 49 Prozent.
- ▶ Während 1990 33 Prozent mit dem PKW in die Innenstadt kamen, sank dieser Anteil bis zum Jahr 2011 auf 27 Prozent und verringerte sich bis 2015 nochmals um 4 Prozentpunkte auf 23 Prozent.
- ▶ Seit 1990 hat das Fahrrad als benutztes Verkehrsmittel für einen Innenstadtbesuch an Bedeutung gewonnen – 1990 nutzten lediglich 10 Prozent das Rad, um in die Innenstadt zu gelangen, bis 2011 hat sich dieser Anteil auf 20 Prozent verdoppelt, nunmehr liegt er sogar bei 21 Prozent.
- ▶ Der Anteil derjenigen, die zu Fuß die Innenstadt erreicht, verändert sich im Laufe der Jahre nicht wesentlich und liegt auch 2015 bei 6 Prozent.

Tabelle 23: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch 1990 bis 2015
(Angaben in Prozent)

	1990	1996	1999	2002	2008	2011	2015
	in %						
ÖPNV*	51	53	52	55	54	48	49
PKW	33	29	28	27	22	27	23
Fahrrad	10	10	13	12	17	20	21
zu Fuß	6	8	6	6	7	5	6
Anderes	0	0	1	1	0	1	1
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	100

* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 1990 bis 2015

5.6 Bewertungen zu einzelnen Aspekten der Innenstadt

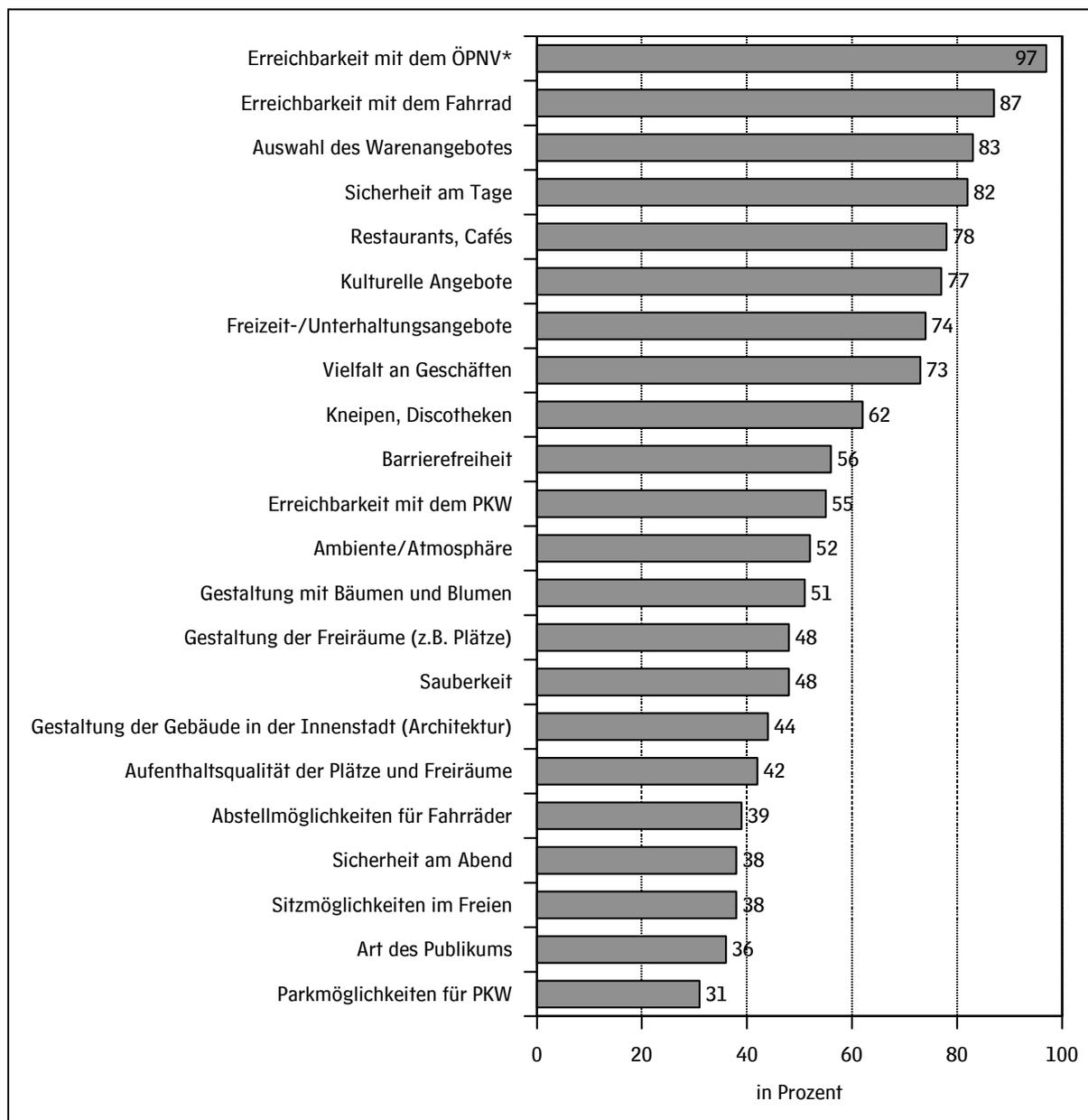
Frage: „Um vergleichbare Ergebnisse über die unterschiedlichen Meinungen zur Innenstadt zu bekommen, möchten wir Sie bitten, Ihre Zufriedenheit mit der Innenstadt unter den folgenden Gesichtspunkten anzugeben.“

Anhand von 22 Kategorien waren die Befragten aufgefordert, die Innenstadt anhand einer fünfstufigen Skala (sehr zufrieden, zufrieden, teils-teils, unzufrieden und sehr unzufrieden) zu bewerten. Die Kategorie „Barrierefreiheit“ wurde dabei von den Befragten erstmals bewertet. Im Rahmen der Auswertung wurden die Kategorien „sehr zufrieden“ und „zufrieden“ sowie „unzufrieden“ und „sehr unzufrieden“ zusammengefasst.

- ▶ Nahezu komplett zufrieden (97 Prozent) sind die Menschen mit der „Erreichbarkeit der Innenstadt mit dem ÖPNV“. Damit bewerteten die Einwohnerinnen und Einwohner wie schon 2011 diesen Aspekt mit Abstand am besten.
- ▶ Auch die „Erreichbarkeit mit dem Fahrrad“ wird sehr positiv bewertet: 87 Prozent sind hiermit sehr zufrieden oder zufrieden.
- ▶ Anteile von über 80 Prozent (sehr zufrieden und zufrieden) weisen daneben die Aspekte „Auswahl des Warenangebotes“ (83 Prozent) sowie „Sicherheit am Tage“ (82 Prozent) auf.
- ▶ Jeweils etwa drei Viertel aller Befragten sind mit den Aspekten „Restaurants und Cafés“ (78 Prozent), „Kulturelle Angebote“ (77 Prozent), „Freizeit-/Unterhaltungsangebote“ (74 Prozent) sowie „Vielfalt an Geschäften“ (73 Prozent) zufrieden.
- ▶ Mit der „Erreichbarkeit mit dem PKW“ sind dagegen nur 55 Prozent zufrieden.

- ▶ Vergleichsweise am unzufriedensten sind die Einwohnerinnen und Einwohner mit den Aspekten „Parkmöglichkeiten für PKW“ (31 Prozent), „Art des Publikums“ (36 Prozent), „Sitzmöglichkeiten im Freien“ (38 Prozent), „Sicherheit am Abend“ (38 Prozent) sowie „Abstellmöglichkeiten für Fahrräder“ (39 Prozent“).

Abbildung 23: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2015
(Anteile sehr zufrieden und zufrieden, Angaben in Prozent)



* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ 2015 wird vor allem die „Gestaltung der Gebäude in der Innenstadt (Architektur)“ deutlich positiver bewertet als noch 2011: Gaben 2011 35 Prozent an, sie seien hiermit sehr zufrieden oder zufrieden, so sind es 2015 44 Prozent.
- ▶ Weiterhin sind die Befragten mit der „Gestaltung der Freiräume“ deutlich zufriedener als noch 2011: So erhöhte sich die Zufriedenheit mit diesem Aspekt um 6 Prozentpunkte von 42 auf 48 Prozent.
- ▶ Auch die Themen „Sicherheit am Abend“ (+6 Prozentpunkte von 32 auf 38 Prozent) und „Sauberkeit“ (+5 Prozentpunkte von 43 auf 48 Prozent) werden positiver bewertet als 2011.

- ▶ Die „Parkmöglichkeiten für PKW“ und die „Erreichbarkeit mit dem PKW“ haben dagegen gegenüber 2011 weniger Zufriedenheit auf sich vereinen können (-5 Prozentpunkte bzw. -6 Prozentpunkte), was mglw. auf viele Baustellen und Baumaßnahmen im Innenstadtbereich zurückzuführen sein könnte.

Tabelle 24: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2015
(Angaben in Prozent)

	2015		
	positive Nennungen	teils/teils	negative Nennungen
	in %		
Abstellmöglichkeiten für Fahrräder	39	35	26
Ambiente/Atmosphäre	52	37	11
Art des Publikums	36	51	13
Aufenthaltsqualität Plätze und Freiräume	42	43	15
Auswahl des Warenangebotes	83	13	4
Barrierefreiheit	56	36	8
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	87	11	2
Erreichbarkeit mit dem ÖPNV*	97	3	0
Erreichbarkeit mit dem PKW	55	31	14
Freizeit-/Unterhaltungsangebote	74	22	4
Gestaltung der Freiräume (z.B. Plätze)	48	41	11
Gestaltung der Gebäude in der Innenstadt (Architektur)	44	40	16
Gestaltung mit Bäumen und Blumen	51	32	17
Kneipen, Discotheken	62	30	8
Kulturelle Angebote	77	21	2
Parkmöglichkeiten für PKW	31	38	31
Restaurants, Cafés	78	17	5
Sauberkeit	48	36	16
Sicherheit am Abend	38	41	21
Sicherheit am Tage	82	14	4
Sitzmöglichkeiten im Freien	38	37	26
Vielfalt an Geschäften	73	18	9

* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Die langfristige Betrachtung der Zufriedenheit der Einwohnerinnen und Einwohnern mit einzelnen Aspekten der Innenstadt zeigt, dass sich vor allem die Aspekte „Sauberkeit“ und „Sicherheit“ (am Tage und am Abend) kontinuierlich verbessert haben.
- ▶ Waren 1999 20 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner zufrieden mit der Sauberkeit, erhöhte sich die Zufriedenheit bis 2005 auf 33 Prozent und wuchs bis 2015 weiter auf 48 Prozent.

- ▶ Auch das Sicherheitsempfinden am Tag verbesserte sich über die Jahre kontinuierlich: War 1999 etwa die Hälfte aller Befragten (52 Prozent) hiermit zufrieden, sind es 2005 71 Prozent und 2015 wächst die Zufriedenheit auf 82 Prozent an.
- ▶ Ähnliches gilt für die „Sicherheit am Abend“: Hier waren 1999 nur 11 Prozent zufrieden, 2008 vergaben ein Drittel aller Einwohnerinnen und Einwohner gute Noten und 2015 schätzte fast ein Drittel (38 Prozent) aller Befragten diesen Aspekt positiv ein.

Tabelle 25: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 1999 bis 2015
(Anteile sehr zufrieden und zufrieden, Angaben in Prozent)

	1999	2002	2005	2008	2011	2015
	in %					
Erreichbarkeit mit dem ÖPNV*	94	96	96	95	96	97
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	-	-	-	-	86	87
Auswahl des Warenangebotes	88	81	83	79	83	83
Sicherheit am Tag	52	66	71	82	81	82
Restaurants, Cafés	62	62	69	75	78	78
Kulturelle Angebote	75	76	76	80	79	77
Freizeit-/ Unterhaltungsangebote	55	59	64	69	74	74
Vielfalt an Geschäften	78	65	64	67	71	73
Kneipen, Discotheken	55	55	57	59	59	62
Barrierefreiheit	-	-	-	-	-	56
Erreichbarkeit mit dem PKW	39	46	54	59	61	55
Ambiente/Atmosphäre	57	58	56	58	65	52
Gestaltung mit Bäumen und Blumen	43	49	49	52	51	51
Gestaltung Freiräume (z.B. Plätze)	35	38	39	38	42	48
Sauberkeit	20	28	33	44	43	48
Gestaltung der Gebäude in der Innenstadt (Architektur)	37	34	29	26	35	44
Aufenthaltsqualität der Plätze und Freiräume	-	-	-	47	40	42
Abstellmöglichkeiten für Fahrräder	-	-	-	-	38	39
Sicherheit am Abend	11	23	27	36	32	38
Sitzmöglichkeiten im Freien	28	29	34	38	36	38
Art des Publikums	19	25	25	28	38	36
Parkmöglichkeiten für PKW	20	24	32	34	36	31

* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999 bis 2015

6. Einkaufsverhalten/Online-Shopping

Die Themen „Einkaufsverhalten/Online-Shopping“ werden erstmals im Rahmen der Repräsentativerhebungen thematisiert, aus diesem Grund liegen zu diesem Thema keine Vergleichsdaten aus den Vorjahren vor.

6.1 Einkaufsverhalten nach Einkaufsorten und Warengruppen

**Frage: „Wo kaufen Sie folgende Artikel ein?
Bitte nennen Sie für jede Artikelgruppe alle Einkaufsquellen, die Sie nutzen.“**

Bei dieser Frage wurden die Befragten gebeten, für elf Artikelgruppen anzugeben, wo bzw. wie (im Stadtteil, in der Innenstadt, in Einkaufszentren am Stadtrand, außerhalb der Stadt, online im Internet) sie diese Artikel jeweils kaufen, wobei Mehrfachnennungen möglich waren.

Wie die Ergebnisse zeigen, variiert die Wahl des Einkaufsortes innerhalb der unterschiedlichen Warengruppen sehr deutlich.

Innerhalb des eigenen **Stadtteils** kaufen die Befragten vor allem „Lebensmittel/Getränke“ (93 Prozent), Waren der Gruppe „Kosmetik/Drogerie/Gesundheit“ (81 Prozent) sowie „Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren“ (65 Prozent). Alle anderen Warengruppen werden mehrheitlich außerhalb des Stadtteils eingekauft.

Die **Innenstadt** stellt für 6 von 11 Warengruppen den bevorzugten Einkaufsort dar: 86 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner kaufen dort ihre „Bekleidung“, 82 Prozent „Schuhe/Lederwaren“ und 80 Prozent „Uhren/Schmuck/Accessoires“ ein. Auch für Produkte aus den Bereichen „Sportartikel/Hobby/Freizeit“ (74 Prozent), „Haushaltswaren/Deko“ (60 Prozent) sowie „Multimedia/Elektronik/Foto“ (58 Prozent) ist die Innenstadt der wichtigste Einkaufsort.

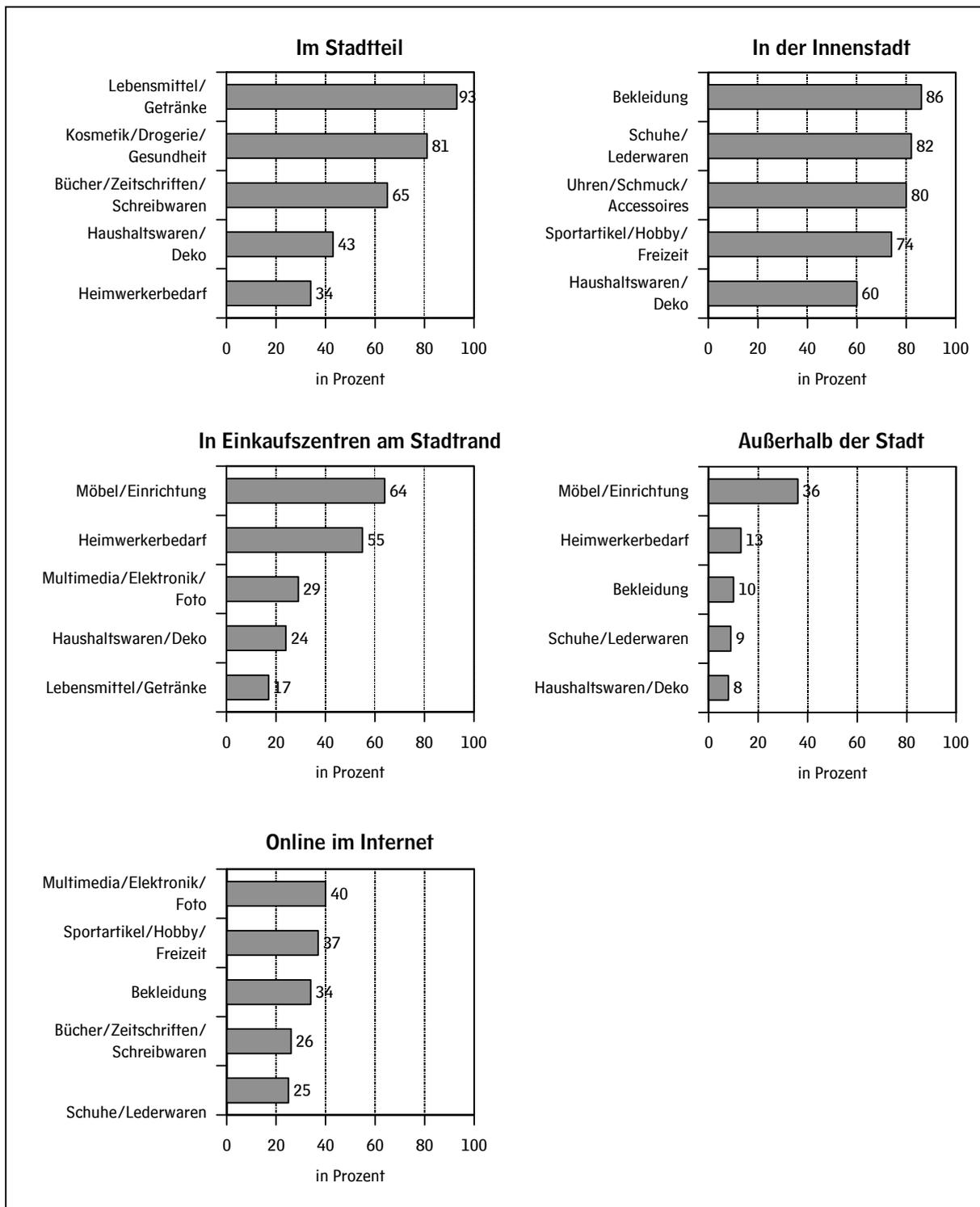
Einkaufszentren am Stadtrand sind der wichtigste Einkaufsort für „Möbel/Einrichtung“ (64 Prozent) sowie für „Heimwerkerbedarf“ (55 Prozent). Daneben kaufen 29 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner hier Produkte aus dem Bereich „Multimedia/Elektronik/Foto“ und 24 Prozent Produkte aus dem Bereich „Haushaltswaren/Deko“.

