

Landeshauptstadt



Hannover

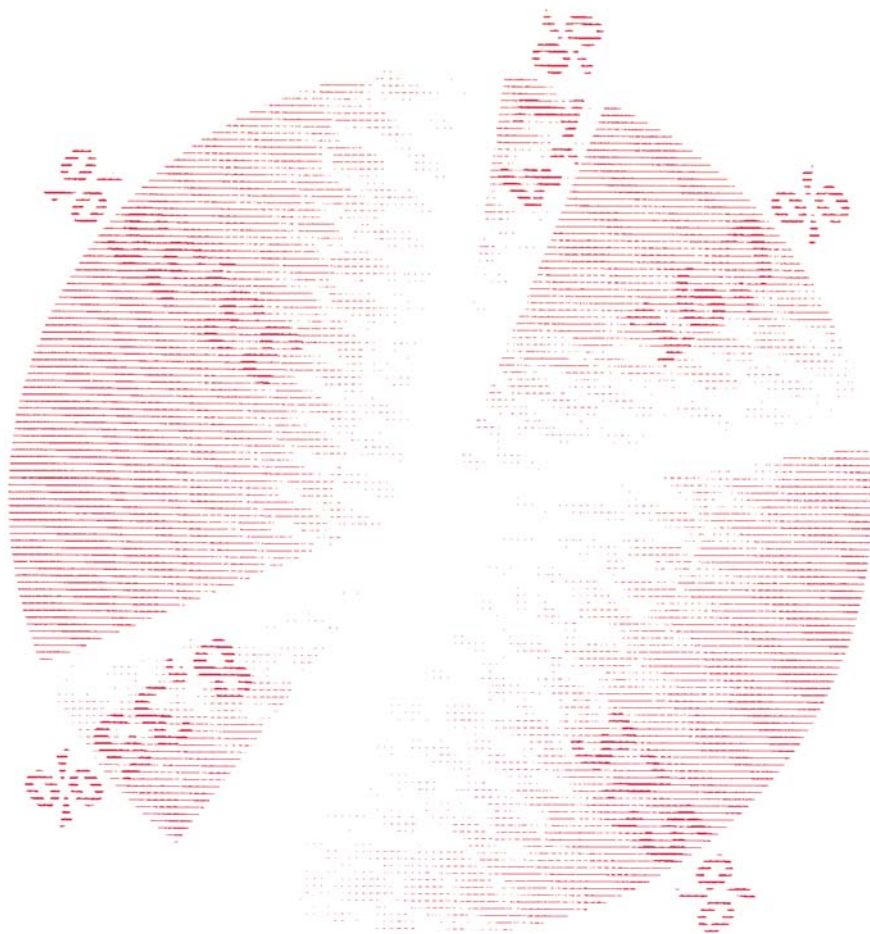
Fachbereich Planen und
Stadtentwicklung

**SCHRIFTEN ZUR
STADTENTWICKLUNG**

144

**REPRÄSENTATIVERHEBUNG
2022**

Gesamtergebnis und Vergleichsdaten
aus früheren Erhebungen



Landeshauptstadt Hannover
Fachbereich Planen und Stadtentwicklung

REPRÄSENTATIVERHEBUNG 2022

Gesamtergebnis und Vergleichsdaten
aus früheren Erhebungen

Schriften zur Stadtentwicklung 144

Herausgeber: Landeshauptstadt Hannover
 Der Oberbürgermeister
 Dezernat für Stadtentwicklung und Bauen
 Rudolf-Hillebrecht-Platz 1
 30159 Hannover

Erarbeitung: Fachbereich Planen und Stadtentwicklung
 Sachgebiet Stadtentwicklung
 Tel.: (0511) 168 44842
 Mail: 61.51@hannover-stadt.de