Außerhalb der Stadt erwerben die Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt Hannover vor allem „Möbel/Einrichtung“ (36 Prozent), für alle anderen Warengruppen spielt dieser Einkaufsort keine größere Rolle.

Online über das **Internet** werden vor allem Produkte der Warengruppen „Multimedia/Elektronik/Foto“ (40 Prozent), „Sportartikel/Hobby/Freizeit“ (37 Prozent) sowie „Bekleidung“ (34 Prozent) erworben. Etwa jede/r vierte Befragte kauft „Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren“ sowie „Schuhe/Lederwaren“ auch über das Internet ein.

Abbildung 24: Einkaufsorte nach Warengruppen* 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Befragten/Fälle)



* angegeben sind jeweils die fünf häufigsten Warengruppen

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Tabelle 26: Einkaufsverhalten nach Einkaufsorten und Warengruppen 2015*
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Befragten/Fälle)

	im Stadtteil	in der Innenstadt	in Einkaufs- zentren am Stadtrand	außerhalb der Stadt	online im Internet
	in %				
Lebensmittel/Getränke	93	13	17	4	1
Bekleidung	14	86	17	10	34
Schuhe/Lederwaren	13	82	17	9	25
Sportartikel/Hobby/Freizeit	10	74	15	6	37
Kosmetik/Drogerie/Gesundheit	81	34	9	3	7
Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren	65	43	6	2	26
Uhren/Schmuck/Accessoires	18	80	8	6	20
Multimedia/Elektronik/Foto	15	58	29	5	40
Haushaltswaren/Deko	43	60	24	8	17
Möbel/Einrichtung	9	15	64	36	12
Heimwerkerbedarf	34	15	55	13	9

* Die Markierungen zeigen den wichtigsten Einkaufsort für jede Warengruppe

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

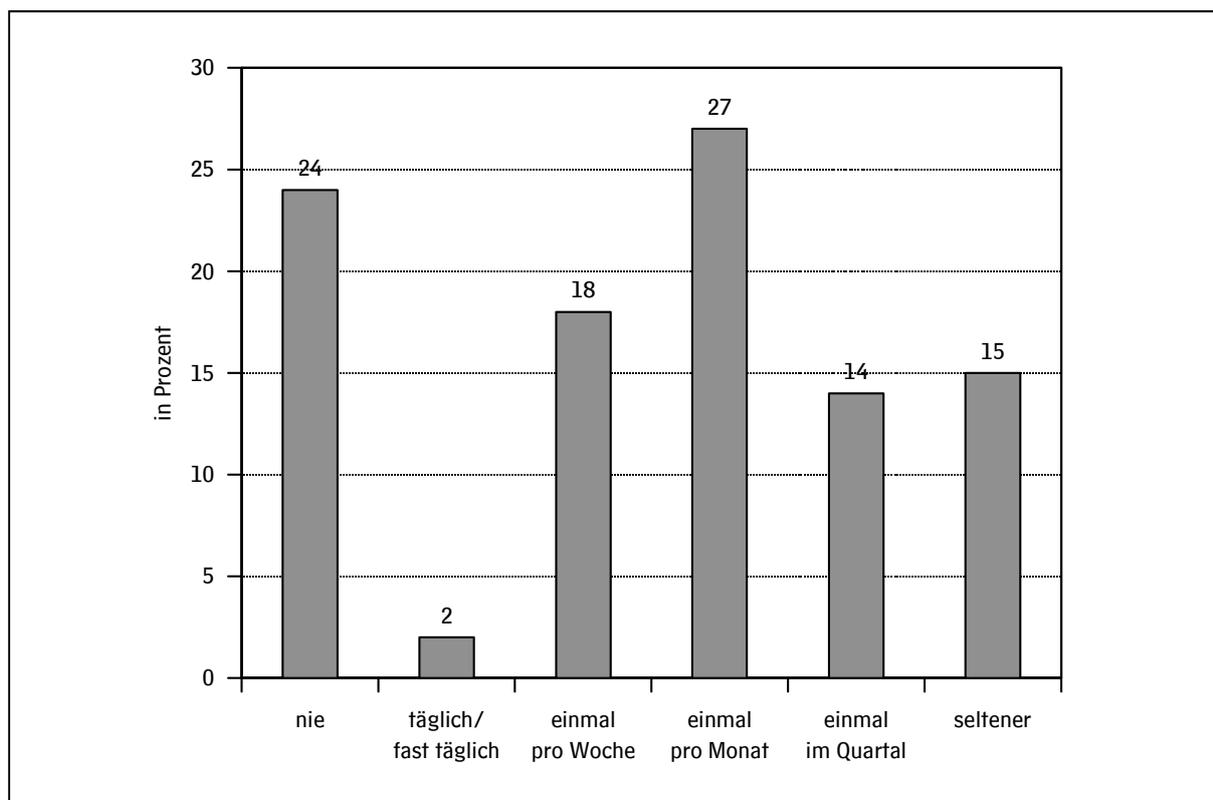
6.2 Online-Shopping

Frage: „Wie häufig kaufen Sie auch online im Internet ein?“

Bei den Ergebnissen zu den nachfolgenden Fragen ist zu berücksichtigen, dass sich diese auf alle Einwohnerinnen und Einwohner (der Stadt Hannover) beziehen und nicht nur auf alle Internet-Nutzer (in der Stadt Hannover), wie dies in vorliegenden Studien zum Thema Online-Shopping der Fall ist.

- ▶ Etwa ein Viertel aller Befragten kauft nie online im Internet ein.
- ▶ 20 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner kaufen mindestens einmal pro Woche online ein, 2 Prozent täglich oder fast täglich und 18 Prozent einmal pro Woche.
- ▶ 27 Prozent erwerben einmal pro Monat und 14 Prozent einmal im Quartal einen oder mehrere Artikel über das Internet.
- ▶ 15 Prozent shoppen seltener als einmal im Quartal online.

Abbildung 25: Häufigkeit des Online-Shoppings 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Männer nutzen die Möglichkeiten des Online-Shoppings vergleichsweise häufiger als Frauen: So kaufen 23 Prozent aller Männer, aber nur 16 Prozent aller Frauen einmal pro Woche und häufiger online ein (Durchschnitt: 20 Prozent).
- ▶ Zudem gaben 28 Prozent aller befragten Frauen, aber nur 20 Prozent aller befragten Männer an, das Internet nie für einen Einkauf zu nutzen (Durchschnitt: 24 Prozent).

Tabelle 27: Häufigkeit des Online-Shoppings nach Geschlecht und Altersgruppen 2015
(Angaben in Prozent)

	nie	fäglich/ fast fäglich	einmal pro Woche	einmal pro Monat	einmal im Quartal	seltener
	in %					
Insgesamt	24	2	18	27	14	15
männlich	20	2	21	30	13	14
weiblich	28	1	15	25	16	16
18 bis 29 Jahre	5	2	23	40	21	10
30 bis 44 Jahre	4	3	32	37	15	10
45 bis 64 Jahre	20	1	16	27	17	20
65 bis 74 Jahre	45	1	7	16	10	21
75 Jahre und älter	79	0	1	5	3	12

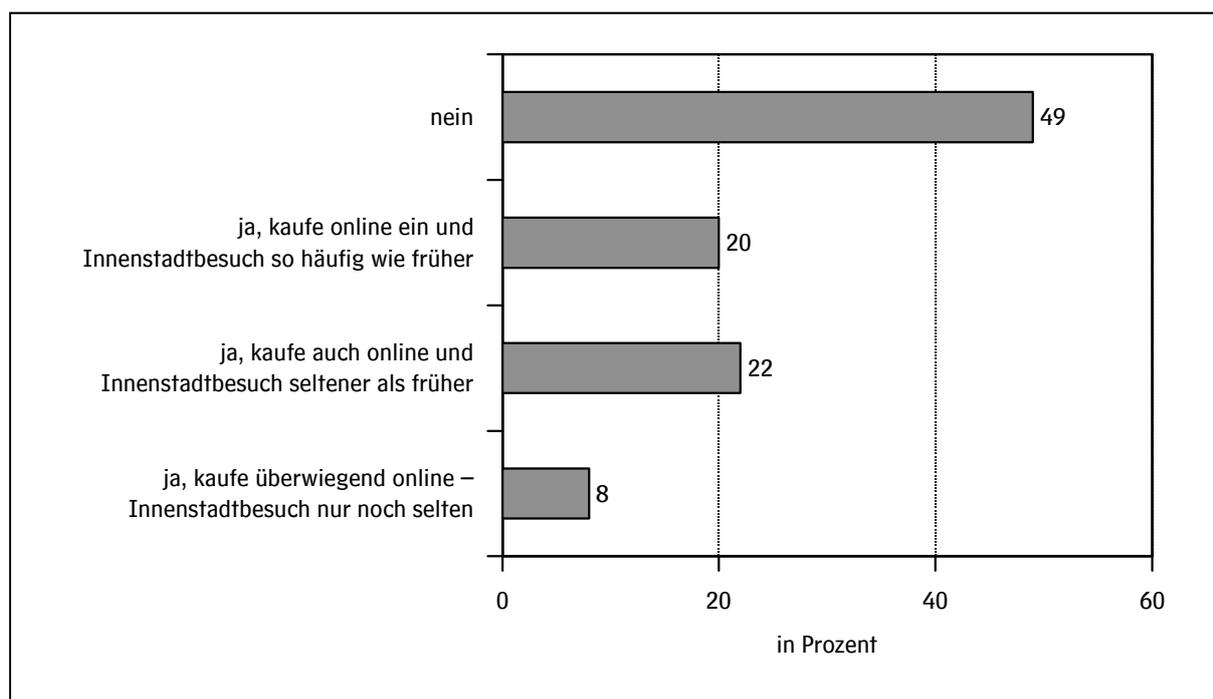
Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Dagegen zeigen sich in der Differenzierung nach Altersgruppen deutliche Unterschiede: So kaufen im Durchschnitt 76 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner zumindest gelegentlich etwas online ein, bei jüngeren Befragten liegen die vergleichbaren Anteile deutlich darüber (18 bis 29 Jahre: 95 Prozent, 30 bis 44 Jahre: 96 Prozent). Befragte der Altersgruppen 65 bis 74 (55 Prozent) bzw. 75 Jahre und älter (21 Prozent) geben dagegen deutlich seltener als der Durchschnitt an, das Internet für einen Einkauf zu nutzen.
- ▶ Befragte der Altersgruppe 18 bis 29 Jahre (25 Prozent) und vor allem Befragte der Altersgruppe 30 bis 44 Jahre (35 Prozent) kaufen zudem deutlich häufiger als der Durchschnitt (20 Prozent) mindestens einmal pro Woche online ein. Bei Befragten im Alter zwischen 65 und 74 Jahre sinkt der vergleichbare Anteil auf 8 Prozent und liegt in der Altersgruppe 75 Jahre und älter nur noch bei 1 Prozent.

Frage: „Hat sich Ihr Einkaufsverhalten – bezogen auf die Innenstadt Hannovers – durch das Angebot, online einkaufen zu können, verändert?“

- ▶ Auf die Frage nach einem – auf die Innenstadt Hannovers bezogenem – verändertem Einkaufsverhalten gab knapp die Hälfte aller Einwohnerinnen und Einwohner an, dass sich ihr Einkaufsverhalten durch das Angebot, auch online einkaufen zu können, nicht verändert habe (49 Prozent).
- ▶ Weitere 20 Prozent der Befragten kaufen auch online ein, besuchen die Innenstadt aber genauso häufig wie früher.
- ▶ Bei 30 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner hat die Möglichkeit, Artikel auch online über das Internet erwerben zu können, zu einer geringeren Besuchshäufigkeit der Innenstadt geführt: 22 Prozent geben an, auch online einzukaufen und daher die Innenstadt seltener zu besuchen.
- ▶ 8 Prozent kaufen überwiegend online ein und besuchen die Innenstadt nur noch selten.

Abbildung 26: Veränderung des Einkaufsverhaltens in Bezug auf die Innenstadt Hannovers durch das Angebot, Artikel auch online einkaufen zu können 2015
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Auch bei dieser Frage zeigen sich geschlechtsspezifische Unterschiede: So verändert sich durch Online-Einkaufsmöglichkeiten das Einkaufsverhalten von Frauen vergleichsweise weniger als das von Männern: 54 Prozent aller Frauen und bei 44 Prozent aller Männer (Durchschnitt: 49 Prozent) gaben an, dass die neuen Einkaufsmöglichkeiten zu keinem anderen Einkaufsverhalten geführt hätten.

- ▶ Bei 34 Prozent aller männlichen Einwohner und bei 28 Prozent aller Einwohnerinnen (Durchschnitt: 30 Prozent) führt die Möglichkeit des Online-Shoppings dazu, dass die Innenstadt seltener als früher bzw. nur noch selten besucht wird.

Tabelle 28: Veränderung des Einkaufsverhaltens in Bezug auf die Innenstadt Hannovers durch das Angebot, Artikel auch online einkaufen zu können nach Geschlecht und Altersgruppen 2015 (Angaben in Prozent)

	nein	ich kaufe auch online ein und <u>besuche</u> die <u>Innenstadt so häufig wie früher</u>	ich kaufe auch online ein und <u>besuche</u> die <u>Innenstadt seltener als früher</u>	ich kaufe <u>überwiegend online</u> und <u>besuche</u> die <u>Innenstadt nur noch selten</u>
	in %			
Insgesamt	49	20	22	8
männlich	44	23	24	10
weiblich	54	19	21	7
18 bis 29 Jahre	32	28	32	8
30 bis 44 Jahre	31	23	32	13
45 bis 64 Jahre	49	23	21	7
65 bis 74 Jahre	70	14	12	5
75 Jahre und älter	92	3	4	2

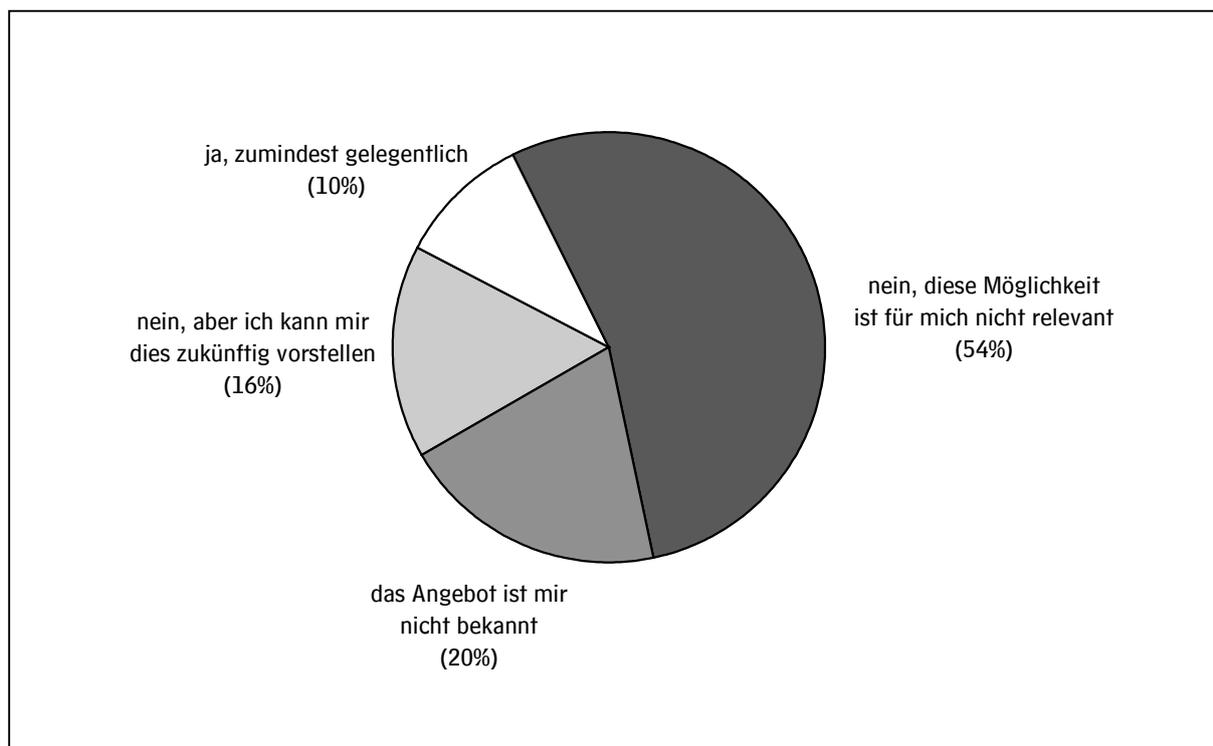
Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ 70 Prozent der 65- bis 74-Jährigen und 92 Prozent der Über-74-Jährigen gaben an, dass sich ihr Einkaufsverhalten durch das Angebot des Online-Shoppings nicht geändert habe.
- ▶ Knapp die Hälfte aller 45- bis 64-Jährigen gab an, dass das Online-Shopping ihre Einkaufsgewohnheiten nicht verändert habe. 28 Prozent der Befragten dieser Altersgruppe besuchen die Innenstadt seltener als früher bzw. nur noch selten (Durchschnitt: 30 Prozent).
- ▶ Bei jüngeren Befragten führt die Möglichkeit des Online-Shoppens deutlich stärker zu einem veränderten Einkaufsverhalten in Bezug auf die Innenstadt Hannovers: Lediglich etwa 30 Prozent der Befragten der Altersgruppen 18 bis 29 Jahre sowie 30 bis 44 Jahre gaben an, dass sich ihr Einkaufsverhalten nicht verändert habe. 40 Prozent der 18- bis 29-Jährigen bzw. 45 Prozent der 30- bis 44-Jährigen besuchen die Innenstadt seltener als früher bzw. nur noch selten (Durchschnitt: 30 Prozent).

Frage: „Nutzen Sie die Möglichkeit, online einzukaufen und die Einkäufe im Geschäft in der Innenstadt Hannovers abzuholen?“

- ▶ Zu dieser Frage waren vier Antwortmöglichkeiten vorgegeben: „ja, zumindest gelegentlich“, „nein, aber ich kann mir dies zukünftig vorstellen“, „nein, diese Möglichkeit ist für mich nicht relevant“ sowie „das Angebot ist mir nicht bekannt“.
- ▶ Für mehr als die Hälfte aller Befragten (54 Prozent) ist die Möglichkeit eines Online-Einkaufs mit Abholung der Einkäufe in der Innenstadt Hannovers nicht relevant.
- ▶ 20 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner kennen ein solches Angebot nicht.
- ▶ 16 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner nutzen diese Möglichkeit bisher nicht, können sich dies aber zukünftig vorstellen.
- ▶ Nur durchschnittlich 10 Prozent aller Befragten kaufen derzeit – zumindest gelegentlich - online etwas ein und holen die Einkäufe in einem Geschäft in der Innenstadt Hannovers ab.

Abbildung 27: Nutzung der Möglichkeit, online eingekaufte Einkäufe im Geschäft in der Innenstadt abzuholen 2015 (Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Die Differenzierung nach Geschlecht zeigt, dass sich Männer, die das Angebot bisher nicht nutzen, häufiger (20 Prozent) als Frauen (13 Prozent) vorstellen können, zukünftig online einzukaufen und die Produkte in einem Geschäft in der Innenstadt abzuholen (Durchschnitt: 16 Prozent).
- ▶ Zugleich ist das Angebot für Frauen (57 Prozent) häufiger als für Männer (51 Prozent) nicht relevant.
- ▶ Überdurchschnittlich häufig nutzen jüngere Befragte die Möglichkeit des Online-Shoppings mit Abholung der Artikel in der Innenstadt (18 bis 29 Jahre: 14 Prozent, 30 bis 44 Jahre: 15 Prozent, Durchschnitt: 10 Prozent). Ältere Einwohnerinnen und Einwohner nehmen ein solches Angebot dagegen nur sehr selten (65 bis 74 Jahre: 3 Prozent, 75 Jahre und älter: 1 Prozent) wahr.
- ▶ Eine zukünftige Nutzung eines solchen Angebots ist vor allem für jüngere Befragte vorstellbar: Etwa ein Fünftel aller Befragten im Alter zwischen 18 und 29 Jahren bzw. 30 und 44 Jahren können sich dies zukünftig vorstellen (Durchschnitt: 16 Prozent).
- ▶ Bei jüngeren Befragten im Alter zwischen 18 und 29 Jahren ist das Angebot überdurchschnittlich häufig (25 Prozent, Durchschnitt: 20 Prozent) gar nicht bekannt.

Tabelle 29: Nutzung der Möglichkeit, online eingekaufte Einkäufe im Geschäft in der Innenstadt abzuholen nach Geschlecht und Altersgruppen 2015
(Angaben in Prozent)

	Ja, zumindest gelegentlich	Nein, aber ich kann mir dies zukünftig vorstellen	Nein, diese Möglichkeit ist für mich nicht relevant	Das Angebot ist mir nicht bekannt
	in %			
Insgesamt	10	16	54	20
männlich	11	20	51	19
weiblich	10	13	57	21
18 bis 29 Jahre	14	19	42	25
30 bis 44 Jahre	15	20	50	15
45 bis 64 Jahre	11	15	56	18
65 bis 74 Jahre	3	11	63	22
75 Jahre und älter	1	11	68	21

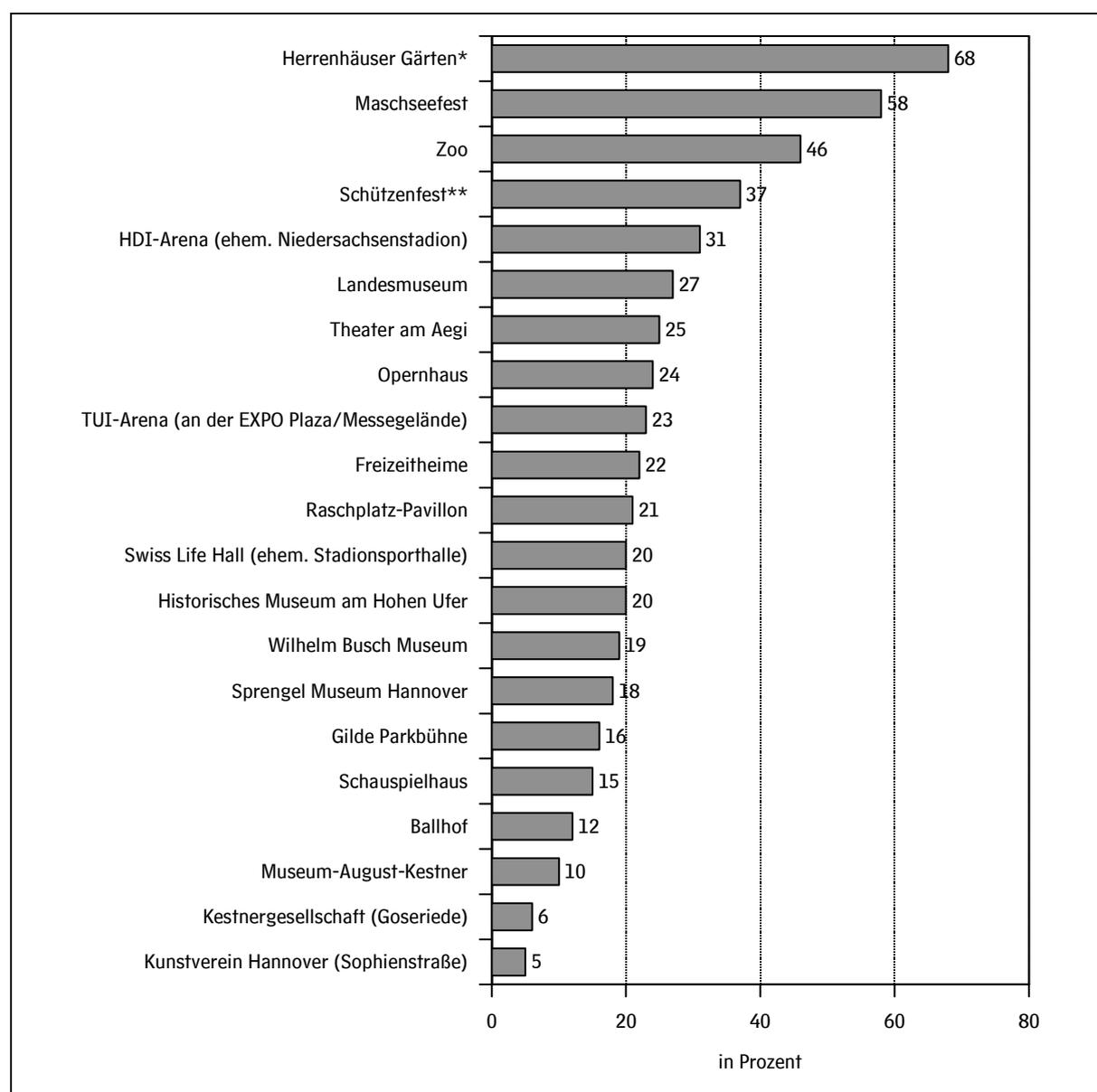
Quelle: Repräsentativerhebung 2015

7. Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungen

Frage: „Im Folgenden ist eine Reihe von Einrichtungen und Veranstaltungsorten aufgeführt, die man hier in Hannover besuchen kann. Bitte kreuzen Sie diejenigen an, die Sie innerhalb der letzten 12 Monate besucht haben.“

Bei dieser Frage waren 21 Einrichtungen und Veranstaltungsorte vorgegeben. Die Kategorie „Herrenhäuser Gärten“ umfasst sowohl den Besuch der Gärten wie auch den Besuch von Veranstaltungen in den Gärten, die Kategorie „Schützenfest“ umfasst auch das Frühlings- und das Oktoberfest.

Abbildung 28: Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungsorte 2015
(Angaben in Prozent)



* Besuch der Gärten inkl. Veranstaltungen in den Gärten

** inkl. Frühlings- und Oktoberfest

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ An der Spitze der besuchten Orte stehen Veranstaltungsorte unter freiem Himmel: Mehr als zwei von drei Befragten haben in den zurückliegenden 12 Monaten den Herrenhäuser Gärten einen Besuch abgestattet, 58 Prozent hielten sich ein- oder mehrmals auf dem Maschseefest auf.
- ▶ Knapp die Hälfte aller Befragten (46 Prozent) ging einmal oder mehrmals in den Zoo. Die Feste auf dem Schützenplatz (Frühlings-, Schützen- und Oktoberfest) wurden von 37 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner besucht.
- ▶ Knapp ein Drittel der Befragten (31 Prozent) war in der HDI-Arena (ehem. Niedersachsenstadion) und 27 bzw. 25 Prozent besuchten das Landesmuseum bzw. das Theater am Aegi. Ähnlich häufig besucht waren auch das Opernhaus (24 Prozent), die TUI-Arena (an der Expo-Plaza, 23 Prozent), die Freizeitheime (22 Prozent), der Raschplatz-Pavillon (21 Prozent), die Swiss Life Hall (ehem. Stadionsporthalle) und das Historische Museum und (jeweils 20 Prozent).
- ▶ Nahezu jede/r fünfte Befragte besuchte das Wilhelm-Busch-Museum (19 Prozent) und/oder das Sprengel-Museum (18 Prozent). 16 bzw. 15 Prozent der Befragten waren in den zurückliegenden 12 Monaten bei einer Veranstaltung der Gilde-Parkbühne und oder im Schauspielhaus. Der Ballhof wurde von 12 Prozent und das Kestner-Museum von 10 Prozent der Befragten frequentiert.
- ▶ Die Kestnergesellschaft und der Kunstverein wurden von 6 bzw. 5 Prozent aller Befragten besucht.

- ▶ Die Herrenhäuser Gärten, das Maschseefest und der Zoo sind im Jahr 2015 – wie schon 2011 – die Zuschauer magneten. Gegenüber 2011 konnten sich dabei Herrenhausen und das Maschseefest nochmals um 5 bzw. 2 Prozentpunkte verbessern. Der Zoo verlor dagegen gegenüber 2011 an Zuspruch (-9 Prozentpunkte): Besuchten 2011 noch 55 Prozent den Zoo, sind es 2015 nur noch 46 Prozent aller Befragten.
- ▶ Das Theater am Aegi kann gegenüber 2011 ein Plus von 5 Prozentpunkten auf sich vereinen – 25 Prozent der Befragten haben in den vergangenen 12 Monaten zum Zeitpunkt der Befragung dieses Theater besucht, 2011 waren es 20 Prozent.
- ▶ Zuwächse in Höhe von jeweils 4 Prozentpunkten verzeichnen das Landesmuseum (von 23 Prozent auf 27 Prozent) die Freizeitheime (von 18 auf 22 Prozent), der Raschplatz-Pavillon (von 17 auf 21 Prozent) sowie das Wilhelm-Busch-Museum (von 15 auf 19 Prozent). Die TUI-Arena (an der EXPO-Plaza/Messegelände) und die Gilde-Parkbühne verbessern sich um jeweils 3 Prozentpunkte auf 23 bzw. 16 Prozent.

- ▶ Langfristig gewannen vor allem die Swiss Life Hall (ehem. Stadionsporthalle)(+12 Prozentpunkte seit 2005), die HDI-Arena (+9 Prozentpunkte seit 2005), das Maschseefest (+7 Prozentpunkte seit 2005) sowie die TUI-Arena (+6 Prozentpunkte seit 2005) an Publikumszuspruch hinzu, dagegen verlor der Zoo seit 2005 6 Prozentpunkte (von 52 auf 46 Prozent).
- ▶ Für die Herrenhäuser Gärten kann diesbezüglich keine Aussage getroffen werden, da bis 2008 nur der Besuch von „Veranstaltungen in den Herrenhäuser Gärten“ abgefragt wurde.

Tabelle 30: Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungsorte 2002 bis 2015
(Angaben in Prozent)

	2002	2005	2008	2011	2015
	in %				
Herrenhäuser Gärten*	35	43	47	63	68
Maschseefest	55	51	55	56	58
Zoo	50	52	51	55	46
Schützenfest**	-	-	37	36	37
HDI-Arena (ehem. Niedersachsenstadion)	23	22	27	31	31
Landesmuseum	27	27	25	23	27
Theater am Aegi	26	24	20	20	25
Opernhaus	24	24	24	23	24
TUI-Arena (an der EXPO-Plaza)	21	17	16	20	23
Freizeitheime	-	-	-	18	22
Raschplatz-Pavillon	16	16	17	17	21
Historisches Museum am Hohen Ufer	18	18	19	21	20
Swiss Life Hall (ehem. Stadionsporthalle)	8	8	17	19	20
Wilhelm Busch Museum	16	16	20	15	19
Sprengel Museum Hannover	19	21	17	19	18
Gilde Parkbühne	-	-	18	13	16
Schauspielhaus	16	20	18	15	15
Ballhof	8	9	13	11	12
Museum-August-Kestner	11	9	12	10	10
Kestnergesellschaft (Goseriede)	-	-	8	6	6
Kunstverein Hannover (Sophienstr.)	-	-	-	6	5

* Besuch der Gärten inkl. Veranstaltungen in den Gärten

** inkl. Frühlings- und Oktoberfest

Quelle: Repräsentativerhebungen 2002 bis 2015

8. Einschätzungen zum Thema Ausgabenprioritäten

Frage: „Eine Stadt kann sich, genau wie ein Privathaushalt, nicht alles gleichzeitig leisten. Wenn man für eine Sache mehr ausgeben will, muss man bei anderen Ausgaben einsparen. Geben Sie bitte für jeden Aufgabenbereich an, ob nach Ihrer Meinung die Stadt sparen, also Leistungen einschränken soll, ob die Ausgaben unverändert bleiben sollen oder ob die Stadt mehr aufwenden soll.“

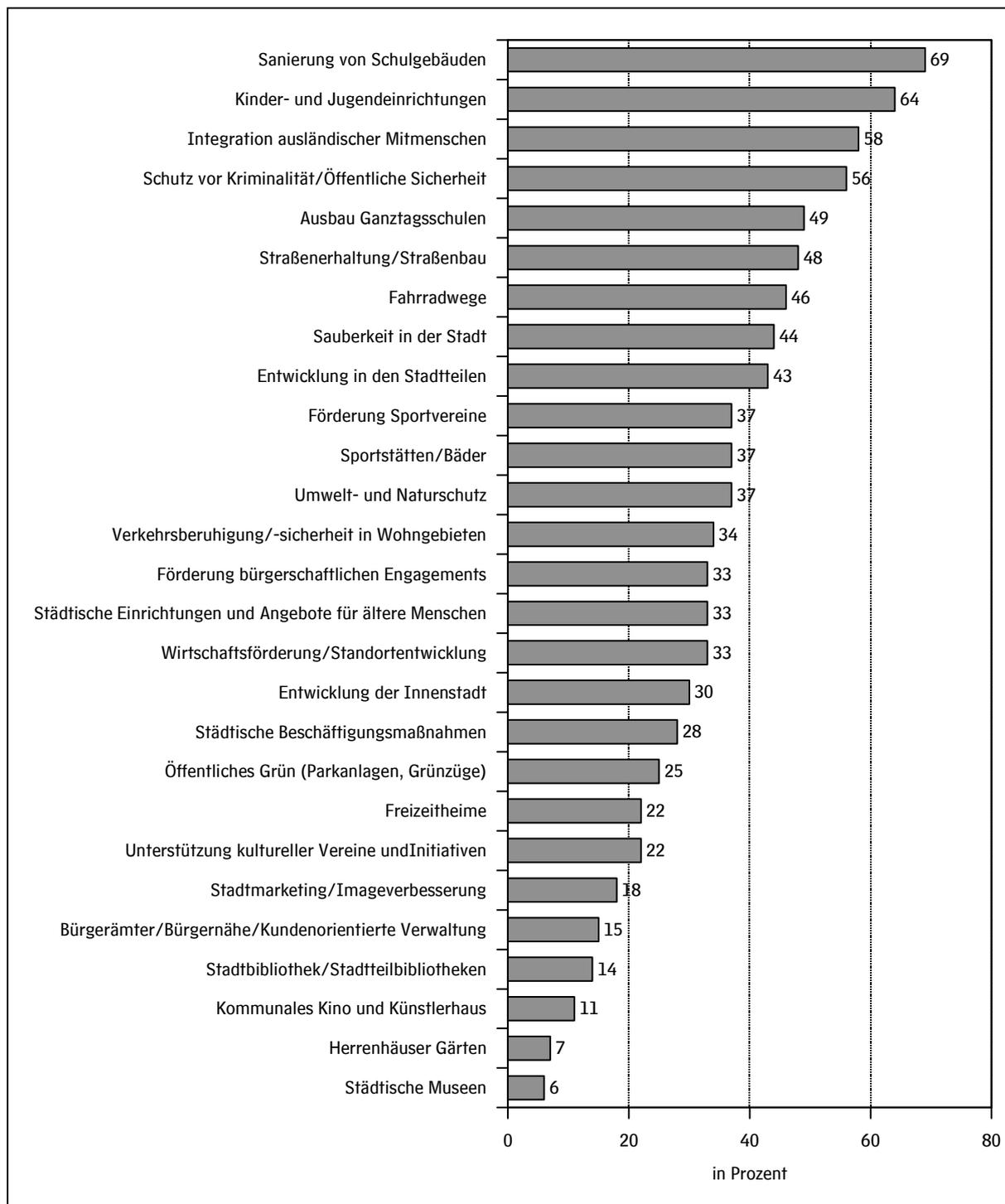
Diese Frage wurde 2002 erstmals im Rahmen der Repräsentativerhebung gestellt. Da einige der vorgegebenen Aufgabenbereiche erst später aufgenommen wurden, liegen nicht zu allen Aspekten Vergleichsdaten aus den Vorjahren vor. 2015 waren 27 Aspekte zu bewerten.