Hannover, November 2023

	Seite
1. Kurzfassung	5
2. Hinweise zum Verfahren und zur Repräsentativität der Erhebung	12
3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover	16
3.1 Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover	16
3.2 Beurteilung der persönlichen wirtschaftlichen Lage	17
3.3 Größte Herausforderungen Hannovers	19
3.4 Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen	22
4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil	27
4.1 Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil	27
4.2 Vor- und Nachteile des eigenen Stadtteils	28
4.3 Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil	33
4.4 Sicherheit in der Wohngegend	35
4.5 Zufriedenheit mit der Wohnung	39
4.6 Barrierefreiheit	40
5. Blickpunkt Innenstadt	44
5.1 Gesamtzufriedenheit mit der Innenstadt	44
5.2 Vor- und Nachteile der Innenstadt	45
5.3 Bewertungen zu einzelnen Aspekten der Innenstadt	50
5.4 Häufigkeit und Dauer des Innenstadtbesuches	56
5.5 Zweck oder Anlass des letzten Innenstadtbesuches	58
6. Einkaufsverhalten/Online-Shopping	62
6.1 Einkaufsverhalten nach Einkaufsorten und Warengruppen	62
6.2 Online-Shopping	66
7. Verkehrsmittelwahl	68
7.1 Verkehrsmittelwahl nach Anlässen	68
7.2 Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel	71
8. Sport- und Bewegungsangebote	73

Inhalt

	Seite
9. Klimaschutz und Energiewende	76
10. Teilhabe	84
11. Offene Anmerkungen am Ende des Fragebogens	91
Tabellenverzeichnis	103
Abbildungsverzeichnis	104
Schriften zur Stadtentwicklung	106

1. Kurzfassung

Die Repräsentativerhebungen werden etwa alle 3-4 Jahre durchgeführt, die letzten Erhebungen stammen aus den Jahren 2011, 2015 und 2019. Die Repräsentativerhebung 2022 wurde wie in den Vorjahren schriftlich postalisch durchgeführt. Erstmals hatten die Befragten die Möglichkeit, den Fragebogen alternativ online auszufüllen.

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. Diese Fragen betreffen insbesondere Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover, im eigenen Stadtteil, zur Innenstadt, zum Einkaufsverhalten und zur Verkehrsmittelwahl. Daneben enthalten die Repräsentativerhebungen aber auch Fragen zu aktuellen Themen der Stadtpolitik, im Rahmen der Repräsentativerhebung 2022 sind dies die Themen „Sport- und Bewegungsangebote“, „Klimaschutz und Energiewende“ sowie „Teilhabe“.

Grundlage der mit diesem Bericht vorgelegten Grundausswertung sind 2.468 repräsentative Interviews von Einwohner*innen der Stadt Hannover im Alter ab 16 Jahren, die zufällig aus dem Melderegister ausgewählt wurden. Die Ergebnisse sind repräsentativ nach Alter und Geschlecht.

Zu den wichtigsten Ergebnissen der Befragung gehört die weiterhin sehr hohe Lebenszufriedenheit der Einwohner*innen mit den Lebensbedingungen in Hannover: 85 Prozent leben (sehr) gern in Hannover. Auch die Lebens- und Wohnbedingungen im eigenen Stadtteil findet die deutliche Mehrheit der Befragten gut, ebenso die eigene Wohnung. Das Sicherheitsgefühl der Befragten in ihrem Wohngebiet ist tagsüber sehr hoch. Als größten Vorteil ihres Stadtteils sehen sie die Nähe zu Grün- und Erholungsflächen. Der ÖPNV in Hannover erhält wie in früheren Befragungen Spitzennoten, und zwei Drittel der Befragten schätzen ihre persönliche wirtschaftliche Lage als (sehr) gut ein.