Mehraufwendungen

- ▶ In vier Bereichen befürworten deutlich mehr als 50 Prozent der Befragten Mehraufwendungen. Dabei genießt die „Sanierung von Schulen“ weiterhin besondere Priorität: 69 Prozent sind der Auffassung, dass die Stadt hierfür mehr Mittel zur Verfügung stellen sollte. An zweiter Stelle folgt der Wunsch nach „Mehraufwendungen für Kinder- und Jugendeinrichtungen“ (64 Prozent).

58 Prozent der Befragten plädieren für mehr Mittel im Bereich „Integration ausländischer Mitbürger“ und 56 Prozent wünschen dies für den Bereich „Schutz vor Kriminalität/öffentliche Sicherheit“.
- ▶ Jeweils knapp 50 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner sprechen sich für Mehraufwendungen für den „Ausbau von Ganztagschulen“ (49 Prozent) bzw. für solche beim „Straßenerhalt/Straßenneubau“ (48 Prozent) aus.
- ▶ Die deutlichsten Veränderungen gegenüber 2011 gibt es bei den Bereichen „Integration von ausländischen Mitmenschen“ (+21 Prozentpunkte gegenüber 2011) bzw. „Ausbau der Ganztagschulen“ (-13 Prozentpunkte gegenüber 2011 und sogar -33 Prozentpunkte gegenüber 2008).
- ▶ Zudem erhöht sich die Zustimmung für Mehraufwendungen für „Fahrradwege“ (+8 Prozentpunkte) und für „Sportstätten/Bäder“ (+7 Prozentpunkte).
- ▶ Seltener gegenüber 2011 plädieren die Befragten für Mehraufwendungen für „Kinder- und Jugendeinrichtungen“ (-6 Prozentpunkte) und für Freizeitheime (-4 Prozentpunkte).

Abbildung 29: Ausgabenprioritäten 2015 – Zustimmung für Mehraufwendungen
(Angaben in Prozent)



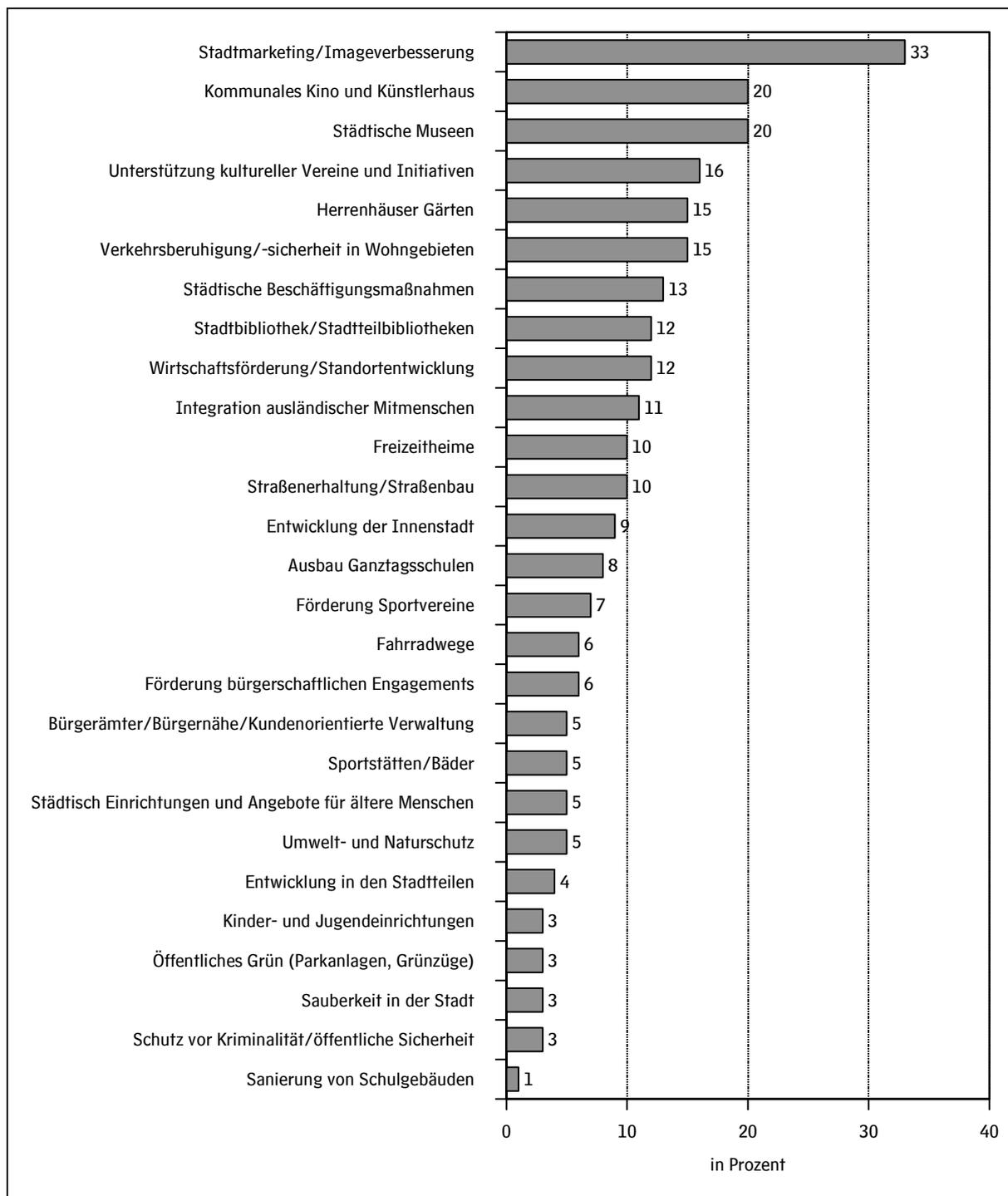
Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Leistungseinschränkungen

Die Ergebnisse zeigen auch 2015, dass es den Befragten eher schwer fällt, Leistungseinschränkungen vorzuschlagen: So liegt die höchste Zustimmung für eine Reduzierung von Leistungen bei 33 Prozent, auf alle anderen Einzelaspekte entfallen maximal 20 Prozent. Für 15 der vorgeschlagenen Maßnahmen halten weniger als 10 Prozent der Befragten eine Leistungseinschränkung für wünschenswert.

- ▶ Ebenso wie schon 2011 und 2008 wird der Aufgabenbereich „Stadtmarketing/Imageverbesserung“ am häufigsten für Einsparmaßnahmen genannt, 33 Prozent der Befragten sprechen sich für Leistungseinschränkungen in diesem Bereich aus.
- ▶ Danach findet sich die höchste Akzeptanz für Leistungseinschränkungen bei den Aspekten „Kommunales Kino/Künstlerhaus“ und „Städtische Museen“ (jeweils 20 Prozent) sowie „Unterstützung kultureller Vereine und Initiativen“ (16 Prozent).
- ▶ Zwischen 15 und 12 Prozent der Befragten können sich Leistungskürzungen im Bereich der „Herrenhäuser Gärten“, „Verkehrsberuhigung/-sicherheit in Wohngebieten“, „Städtischen Beschäftigungsmaßnahmen“, „Stadt(teil)bibliotheken“ und der „Wirtschaftsförderung/Standortentwicklung“ vorstellen.
- ▶ Weniger Befragte als 2011 sprechen sich 2015 für Leistungseinschränkungen in den Bereichen „Unterstützung kultureller Vereine und Initiativen“ (-7 Prozentpunkte), „städtische Beschäftigungsmaßnahmen“ (-7 Prozentpunkte) sowie „Integration ausländischer Mitmenschen“ (-6 Prozentpunkte) aus.

Abbildung 30: Ausgabenprioritäten 2015 – Zustimmung für Leistungseinschränkungen
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Tabelle 31: Ausgabenprioritäten 2008 bis 2015
(Angaben in Prozent)

	2008			2011			2015		
	Leistungen ein-schränken	Leistungen unverändert lassen	mehr aufwenden	Leistungen ein-schränken	Leistungen unverändert lassen	mehr aufwenden	Leistungen ein-schränken	Leistungen unverändert lassen	mehr aufwenden
	in %			in %			in %		
Ausbau Ganztagschulen	1	17	82	7	31	62	8	43	49
Entwicklung in den Stadtteilen (u.a. Plätze und Freiräume)	4	58	37	6	54	40	4	53	43
Entwicklung Innenstadt (u.a. Plätze und Freiräume)	13	58	29	10	57	33	9	61	30
Fahrradwege	8	59	34	8	55	38	6	47	46
Förderung bürgerschaftlichen Engagements	7	62	31	10	60	30	6	61	33
Förderung Sportvereine	-	-	-	8	55	36	7	56	37
Freizeitheime	-	-	-	8	66	26	10	68	22
Herrenhäuser Gärten	-	-	-	16	77	7	15	79	7
Integration ausländischer Mitmenschen	16	47	37	17	46	37	11	31	58
Kinder- und Jugendeinrichtungen (Kitas, Spielplätze, Angebote für Jugendliche)	2	34	64	2	29	70	3	33	64
Kommunales Kino und Künstlerhaus	-	-	-	24	66	10	20	69	11
Bürgerämter/Bürgernähe/Kundenorient. Verwaltung	6	72	22	5	78	16	5	81	15
Öffentliches Grün (Parkanlagen, Grünzüge)	-	-	-	5	69	26	3	72	25
Sanierung von Schulgebäuden	2	22	76	2	27	71	1	30	69
Sauberkeit in der Stadt	2	60	39	2	56	42	3	54	44
Schutz vor Kriminalität/ Öffentliche Sicherheit	2	44	55	3	41	56	3	41	56
Sportstätten/Bäder	4	66	30	5	65	30	5	58	37
Städtische Einrichtungen und Angebote für ältere Menschen	2	55	43	5	60	34	5	62	33
Stadtbibliothek/ Stadtteilbibliotheken	7	73	20	11	72	17	12	74	14
Städtische Beschäftigungsmaßnahmen ("2. Arbeitsmarkt")	-	-	-	20	50	29	13	59	28
Städtische Museen (Museum August Kestner, Historisches Museum, Sprengel Museum)	9	73	18	20	73	7	20	74	6
Stadtmarketing/ Imageverbesserung	28	48	24	34	45	21	33	49	18
Straßenerhaltung/Straßenbau	9	52	38	8	42	50	10	42	48
Umwelt- und Naturschutz	7	57	36	6	58	36	5	58	37
Unterstützung kultureller Vereine und Initiativen	-	-	-	23	59	18	16	62	22
Verkehrsberuhigung/-sicherheit in Wohngebieten	13	52	35	18	50	33	15	51	34
Wirtschaftsförderung/ Standortentwicklung	10	53	37	12	54	34	12	55	33

Quelle: Repräsentativerhebungen 2008 bis 2015

9. Verkehrsmittelwahl

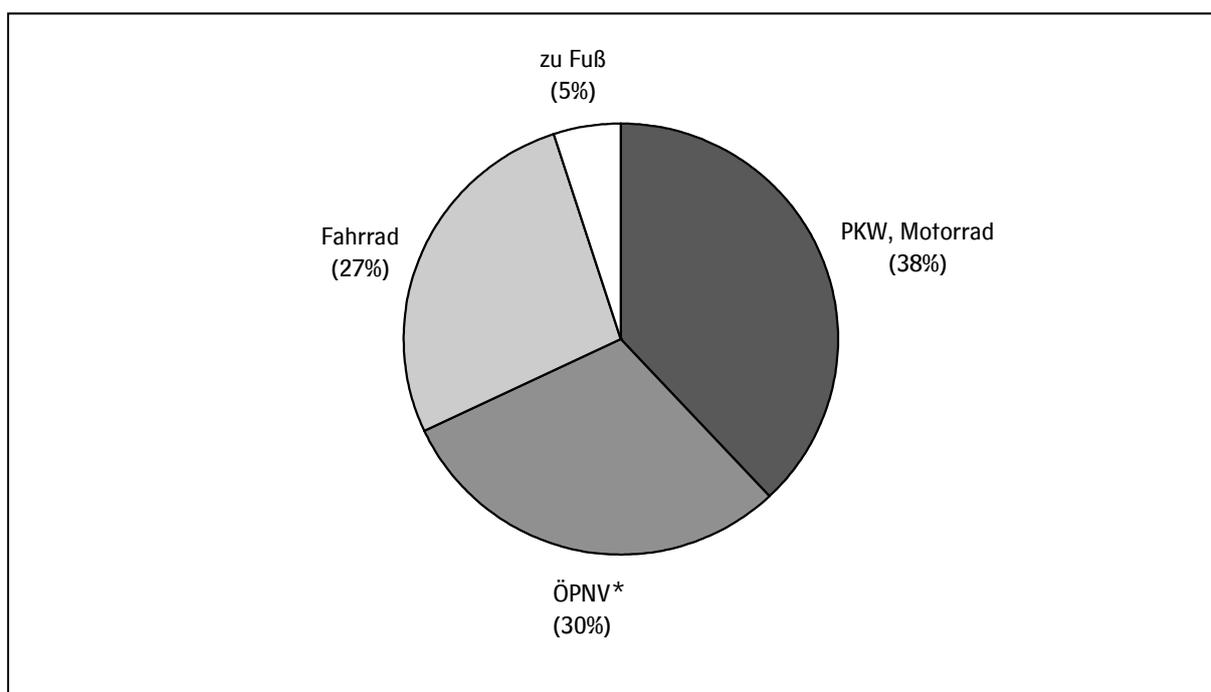
9.1 Verkehrsmittelwahl nach Anlässen

Frage: „Welches Verkehrsmittel benutzen Sie am häufigsten für folgende Wege?“

Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte

- ▶ 38 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner nutzen für den Weg zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte einen PKW oder ein Motorrad. Am zweithäufigsten (30 Prozent) benutzen die Befragten den ÖPNV für den Weg zur Arbeit/Ausbildung.
- ▶ Fast ebenso viele Einwohnerinnen und Einwohner (27 Prozent) kommen mit dem Fahrrad zur Arbeit und 5 Prozent der Befragten gehen zu Fuß zu ihrer Arbeits-/Ausbildungsstätte.

Abbildung 31: Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte 2015
(Angaben in Prozent)



* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Gegenüber der Verkehrsmittelwahl im Jahr 2011 veränderte sich kaum etwas: Die Anteile für die Nutzung von PKW/Motorrad (38 Prozent) sowie des ÖPNV (30 Prozent) blieben gleich, lediglich der Anteil der Fahrrad-Nutzerinnen und -Nutzer erhöhte sich leicht um 2 Prozentpunkte, während der Anteil derjenigen, die zu Fuß zur Arbeits-/Ausbildungsstelle kommen, sich leicht um 1 Prozentpunkt verringerte.
- ▶ Die Analyse der langfristigen Entwicklung seit 1999 zeigt, dass sich seitdem vor allem der Anteil derjenigen, die mit Auto oder Motorrad zur Arbeit oder Ausbildung fahren, deutlich um 7 Prozentpunkte von 45 Prozent auf 38 Prozent verringerte.
- ▶ Zugleich erhöhte sich seit 1999 der Anteil der Fahrradfahrerinnen und -fahrer um 5 Prozentpunkte von 22 Prozent auf 27 Prozent und der Nutzerinnen und Nutzer des ÖPNV um 3 Prozentpunkte von 27 Prozent auf 30 Prozent.

Tabelle 32: Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte 1999, 2008, 2011 und 2015 (Angaben in Prozent)

	1999	2008	2011	2015
	in %			
PKW, Motorrad	45	40	38	38
ÖPNV*	27	32	30	30
Fahrrad	22	22	25	27
zu Fuß	6	6	6	5
Insgesamt	100	100	100	100

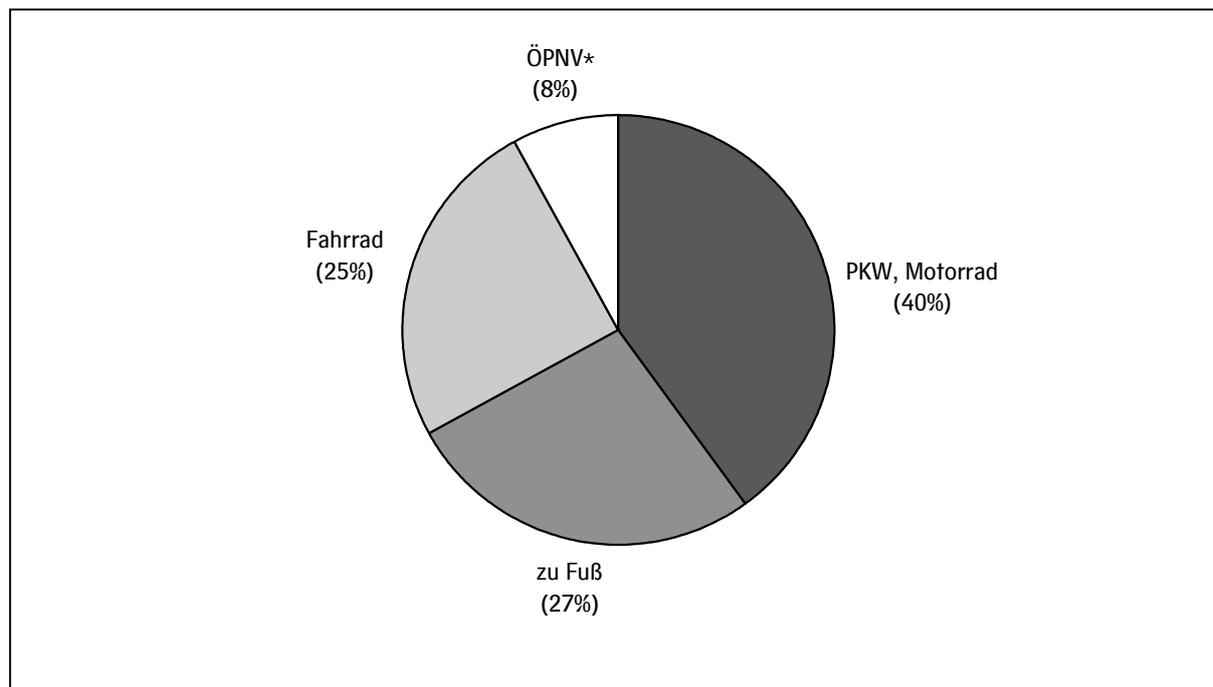
* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999, 2008, 2011 und 2015

Verkehrsmittelwahl für Einkäufe/Besorgungen

- ▶ Für Einkäufe und Besorgungen wird 2015 am häufigsten (40 Prozent) ein Auto bzw. ein Motorrad genutzt.
- ▶ Jeweils etwa ein Viertel aller Befragten erledigen den Einkauf mit dem Fahrrad (25 Prozent) bzw. zu Fuß (27 Prozent).
- ▶ Der Anteil der ÖPNV-Nutzerinnen und -Nutzer für Einkäufe/Besorgungen liegt bei 8 Prozent.

Abbildung 32: Verkehrsmittelwahl für Einkäufe/Besorgungen 2015
(Angaben in Prozent)



* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Gegenüber 2011 blieben die Anteile derjenigen, die ihre Einkäufe mit dem PKW/Motorrad (40 bzw. 41 Prozent) bzw. mit dem Fahrrad erledigen (25 Prozent), gleich.
- ▶ Der Anteil derjenigen, die den ÖPNV für einen Einkauf nutzen, verringerte sich gegenüber 2011 leicht um 2 Prozentpunkte von 10 auf 8 Prozent, während gegenüber 2011 mehr Einwohnerinnen und Einwohner (+4 Prozentpunkte von 23 auf 27 Prozent) ihre Einkäufe und Besorgungen zu Fuß erledigten.
- ▶ Die langfristige Entwicklung seit 1999 zeigt, dass die Nutzung von PKW/Motorrad zum Einkaufen über die Jahre fast gleich geblieben ist (39 bzw. 40 Prozent).
- ▶ Dagegen wird vor allem der ÖPNV deutlich seltener (-14 Prozentpunkte, von 22 auf 8 Prozent) zum Einkaufen genutzt, die Befragten nutzen dafür häufiger das Fahrrad oder erledigen die Einkäufe zu Fuß. Gegenüber 1999 erhöht sich der Anteil derjenigen, die ihre Einkäufe mit dem Fahrrad (+6 Prozentpunkte von 19 auf 25 Prozent) oder zu Fuß (+7 Prozentpunkte, von 20 auf 27 Prozent) erledigen.

Tabelle 33: Verkehrsmittelwahl für Einkäufe/Besorgungen 1999, 2008, 2011 und 2015
(Angaben in Prozent)

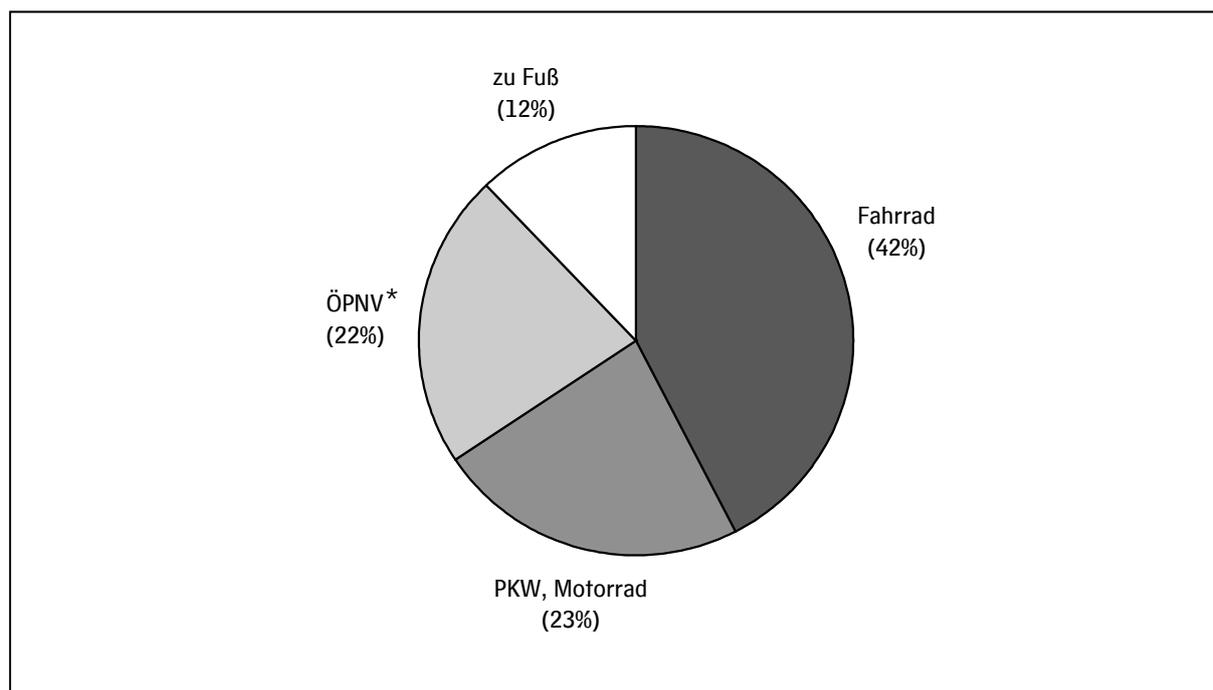
	1999	2008	2011	2015
	in %			
PKW, Motorrad	39	38	41	40
ÖPNV*	22	15	10	8
Fahrrad	19	23	25	25
zu Fuß	20	23	23	27
Insgesamt	100	99	100	100

* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999, 2008, 2011 und 2015

Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten

Abbildung 33: Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten 2015
(Angaben in Prozent)



* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Die Verkehrsmittelnutzung in der Freizeit bzw. für Freizeitaktivitäten unterscheidet sich deutlich von der Verkehrsmittelwahl für den Arbeitsweg und für Einkäufe/Besorgungen: Für Freizeitaktivitäten wird 2015 mit deutlichem Abstand am häufigsten (42 Prozent) das Fahrrad genutzt.
- ▶ Erst danach folgen mit fast gleichen Anteilen PKW/Motorrad (23 Prozent) bzw. der ÖPNV (22 Prozent). 12 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner legen ihre Wege in der Freizeit bzw. bei Freizeitaktivitäten zu Fuß zurück.
- ▶ Gegenüber 2011 erhöhte sich der Anteil derjenigen, die für Freizeitaktivitäten oder Wege zu Freizeitaktivitäten ein Fahrrad benutzen, um 3 Prozentpunkte von 39 auf 42 Prozent.
- ▶ Dagegen verminderte sich der Anteil der PKW-/Motorrad-Nutzerinnen und -Nutzer um 4 Prozentpunkte von 27 auf 23 Prozent.
- ▶ Der langfristige Trend seit 1999 zeigt sehr deutlich, dass sich vor allem die PKW-Nutzung in der Freizeit verringerte (-15 Prozentpunkte), während die Nutzung des Fahrrades (+9 Prozentpunkte) und des ÖPNV zugleich zunahm (+5 Prozentpunkte).

Tabelle 34: Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten 1999, 2008, 2011 und 2015
(Angaben in Prozent)

	1999	2008	2011	2015
	in %			
PKW, Motorrad	38	27	27	23
ÖPNV*	17	25	22	22
Fahrrad	33	36	39	42
zu Fuß	12	12	11	12
Insgesamt	100	100	100	100

* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999, 2008, 2011 und 2015

9.2 Bewertungen zu einzelnen Aspekten der Verkehrsmittelwahl nach Anlässen

Frage: „Welche Aspekte sind für Sie persönlich besonders wichtig bei der Wahl des Verkehrsmittel für den Weg zur Arbeit, zum Einkaufen und in der Freizeit?“

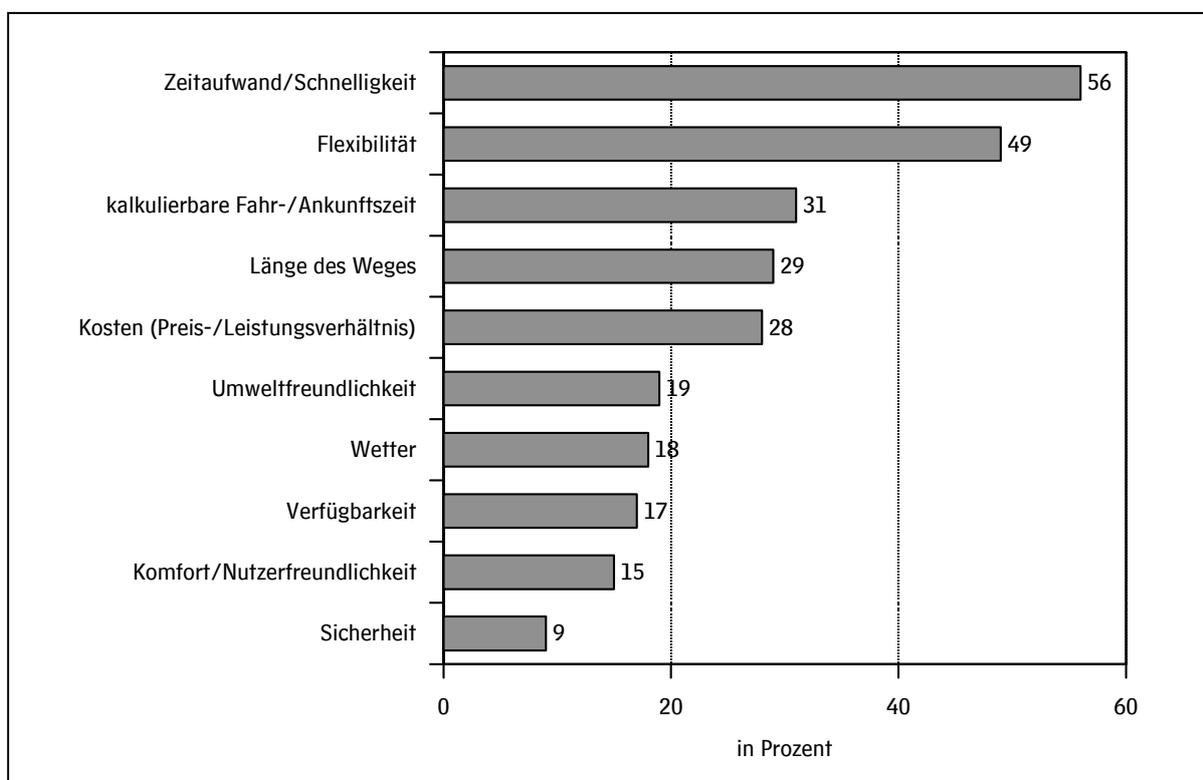
Diese Frage wurde erstmals im Rahmen der Repräsentativerhebung 2015 gestellt. Dabei waren für die Wege zur Arbeit, zum Einkaufen und in der Freizeit jeweils 10 Aspekte vorgegeben und die Befragten wurden gebeten, die (maximal 3) für sie wichtigsten Aspekte für die Wahl eines Verkehrsmittels anzugeben. Somit beziehen sich die nachfolgenden Ergebnisse auf Mehrfachantworten.

Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte

- ▶ Bei der Auswahl des Verkehrsmittels für den Weg zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte sind „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (56 Prozent) sowie „Flexibilität“ (49 Prozent) mit Abstand die wichtigsten Kriterien.
- ▶ Jeweils etwa 30 Prozent aller Befragten geben an, dass die „kalkulierbare Fahr-/Ankunftszeit“ (31 Prozent), die „Länge des Weges“ (29 Prozent) sowie die „Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis“ (28 Prozent) bei der Wahl des Verkehrsmittels für sie wichtig sind.
- ▶ Für jeweils knapp ein Fünftel aller Einwohnerinnen und Einwohner sind die „Umweltfreundlichkeit“ (19 Prozent), das „Wetter“ (18 Prozent) sowie die „Verfügbarkeit“ (17 Prozent) für die Verkehrsmittelwahl für den Arbeitsweg von Bedeutung.

Abbildung 34: Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Bei der Differenzierung der genannten Aspekte für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte nach dem von den Befragten für diesen Weg am häufigsten genutzten Verkehrsmittel zeigen sich Unterschiede:

- ▶ So sind für die Befragten, die den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte am häufigsten mit dem PKW oder Motorrad zurücklegen, „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (67 Prozent, Durchschnitt: 56 Prozent) sowie „Flexibilität“ (65 Prozent, Durchschnitt: 49 Prozent) deutlich wichtiger als dem Durchschnitt aller Befragten. Zugleich sind für diese Gruppe die Aspekte „Umweltfreundlichkeit“ (1 Prozent, Durchschnitt: 19 Prozent) sowie „Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis)“ (13 Prozent, Durchschnitt: 28 Prozent) eher unbedeutend.
- ▶ Auch für diejenigen, die mit dem ÖPNV zur Arbeit kommen, ist „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (54 Prozent, Durchschnitt: 56 Prozent) am wichtigsten für die Wahl des Verkehrsmittels. Die Aspekte „Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis)“ (43 Prozent, Durchschnitt: 28 Prozent) sowie „kalkulierbare Fahr-/Ankunftszeit“ (43 Prozent, Durchschnitt: 31 Prozent) spielen für diese Gruppe eine überdurchschnittliche Rolle, zugleich legt diese Gruppe deutlich weniger Wert auf „Flexibilität“ (30 Prozent, Durchschnitt: 49 Prozent).
- ▶ „Flexibilität“ (50 Prozent) sowie „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (48 Prozent) sind auch für Fahrradfahrerinnen und -fahrer auf dem Weg zur Arbeit/Ausbildung am wichtigsten bei der Wahl ihres Fortbewegungsmittels. Im Gegensatz zum Durchschnitt aller Befragten ist für diese Gruppe auch die „Umweltfreundlichkeit“ bedeutsam (44 Prozent, Durchschnitt: 19 Prozent), während Fahrrad-

fahrerinnen und -fahrer zugleich weniger Wert auf „Komfort/Nutzerfreundlichkeit“ (5 Prozent, Durchschnitt: 15 Prozent) legen.

- ▶ Für Befragte, die ihre Arbeits-/Ausbildungsstätte zu Fuß aufsuchen, ist die „Länge des Weges“ (55 Prozent, Durchschnitt: 29 Prozent) das wichtigste Kriterium bei der Wahl des Verkehrsmittels. Danach sind auch für Fußgängerinnen und Fußgänger die Aspekte „Flexibilität“ (52 Prozent) sowie „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (52 Prozent) am wesentlichsten.