Bedeutungsgewinn des Fahrrads

Die Verkehrsmittelwahl wird im Fragebogen mehrfach thematisiert. Wichtigster Trend ist der Bedeutungsgewinn des Fahrrads, während das Auto bei allen Wegearten zur Arbeit, zum Einkaufen und in der Freizeit Anteile verliert. Als Nachteil der Innenstadt entfallen – seit 2011 kontinuierlich sinkend – nur noch 5 Prozent der Antworten auf eine Unattraktivität für das Autofahren. Bei der Frage zu Maßnahmen im Haushalt im Bereich Klimaschutz/Energiewende gaben 18 Prozent der Befragten an, ihren privaten PKW abgeschafft zu haben, weitere 8 Prozent planen dies. 17 Prozent der Haushalte planen die Anschaffung eines E-Autos, 5 Prozent haben dies bereits getan. Bei der Frage zum Thema Autonutzung gaben 30 Prozent der Befragten an, keine Änderung ihrer Autonutzung zu planen, während eine Reduzierung für 70 Prozent ein Thema ist (schon erfolgt oder geplant).

Situation der Innenstadt

Das wichtige Stadtentwicklungsthema Innenstadt wird an verschiedenen Stellen des Fragebogens behandelt. In vielen Fällen beurteilen die Befragten die Situation der Innenstadt kritischer bzw. als

schwieriger gegenüber der letzten Befragung 2019: Die Benotung ist schlechter, die Häufigkeit des Besuchs geringer, die Dauer des Besuchs kürzer. Der Zweck, die Innenstadt zum Einkaufen zu besuchen, ist stark gesunken, ebenso der Zweck eines Stadtbummels. Als Vorteil der Innenstadt werden gute Einkaufsmöglichkeiten seltener genannt als in den Befragungen zuvor. Die Beurteilung verschiedener vorgegebener Aspekte der Innenstadt ist negativer. Online-Shopping wird von den Befragten stärker genutzt: Es gibt einen kontinuierlichen Bedeutungsgewinn des Internets bei gleichzeitigem Rückgang der Anteile der Innenstadt als Einkaufsort.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse nach Kapiteln:

Kapitel 3 Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover

3.1 Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover

- ▶ 85 Prozent der Befragten leben „sehr gern“ oder „gern“ in Hannover (gut 37 % „sehr gern“ und gut 47 % „gern“, gerundet zusammen 85 %), „weniger gern“ oder „gar nicht gern“ insgesamt nur 4 Prozent. Die Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen ist damit sehr hoch.

3.2 Beurteilung der persönlichen wirtschaftlichen Lage

- ▶ 13 Prozent der Befragten beurteilen ihre persönliche wirtschaftliche Lage als „sehr gut“, die Hälfte (51 %) als „gut“. Zusammen sind dies fast zwei Drittel (64 %) aller Befragten. „Teils, teils“ gibt ein Viertel der Befragten an (24 %), 9 Prozent „weniger gut“ und 3 Prozent „gar nicht gut“.

3.3 Größte Herausforderungen Hannovers

- ▶ Als mit Abstand größte Herausforderung Hannovers (offene Frage, Mehrfachantworten möglich) sehen die Befragten die Situation auf dem Wohnungsmarkt: 15 Prozent der Antworten entfielen auf den Wohnungsmarkt, deutlich mehr als auf mangelhafte Infrastrukturen und Kriminalität/fehlende Sicherheit mit je 10 Prozent auf Platz 2 bzw. 3. Bezieht man die Ergebnisse statt auf die Antworten (Summe = 100 %) auf die Befragten, so haben sogar 37 Prozent der Befragten den Wohnungsmarkt als eine der größten Herausforderungen Hannovers bezeichnet.