Tabelle 35: Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte nach dem am häufigsten genutzten Verkehrsmittel 2015 (Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	Insgesamt	PKW, Motorrad	ÖPNV*	Fahrrad	zu Fuß
	in %				
Zeitaufwand/Schnelligkeit	56	67	54	48	52
Flexibilität	49	65	30	50	52
kalkulierbare Fahr-/Ankunftszeit	31	28	43	24	19
Länge des Weges	29	28	26	31	55
Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis)	28	13	43	33	23
Umweltfreundlichkeit	19	1	19	44	19
Wetter	18	19	12	24	7
Verfügbarkeit	17	21	20	12	0
Komfort/Nutzerfreundlichkeit	15	23	18	5	10
Sicherheit	9	9	8	8	16

* Stadtbahn, Bus, Bahn

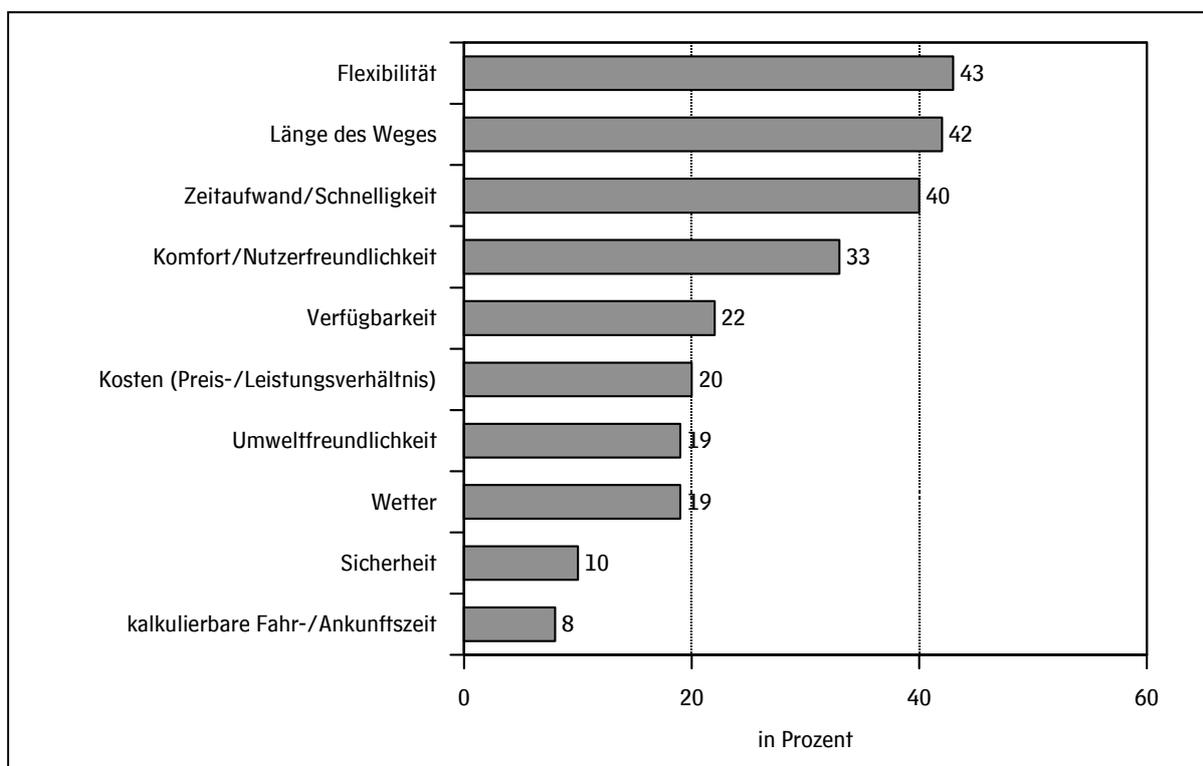
Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Verkehrsmittelwahl für Einkäufe/Besorgungen

- ▶ Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für Einkäufe/Besorgungen sind:
 - „Flexibilität“ (43 Prozent)
 - „Länge des Weges“ (42 Prozent) sowie
 - „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (40 Prozent)
- ▶ Für jede(n) dritten Befragte(n) spielt der „Komfort/Nutzerfreundlichkeit“ eine große Rolle und jeweils ca. ein Fünftel aller Einwohnerinnen und Einwohner gibt an, dass für sie die „Verfügbarkeit“ (22 Prozent), die „Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis)“ (20 Prozent), die „Umweltfreundlichkeit“ (19 Prozent) sowie das „Wetter“ (19 Prozent) sehr bedeutend sind.

Abbildung 35: Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für den Weg zum Einkaufen/für Besorgungen 2015

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Für die Gruppe derjenigen Einwohnerinnen und Einwohner, die für Einkäufe und Besorgungen am häufigsten einen PKW oder Motorrad benutzen, sind die Aspekte „Komfort/Nutzerfreundlichkeit“ (55 Prozent, Durchschnitt: 33 Prozent), „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (49 Prozent, Durchschnitt: 40 Prozent) sowie „Flexibilität“ (48 Prozent, Durchschnitt: 43 Prozent) besonders wichtig. Hingegen sind für diese Gruppe die Aspekte „Umweltfreundlichkeit“ (3 Prozent, Durchschnitt: 19 Prozent) sowie „Länge des Weges“ (31 Prozent, Durchschnitt: 42 Prozent) eher unwichtig.
- ▶ Für Einwohnerinnen und Einwohner, die ihre Einkäufe am häufigsten mit dem ÖPNV erledigen, ist „Flexibilität“ (46 Prozent, Durchschnitt: 43 Prozent) am wichtigsten. Im Vergleich zum Durchschnitt haben die Aspekte „Sicherheit“ (22 Prozent, Durchschnitt: 10 Prozent) sowie „kalkulierbare Fahr-/Ankunftszeit“ (16 Prozent, Durchschnitt: 8 Prozent) eine überdurchschnittlich große Bedeutung. Dagegen weist diese Gruppe dem Aspekt „Umweltfreundlichkeit“ (7 Prozent, Durchschnitt: 19 Prozent) eine eher unterdurchschnittliche Wichtigkeit zu.
- ▶ Auch Fahrradfahrerinnen und -fahrer schätzen die „Flexibilität“ (47 Prozent, Durchschnitt: 43 Prozent) ihres Verkehrsmittels. Danach ist für diese Gruppe die „Länge des Weges“ (44 Prozent, Durchschnitt: 42 Prozent) am bedeutsamsten. Zudem haben die Aspekte „Umweltfreundlichkeit“ (38 Prozent, Durchschnitt: 19 Prozent) sowie „Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis)“ (30 Prozent, Durchschnitt: 20 Prozent) für diese Gruppe eine überdurchschnittliche Bedeutung.

- Für Fußgängerinnen und Fußgänger ist die „Länge des Weges“ am entscheidendsten für die Wahl des Verkehrsmittels (56 Prozent, Durchschnitt: 42 Prozent). „Komfort/Nutzerfreundlichkeit“ (22 Prozent, Durchschnitt: 33 Prozent) sowie „Flexibilität“ (33 Prozent, Durchschnitt: 43 Prozent) spielen für diese Gruppe nur eine untergeordnete Rolle

Tabelle 36: Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für den Weg zum Einkaufen/für Besorgungen nach dem am häufigsten genutzten Verkehrsmittel 2015
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	Insgesamt	PKW, Motorrad	ÖPNV*	Fahrrad	zu Fuß
	in %				
Flexibilität	43	48	46	47	33
Länge des Weges	42	31	36	44	56
Zeitaufwand/Schnelligkeit	40	49	31	36	34
Komfort/Nutzerfreundlichkeit	33	55	30	14	22
Verfügbarkeit	22	26	29	15	20
Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis)	20	11	26	30	22
Umweltfreundlichkeit	19	3	7	38	27
Wetter	19	20	13	19	20
Sicherheit	10	7	22	11	7
kalkulierbare Fahr-/Ankunftszeit	8	7	16	5	9

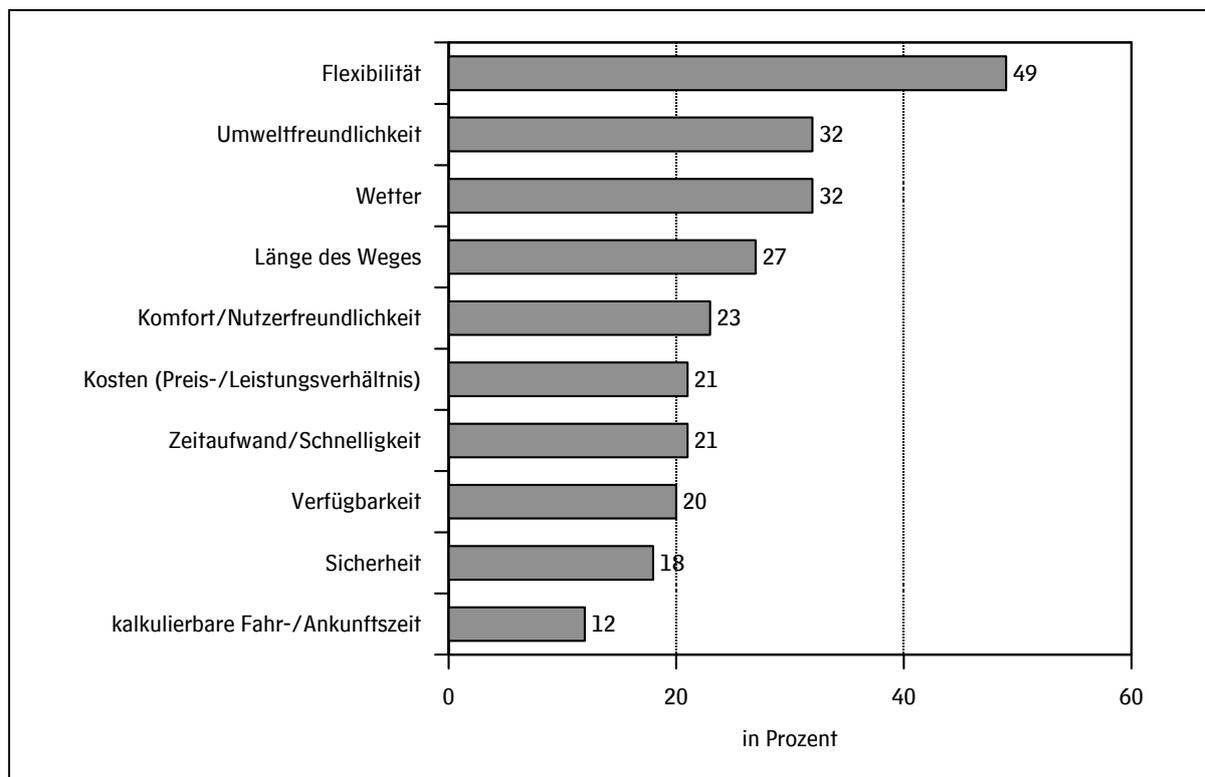
* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten

- Bei der Wahl des Verkehrsmittels für Wege in der Freizeit bzw. bei Freizeitaktivitäten zeigt sich ein etwas anderes Bild gegenüber der Verkehrsmittelwahl für den Arbeitsweg bzw. den Weg zum Einkaufen: Zwar ist „Flexibilität“ (49 Prozent) auch hier ein wichtiger Aspekt bei der Verkehrsmittelwahl, danach folgen aber die Aspekte „Umweltfreundlichkeit“ sowie „Wetter“ mit Anteilen von jeweils 32 Prozent.
- Für 27 Prozent der Befragten ist die „Länge des Weges“ und für 23 Prozent der „Komfort“ entscheidend. Für jeweils etwa ein Fünftel der Einwohnerinnen und Einwohner spielen die „Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis)“ und der „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (jeweils 21 Prozent) sowie die „Verfügbarkeit“ (20 Prozent) eine große Rolle bei der Wahl des Verkehrsmittels.

Abbildung 36: Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für Freizeitaktivitäten 2015 (Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Für Pkw/Motorrad-Nutzerinnen und Nutzer ist die „Flexibilität“ (56 Prozent, Durchschnitt: 49 Prozent) am wichtigsten. Im Vergleich zum Durchschnitt sind dieser Gruppe der „Komfort“ (35 Prozent, Durchschnitt: 23 Prozent) sowie der „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (31 Prozent, Durchschnitt: 21 Prozent) überdurchschnittlich wichtig. Dagegen spielt die „Umweltfreundlichkeit“ (11 Prozent, Durchschnitt: 32 Prozent) für diese Gruppe nur eine unbedeutende Rolle.
- ▶ Auch für ÖPNV-Nutzerinnen und -Nutzer ist die „Flexibilität“ (39 Prozent, Durchschnitt: 49 Prozent) bei der Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten am wichtigsten. Danach setzt diese Gruppe aber andere Schwerpunkte: Für diese Gruppe sind die Aspekte „Verfügbarkeit“ (31 Prozent, Durchschnitt: 20 Prozent) sowie „Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis)“ (29 Prozent, Durchschnitt: 21 Prozent) überdurchschnittlich wichtig.
- ▶ Die „Flexibilität“ ist auch für Fahrradfahrerinnen und -fahrer am wichtigsten (53 Prozent, Durchschnitt: 49 Prozent). Daneben spielt die „Umweltfreundlichkeit“ (48 Prozent, Durchschnitt: 32 Prozent) ein fast ebenso große Rolle. Der „Komfort“ ist dieser Gruppe dagegen eher unwichtig (15 Prozent, Durchschnitt: 23 Prozent).
- ▶ Fußgängerinnen und -gänger ist die „Umweltfreundlichkeit“ bei der Wahl des Verkehrsmittels für Freizeitaktivitäten wichtiger (40 Prozent, Durchschnitt: 32 Prozent) als dem Durchschnitt aller Befragten, „Zeitaufwand/Schnelligkeit“ (13 Prozent, Durchschnitt: 21 Prozent), „Verfügbarkeit“ (7 Prozent, Durchschnitt 20 Prozent) und „kalkulierbare Fahr-/Ankunftszeit“ (6 Prozent, Durchschnitt 12 Prozent) haben für diese Gruppe dagegen eher eine geringere Bedeutung

Tabelle 37: Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für Freizeitaktivitäten nach dem am häufigsten genutzten Verkehrsmittel 2015
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	Insgesamt	PKW, Motorrad	ÖPNV*	Fahrrad	zu Fuß
	in %				
Flexibilität	49	56	39	53	42
Umweltfreundlichkeit	32	11	21	48	40
Wetter	32	29	26	37	36
Länge des Weges	27	34	27	25	30
Komfort/Nutzerfreundlichkeit	23	35	23	15	21
Kosten (Preis-/Leistungsverhältnis)	21	13	29	23	18
Zeitaufwand/Schnelligkeit	21	31	26	15	13
Verfügbarkeit	20	20	31	16	7
Sicherheit	18	14	21	14	21
kalkulierbare Fahr-/Ankunftszeit	12	13	20	7	6

* Stadtbahn, Bus, Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

9.3 Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel/MobilCard-Besitz

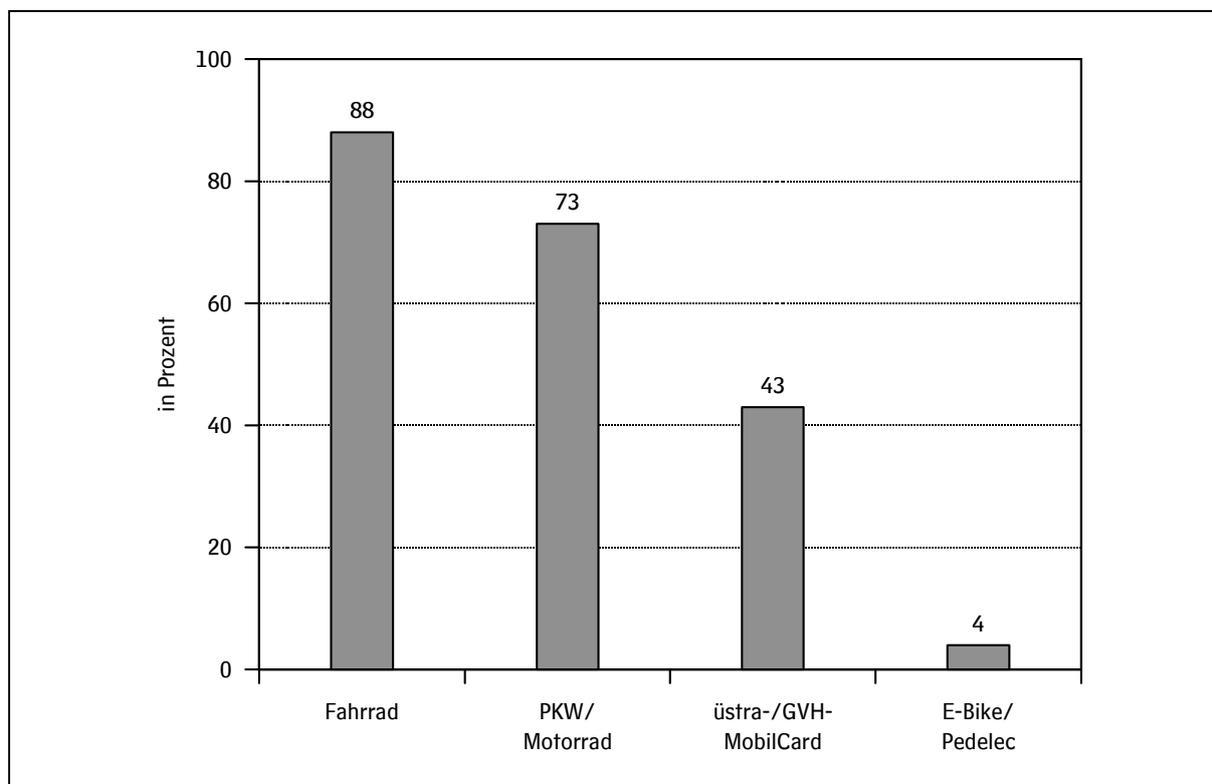
Frage: „Steht Ihnen in Ihrem Haushalt zu Ihrer Nutzung folgendes zur Verfügung?“

Diese Frage wurde 2015 erstmals in die Repräsentativerhebung aufgenommen. Gefragt wurde nach den im Haushalt zur Nutzung bereit stehenden Verkehrsmitteln. Vorgegeben wurden die Kategorien „Fahrrad“, „E-Bike/Pedelec“, „PKW/Motorrad“ und „üstra-/GVH-MobilCard“. Im Rahmen der Befragung wurden die Befragten gebeten anzugeben, welche dieser Verkehrsmittel im Haushalt vorhanden sind, die genaue Anzahl der vorhandenen Verkehrsmittel wurde jedoch nicht abgefragt. Aus diesem Grunde können in Haushalten, die angaben, z. B. einen „PKW“ oder ein „Fahrrad“ zur Verfügung zu haben, auch mehrere „PKWs“ bzw. mehrere „Fahrräder“ zur Verfügung stehen.

- In 88 Prozent aller Haushalte gibt es ein „Fahrrad“, 73 Prozent verfügen über einen „PKW“ oder ein „Motorrad“ und 43 Prozent über eine „üstra- oder GVH-Mobilcard“. 4 Prozent aller Befragten steht ein „E-Bike“ oder ein „Pedelec“ im Haushalt zur Verfügung.

Abbildung 37: Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel/MobilCard-Besitz 2015

(Angaben in Prozent)

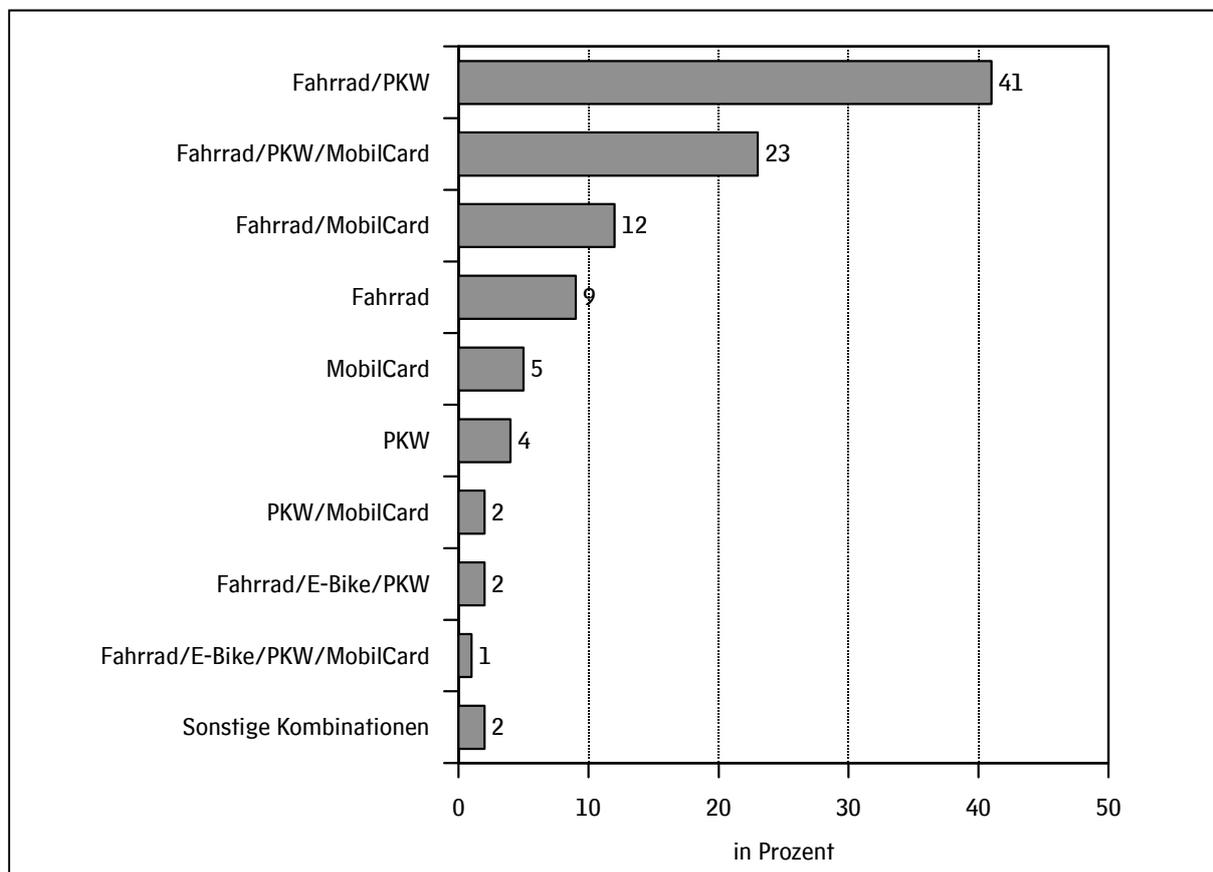


Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- In 18 Prozent der Haushalte gibt es nur ein Verkehrsmittel, 56 Prozent aller Haushalte verfügen über zwei Verkehrsmittel und 25 Prozent über drei Verkehrsmittel.

- ▶ Knapp ein Prozent aller Haushalte hat die Wahl zwischen vier Verkehrsmitteln („Fahrrad“, „E-Bike/ Pedelec“, „PKW/Motorrad“, „üstra-/GVH-MobilCard“).

Abbildung 38: Kombinationen der im Haushalt vorhandenen Verkehrsmittel/MobilCard-Besitz* 2015 (Angaben in Prozent)



* Kategorie PKW incl. Motorrad; Kategorie E-Bike incl. Pedelec; Kategorie Mobilcard: üstra-/GVH-MobilCard

Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ Die am häufigsten in allen Haushalten vorhandene Kombination an Verkehrsmitteln besteht aus „Fahrrad“ und „PKW/Motorrad“, in 41 Prozent aller Haushalte sind beide Verkehrsmittel vorhanden.
- ▶ Knapp ein Viertel (23 Prozent) aller Haushalte haben nicht nur ein „Fahrrad“ und einen „PKW“ oder ein „Motorrad“ zur Verfügung, sondern zusätzlich noch eine „üstra-/GVH-MobilCard“.
- ▶ 12 Prozent aller Haushalte können über ein „Fahrrad“ und eine „üstra-/GVH-MobilCard“ verfügen.
- ▶ 18 Prozent aller Haushalte haben nur ein Verkehrsmittel im Haushalt zur Verfügung, darunter 9 Prozent ein „Fahrrad“, 5 Prozent eine „üstra-/GVH-MobilCard“ und 4 Prozent einen „PKW“ oder ein „Motorrad“.
- ▶ 2 Prozent der Haushalte besitzen einen „PKW“ oder ein „Motorrad“ und eine „üstra-/GVH-MobilCard“, weiteren 2 Prozent stehen ein „Fahrrad“, ein „E-Bike/Pedelec“ und ein „PKW“ oder „Motorrad“ zur Verfügung.

10. Bewertungen zum Thema Fahrradfahren in der Innenstadt

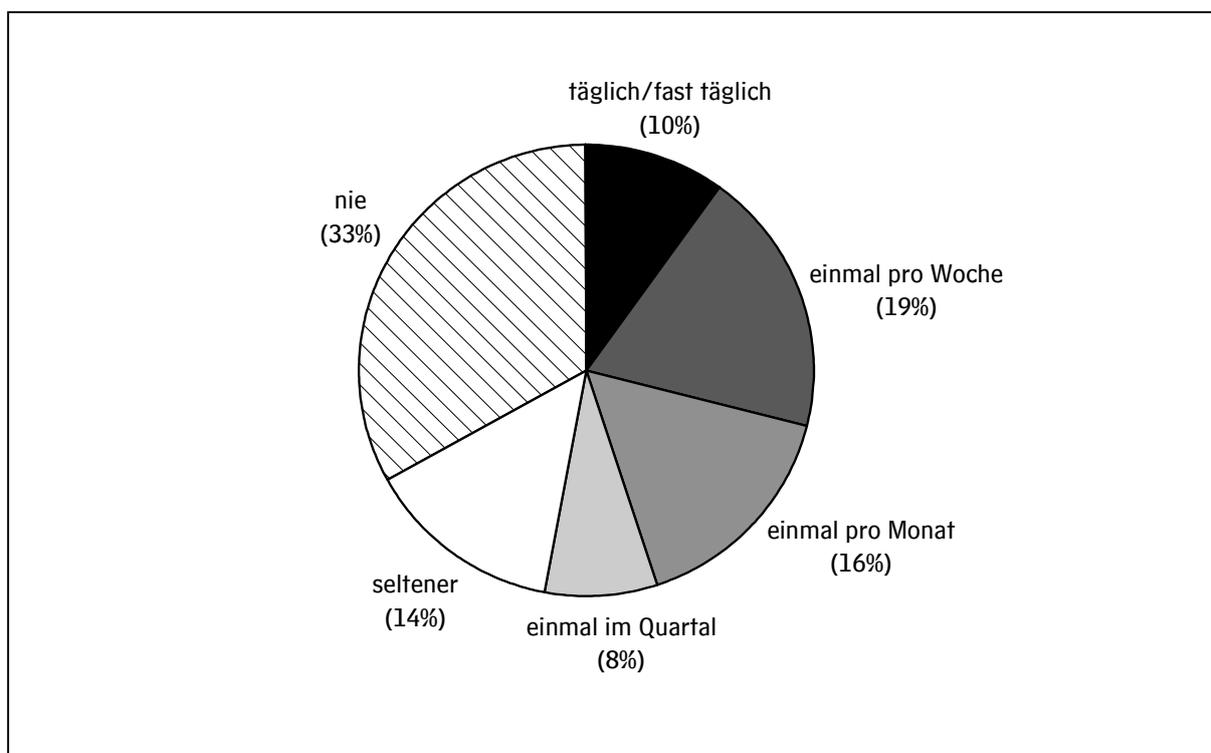
10.1 Häufigkeit der Fahrradnutzung beim Besuch oder der Durchquerung der Innenstadt

Frage: „Wie häufig sind Sie mit dem Fahrrad in der Innenstadt unterwegs?“

Diese und die nachfolgenden Fragen zum Thema „Fahrradfahren in der Innenstadt“ wurden erstmals im Rahmen der Repräsentativerhebung 2015 gestellt, es liegen keine Vergleichsdaten aus den Vorjahren vor.

Im Gegensatz zu den Fragen nach den beim letzten Innenstadtbesuch benutzten Verkehrsmitteln und der Häufigkeit des Innenstadtbesuches (Kapitel 5.4 und 5.5) ist bei den Ergebnissen zu den nachfolgenden Fragen zu berücksichtigen, dass die Innenstadt nicht zwingend Ziel- und/oder Startpunkt der Fahrt darstellt, sondern möglicherweise lediglich auf dem Weg zu einem anderen Ziel durchquert wird.

Abbildung 39: Häufigkeit der Fahrradnutzung beim Besuch oder der Durchquerung der Innenstadt 2015 (Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- ▶ 29 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner sind mindestens einmal pro Woche mit dem Fahrrad in der Innenstadt unterwegs, darunter 10 Prozent täglich.
- ▶ 16 Prozent kommen einmal im Monat und 8 Prozent einmal im Quartal mit dem Fahrrad in die Innenstadt oder durchqueren sie.
- ▶ 14 Prozent aller Einwohnerinnen und Einwohner sind seltener als einmal im Quartal mit dem Fahrrad in der Innenstadt unterwegs, ein Drittel aller Befragten nutzt das Fahrrad nie, um in die Innenstadt zu gelangen oder sie zu durchqueren.

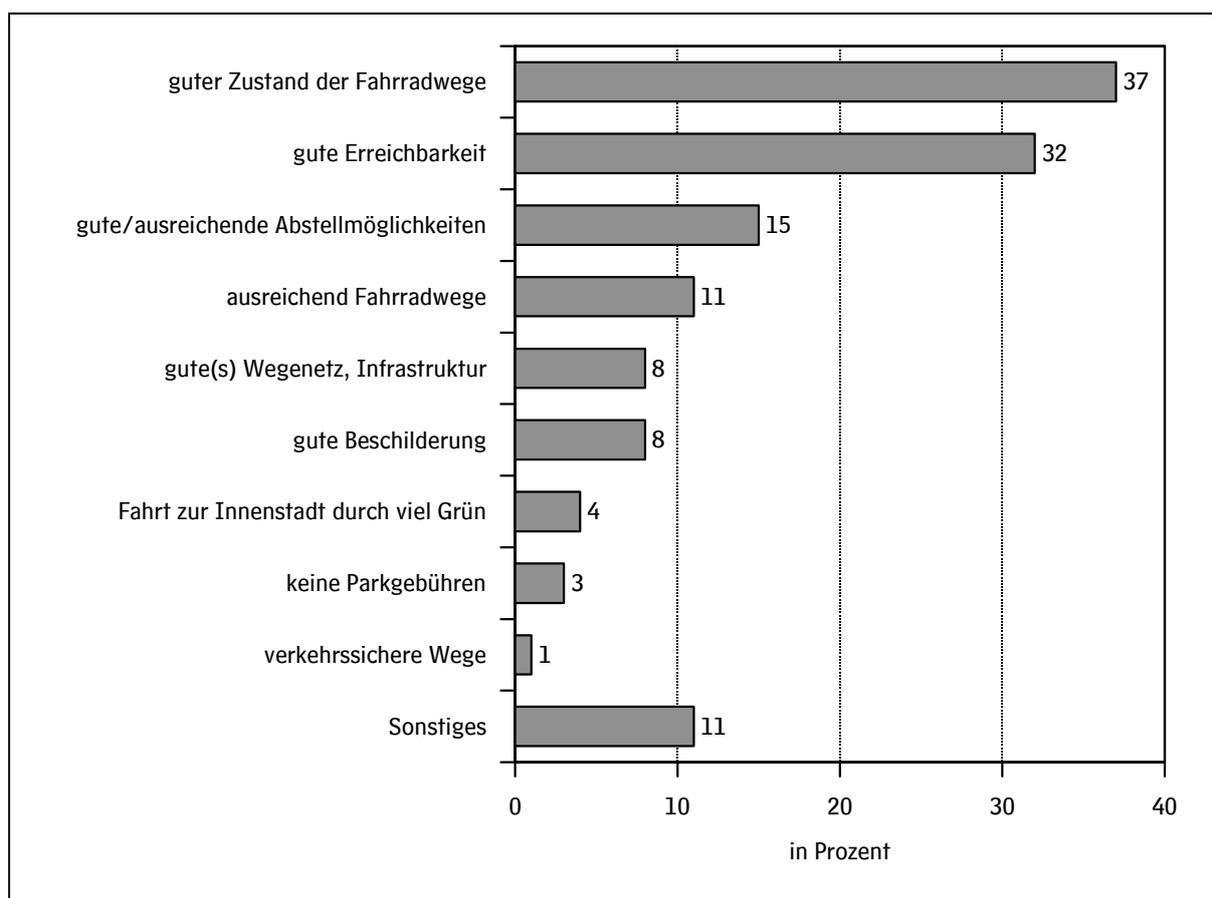
10.2 Beurteilung der Situation für Fahrradfahrerinnen und -fahrer in der Innenstadt

Frage: „Das gefällt mir als FahrradfahrerIn an der Innenstadt“

Bei den beiden nachfolgenden Fragen waren keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben, inhaltlich ähnlich lautende Antworten wurden im Rahmen der Auswertung zu thematischen Schwerpunkten gebündelt. Zudem waren zu diesen Fragen Mehrfachantworten möglich. Berücksichtigt wurden nur die Antworten von Befragten, die zumindest gelegentlich die Innenstadt mit dem Fahrrad besuchen oder durchqueren.

Abbildung 40: Vorteile der Innenstadt für Fahrradfahrerinnen und -fahrer 2015

(Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die zumindest gelegentlich die Innenstadt mit dem Fahrrad besuchen oder durchqueren)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

- Gut ein Drittel (37 Prozent) aller Fahrradfahrerinnen und -fahrer, die zumindest gelegentlich die Innenstadt mit dem Fahrrad besuchen oder durchqueren, nennt den „guten Zustand der Fahrradwege“ als positiven Aspekt für Fahrradfahrerinnen und -fahrer und knapp ein Drittel (32 Prozent)

der Befragten thematisiert die „gute Erreichbarkeit“ der Innenstadt mit dem Fahrrad (u. a. genannt: „Man kommt schnell von A nach B“, „alles ist schnell erreichbar“).

- ▶ 15 Prozent sprechen „gute/ausreichende Abstellmöglichkeiten“ für die Fahrräder an und 11 Prozent den Aspekt „ausreichend Fahrradwege“.
- ▶ Jeweils 8 Prozent aller Fahrradfahrerinnen und -fahrer nennen ein „gute(s) Wegenetz/Infrastruktur“ (u. a. genannt: „Fahrradvorfahrtsstraßen“) sowie eine „gute Beschilderung“ als Vorteile der Innenstadt.
- ▶ 4 Prozent aller Befragten sprechen an, dass die Fahrt in die Innenstadt bzw. durch die Innenstadt „durch viel Grün“ führt (u. a. genannt: „Nähe zur Eilenriede“) und 3 Prozent, dass „keine Parkgebühren“ zu entrichten sind.

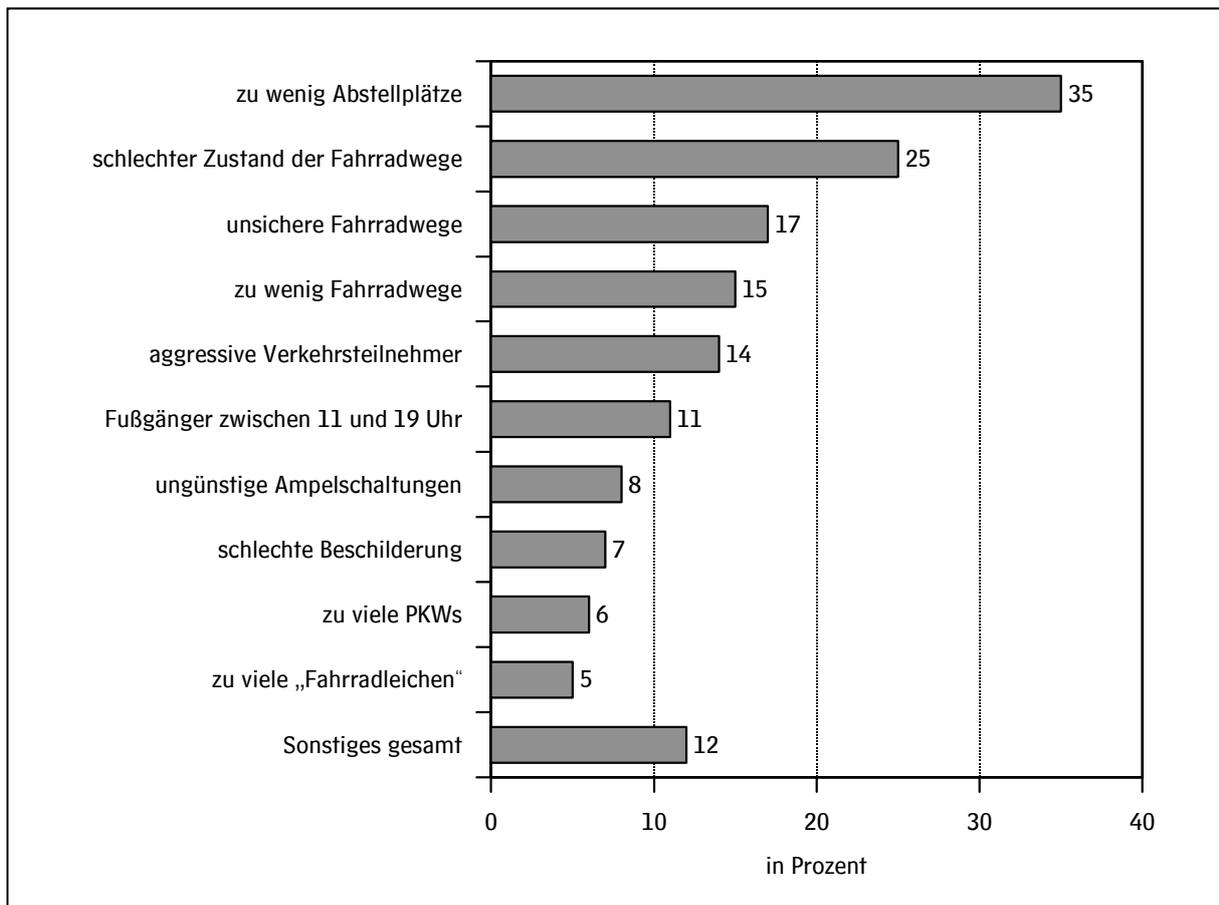
Frage: „Das gefällt mir als FahrradfahrerIn an der Innenstadt nicht“

Auf die Frage nach den negativen Aspekten der Innenstadt geben die befragten Fahrradfahrerinnen und -fahrer im Durchschnitt etwas mehr Antworten (1,6 Nennungen) als auf die Frage nach den positiven Aspekten (1,3).

- ▶ Gut ein Drittel (35 Prozent) aller Fahrradfahrerinnen und -fahrer kritisiert, dass in der Innenstadt „zu wenig Abstellplätze“ zur Verfügung stehen und ein Viertel spricht den „schlechten Zustand der Fahrradwege“ als negativen Aspekt an.
- ▶ Weitere 17 Prozent aller Befragten beanstanden „unsichere Fahrradwege“ und 15 Prozent „zu wenig Fahrradwege“.
- ▶ 14 Prozent der Fahrradfahrerinnen und -fahrer fühlen sich durch „aggressive Verkehrsteilnehmer“ beeinträchtigt, wobei dabei im einzelnen sowohl Autofahrer, Passanten als auch andere Fahrradfahrer angesprochen werden.
- ▶ 11 Prozent aller Befragten sprechen als negativen Aspekt an, dass sich zwischen 11 und 19 Uhr sehr viele Fußgänger in der Innenstadt aufhalten.
- ▶ Zudem werden „ungünstige Ampelschaltungen“ (8 Prozent), eine „schlechte Beschilderung“ (7 Prozent), „zu viele PKWs“ (6 Prozent), sowie „zu viele „Fahrradleichen““ (5 Prozent) als Kritikpunkte benannt.

Abbildung 41: Nachteile der Innenstadt für Fahrradfahrerinnen und -fahrer 2015

(Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die zumindest gelegentlich die Innenstadt mit dem Fahrrad besuchen oder durchqueren)



Quelle: Repräsentativerhebung 2015

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tabelle 1: Ausschöpfungsquote Repräsentativerhebung 2015	16
Tabelle 2: Alter und Geschlecht der Einwohnerinnen und Einwohner ab 18 Jahre ohne Migrationshintergrund nach Melderegister sowie nach Repräsentativerhebung 2015	17
Tabelle 3: Einwohnerinnen und Einwohner ab 18 Jahren ohne Migrationshintergrund nach Stadtteilen nach Melderegister sowie nach Repräsentativerhebung 2015	18
Tabelle 4: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 1999 bis 2015	22
Tabelle 5: Größte Probleme Hannovers 2002 bis 2015	25
Tabelle 6: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2011 und 2015	29
Tabelle 7: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 1990 bis 2015	32
Tabelle 8: Nennungen zu Vorteilen des eigenen Stadtteils 2002 bis 2015	34
Tabelle 9: Nennungen zu Nachteilen des eigenen Stadtteils 2002 bis 2015	37
Tabelle 10: Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2002 bis 2015	39
Tabelle 11: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 1999, 2008, 2011 und 2015	41
Tabelle 12: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 1999, 2008, 2011 und 2015	42
Tabelle 13: Zufriedenheit mit der Wohnung 1990, 1999, 2008, 2011 und 2015	44
Tabelle 14: Zufriedenheit mit der Innenstadt 1997 bis 2015	46
Tabelle 15: Nennungen zu Vorteilen der Innenstadt 1999 bis 2015	48
Tabelle 16: Nennungen zu Nachteilen der Innenstadt 1999 bis 2015	51
Tabelle 17: Häufigkeit des Innenstadtbesuches nach Geschlecht und Altersgruppen 2015	54
Tabelle 18: Besuchsdauer und Besuchshäufigkeit der Innenstadt 2015	55
Tabelle 19: Dauer des Innenstadtbesuches nach Geschlecht und Altersgruppen 2015	57
Tabelle 20: Zweck/Anlass des letzten Innenstadtbesuches nach Geschlecht und Altersgruppen 2015	60
Tabelle 21: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch nach Besuchsdauer 2015	62
Tabelle 22: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch nach Geschlecht und Altersgruppen 2015	63
Tabelle 23: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch 1990 bis 2015	64
Tabelle 24: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2015	67

Tabelle 25:	Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 1999 bis 2015	68
Tabelle 26:	Einkaufsverhalten nach Einkaufsorten und Warengruppen 2015	71
Tabelle 27:	Häufigkeit des Online-Shoppings nach Geschlecht und Altersgruppen 2015	73
Tabelle 28:	Veränderung des Einkaufsverhaltens in Bezug auf die Innenstadt Hannovers durch das Angebot, Artikel auch online einkaufen zu können nach Geschlecht und Altersgruppen 2015	75
Tabelle 29:	Nutzung der Möglichkeit, online eingekaufte Einkäufe im Geschäft in der Innenstadt abzuholen nach Geschlecht und Altersgruppen 2015	77
Tabelle 30:	Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungsorte 2002 bis 2015	81
Tabelle 31:	Ausgabeprioritäten 2008 bis 2015	87
Tabelle 32:	Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte 1999, 2008, 2011 und 2015	90
Tabelle 33:	Verkehrsmittelwahl für Einkäufe/Besorgungen 1999, 2008, 2011 und 2015	92
Tabelle 34:	Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten 1999, 2008, 2011 und 2015	93
Tabelle 35:	Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte nach dem am häufigsten genutzten Verkehrsmittel 2015	96
Tabelle 36:	Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für den Weg zum Einkaufen/ für Besorgungen nach dem am häufigsten genutzten Verkehrsmittel 2015	98
Tabelle 37:	Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für Freizeitaktivitäten nach dem am häufigsten genutzten Verkehrsmittel 2015	100

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abbildung 1: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 2011 und 2015	22
Abbildung 2: Größte Probleme Hannovers 2015	24
Abbildung 3: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2015	27
Abbildung 4: Veränderung der Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2015 gegenüber 2011	28
Abbildung 5: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 2011 und 2015	31
Abbildung 6: Nennungen zu Vorteilen des eigenen Stadtteils 2015	33
Abbildung 7: Nennungen zu Nachteilen des eigenen Stadtteils 2015	35
Abbildung 8: Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2015	38
Abbildung 9: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 2015	40
Abbildung 10: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 2015	42
Abbildung 11: Zufriedenheit mit der Wohnung 2011 und 2015	43
Abbildung 12: Zufriedenheit mit der Innenstadt 2011 und 2015	45
Abbildung 13: Nennungen zu Vorteilen der Innenstadt 2015	47
Abbildung 14: Nennungen zu Nachteilen der Innenstadt 2015	50
Abbildung 15: Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2015	52
Abbildung 16: Häufigkeit des Innenstandbesuches nach Geschlecht 2015	53
Abbildung 17: Dauer des Innenstadtbesuches 2015	55
Abbildung 18: Aufenthaltsdauer in der Innenstadt nach Geschlecht 2015	56
Abbildung 19: Zweck/Anlass des letzten Innenstadtbesuches 2015	58
Abbildung 20: Zweck/Anlass des letzten Innenstadtbesuches nach Geschlecht 2015	59
Abbildung 21: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch 2015	61
Abbildung 22: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch nach Geschlecht 2015	62
Abbildung 23: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2015	66
Abbildung 24: Einkaufsorte nach Warengruppen 2015	70
Abbildung 25: Häufigkeit des Online-Shoppings 2015	72
Abbildung 26: Veränderung des Einkaufsverhaltens in Bezug auf die Innenstadt Hannovers durch das Angebot, Artikel auch online einkaufen zu können 2015	74

Abbildung 27:	Nutzung der Möglichkeit, online eingekaufte Einkäufe im Geschäft in der Innenstadt abzuholen 2015	76
Abbildung 28:	Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungsorte 2015	79
Abbildung 29:	Ausgabeprioritäten 2015 – Zustimmung für Mehraufwendungen	84
Abbildung 30:	Ausgabeprioritäten 2015 – Zustimmung für Leistungseinschränkungen	86
Abbildung 31:	Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte 2015	89
Abbildung 32:	Verkehrsmittelwahl für Einkäufe/Besorgungen 2015	91
Abbildung 33:	Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten 2015	92
Abbildung 34:	Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte 2015	95
Abbildung 35:	Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für den Weg zum Einkufen/für Besorgungen 2015	97
Abbildung 36:	Wichtigste Aspekte bei der Wahl des Verkehrsmittels für Freizeitaktivitäten 2015	99
Abbildung 37:	Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel/MobilCard-Besitz 2015	101
Abbildung 38:	Kombinationen der im Haushalt vorhandenen Verkehrsmittel/MobilCard-Besitz 2015	102
Abbildung 39:	Häufigkeit der Fahrradnutzung beim Besuch oder der Durchquerung der Innenstadt 2015	103
Abbildung 40:	Vorteile der Innenstadt für Fahrradfahrerinnen und -fahrer 2015	105
Abbildung 41:	Nachteile der Innenstadt für Fahrradfahrerinnen und -fahrer 2015	107

Schriften zur Stadtentwicklung

- Band 124 Repräsentativerhebung 2015
Gesamtergebnis und Vergleichsdaten aus früheren Erhebungen – Hannover März 2016
- Band 123 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2014 – Hannover Juli 2015
- Band 122 Repräsentativerhebung Familien in Hannover – Sonderauswertung, Ergebnisse differenziert nach
Stadtteilen – Hannover Juli 2015
- Band 121 Repräsentativerhebung Familien in Hannover – Hannover November 2014
- Band 120 Bevölkerungsprognose für die Region Hannover, die Landeshauptstadt Hannover und die Städte und
Gemeinden des Umlands 2014 bis 2025/2030 – Hannover August 2014
- Band 119 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2013 – Hannover Juli 2014
- Band 118 Kommunale Wohnungsmarktbeobachtung in der Landeshauptstadt Hannover
Wohnungsleerstandsanalyse 2012 und 2013 – Hannover November 2013
- Band 117 Kommunale Wohnungsmarktbeobachtung in der Landeshauptstadt Hannover
Preisdatenanalyse für Mietwohnungen und Immobilien 2012 – Hannover Juni 2013
- Band 116 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2012 – Hannover April 2013
- Band 115 Repräsentativerhebung 2011
Sonderauswertung – Ergebnisse in Differenzierung nach Soziodemographie und Stadtteilen –
Hannover Dezember 2012
- Band 114 Kleinräumige Wohnungsmarktbeobachtung in der Landeshauptstadt Hannover 2011 –
Hannover September 2012
- Band 113 Wanderungen in der Landeshauptstadt Hannover, Wanderungen zwischen den Stadtteilen, Wanderungen
mit dem Umland und Außenwanderungen – Hannover Juni 2012
- Band 112 Bevölkerungsprognose für die Region Hannover, die Landeshauptstadt Hannover und die Städte und Ge-
meinden des Umlands 2012 bis 2020/2025 – Hannover März 2012
- Band 111 Repräsentativerhebung 2011
Gesamtergebnis und Vergleichsdaten aus früheren Erhebungen – Hannover Februar 2012
- Band 110 Repräsentativerhebung Wohnen in Hannover – Hannover Dezember 2011
- Band 109 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2010 – Hannover Juli 2011
- Band 108 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2009 – Hannover September 2010
- Band 107 Kleinräumige Entwicklung des Wohnungsmarktes in der Landeshauptstadt Hannover –
Hannover Juni 2009
- Band 106 Repräsentativerhebung 2008 – Sonderauswertung – Ergebnisse in Differenzierung nach
Soziodemographie und Stadtteilen – Hannover Dezember 2009
- Band 105 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2008 – Hannover Juni 2009
- Band 104 Repräsentativerhebung 2008
Gesamtergebnis und Vergleichsdaten aus früheren Erhebungen – Hannover Juni 2009
- Band 103 Anzeigenauswertung des Wohn- und Immobilienmarktes der Landeshauptstadt Hannover 2008
Hannover November 2008
- Band 102 Einwohnerentwicklung 2007 bis 2015/2020 – Hannover Juli 2008
- Band 101 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2007 – Hannover Juni 2006
- Band 100 Repräsentativerhebung – Leben und Wohnen im Alter – Hannover Februar 2009
- Band 99 Kleinräumige Analyse des Wohnungsmarktes der Landeshauptstadt Hannover 2007 –
Hannover Februar 2008

- Band 98 Wohnungsleerstandsanalyse 2006 der Landeshauptstadt Hannover – Hannover November 2006
- Band 97 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2005 – Hannover April 2006
- Band 96 Repräsentativerhebung 2005 – Gesamtergebnis und Vergleichsdaten aus früheren Erhebungen
Hannover Februar 2006
- Band 95 Wanderungsbefragung 2005 – Innerstädtische Wanderungen – Hannover Januar 2006
- Band 94 Kleinräumige Analyse des Wohnungsmarktes der Landeshauptstadt Hannover – Hannover Juni 2005
- Band 93 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2003 – Hannover März 2004
- Band 92 Einwohnerentwicklung 2000 bis 2010 – Prognosen für die Region, die Landeshauptstadt Hannover und die
Städte und Gemeinden des Umlandes – Hannover Dezember 2002 – vergriffen –
- Band 91 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2002 – Hannover Dezember 2002
- Heft 90.1 Repräsentativerhebung 2002 – Sonderauswertung zum Thema Lebensbedingungen und
persönliche Lebensqualität im Wohnquartier – Hannover März 2003
- Band 90 Repräsentativerhebung 2002 – Erste Ergebnisse mit Vergleichsdaten aus früheren Erhebungen
Hannover November 2002
- Band 89 Wanderungsbefragung 2001 – Hannover und andere Großstädte aus der Sicht von Zu- und
Fortgezogenen – Hannover August 2002
- Band 88 Dokumentation zur Fachtagung Fundraising – Hannover März 2002
- Band 87 Wohnungsmarkt 2001 – Eine Analyse der Wohnungsmarktsituation in der Landeshauptstadt
Hannover – Hannover Februar 2002
- Band 86 Wanderungsbefragung 2001 – Wanderungen zwischen Stadt und Landkreis Hannover
Hannover Dezember 2001
- Band 85 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2001 – Hannover November 2001
- Heft 84.1 Repräsentativerhebung 1999 – Sonderauswertung zum Thema Innenstadt
Hannover November 2000 – vergriffen –
- Band 84 Repräsentativerhebung 1999 – Gesamtergebnis und Vergleichsdaten aus früheren Erhebungen
Hannover Mai 2000 – vergriffen –
- Band 83 Die Landeshauptstadt Hannover auf dem Weg in die Informationsgesellschaft
Hannover April 2000 – vergriffen –
- Band 82 Lagebericht zur Stadtentwicklung 1999 – Hannover November 1999
- Band 81 Wohnungspolitischer Handlungsrahmen 2010 – Dokumentation einer Fachtagung der LHH am 14.12.1998
Hannover Juli 1999
- Heft 80.12 Dialog zur Stadtentwicklung Leitthema Demokratische Teilhabe
Zukunftskonferenz „Sahlkamp 2010“ – Dokumentation – Hannover Dezember 2002
- Heft 80.11 Dialog zur Stadtentwicklung Leitthema Demokratische Teilhabe – Kurzberichte 3
Lokale Demokratie und Schule, Erste Wahl mit 16 – Schülerinnen und Schüler fit machen für die Kommu-
nalwahl – Hannover Januar 2002
- Heft 80.10 Dialog zur Stadtentwicklung Leitthema Demokratische Teilhabe – Kurzberichte 2
Lokale Demokratie und Schule, Zukunftswerkstatt an der Integrierten Gesamtschule
Vahrenheide/Sahlkamp – Hannover Februar 2001
- Heft 80.9 Dialog zur Stadtentwicklung Leitthema Demokratische Teilhabe – Kurzberichte 1
Lokale Demokratie und Schule, Planspiel Kommunalpolitik mit der Goetheschule und dem
Stadtbezirksrat Herrenhausen/Stöcken – Hannover Januar 2001
- Band 1 bis 80.8 vergriffen
-