3.4 Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen

- ▶ Von den zu beurteilenden 26 Aspekten (und damit unterschiedlichen Lebensbereichen) in der Stadt Hannover erhält der ÖPNV die größte Zustimmung: 84 Prozent der Befragten sind damit in Summe „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Auch das Angebot und die Qualität von Parks und Grünflächen (77 %) und die öffentliche Sicherheit am Tage (76 %) werden sehr positiv beurteilt. Deutlich auf dem letzten Rang liegt die Beurteilung des Wohnungsangebotes. Nur 19 Prozent der Befragten sind hiermit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Im Gegenteil ist fast jede*r Zweite (47 %) hiermit „unzufrieden“ (30 %) oder „sehr unzufrieden“ (17 %). Dies passt dazu, dass in Kapitel 3.3 der Wohnungsmarkt als größte Herausforderung Hannovers genannt wurde.
- ▶ Die Unzufriedenheit (Anteile „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“) ist bei fast allen abgefragten 26 Aspekten gestiegen, nur bei zwei Aspekten sank sie leicht und blieb bei fünf Aspekten konstant.

Kapitel 4 Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil

4.1 Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil

- ▶ Wie in den letzten Repräsentativerhebungen finden die Befragten die Wohn- und Lebensbedingungen in ihrem Stadtteil weiterhin überwiegend sehr gut (25 %) oder gut (56 %). Zusammen entspricht dies vier Fünfteln aller Befragten (81 %). Auf „weniger gut“ oder „gar nicht gut“ entfallen nur insgesamt 3 Prozent; der Anteil „teils, teils“ liegt bei 16 Prozent.

4.2 Vor- und Nachteile des eigenen Stadtteils

- ▶ Als größten Vorteil ihres Stadtteils (offene Frage, Mehrfachantworten möglich) nennen die Befragten am häufigsten (21 % der Antworten) die Nähe zu Grün- und Erholungsflächen. Mit 18 Prozent folgt auf Rang 2 eine gute Verkehrsanbindung. Über die Hälfte dieser Nennungen (10 %) lobt den ÖPNV. Die gute (zentrale) Lage des Stadtteils liegt mit 12 Prozent der Befragten auf Rang 3, gefolgt von guten Einkaufsmöglichkeiten sowie einer ruhigen Lage mit je 9 Prozent.
- ▶ Als größten Nachteil ihres Stadtteils nennen die Befragten mit 13 Prozent der Antworten Verkehrsaspekte. Hierunter fallen verschiedene Punkte wie hohes Verkehrsaufkommen oder zu viele Autos, aber auch Baustellen, Staus, Falschparker oder zu wenig E-Ladesäulen. Weitere 9 Prozent auf Rang 2 kritisieren mangelnde Parkmöglichkeiten im eigenen Stadtteil. Mit Schmutz, fehlende Sauberkeit (8 %) folgt mit einer nachteiligen Verkehrsanbindung (ebenfalls 8 %) ein weiteres Verkehrsthema, auf das zusammengezählt 30 Prozent aller Antworten entfallen.

4.3 Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil

- ▶ Von den neun zu beurteilenden Aspekten wurde die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel deutlich am besten benotet: 90 Prozent bewerten diese als „sehr gut“ (58 %) oder „gut“ (32 %). Zwei weitere Aspekte stießen auf hohe Zustimmung im eigenen Stadtteil: 81 Prozent „sehr gut“ oder „gut“ erhalten Einkaufsmöglichkeiten (in fußläufiger bzw. Fahrradentfernung) und 80 Prozent Grün- und Erholungsflächen, Parks, Stadtplätze. Mit drei wichtigen Themen für das Wohnumfeld – ÖPNV, nahegelegene Einkaufsmöglichkeiten und Naherholung – sind die Hannoveraner*innen damit hochgradig zufrieden.
- ▶ Am negativsten werden die Freizeit- und Kulturangebote (36 %) und Treffpunkte ohne Konsumzwang (35 %) im eigenen Stadtteil bewertet, nur gut ein Drittel bezeichnen sie als „sehr gut“ oder „gut“.

4.4 Sicherheit in der Wohngegend

- ▶ Das Sicherheitsgefühl der Befragten in ihrem Wohngebiet tagsüber ist weiterhin hoch: 95 Prozent der Befragten fühlen sich „sehr sicher“ (49 %) oder „eher sicher“ (46 %). Das Gefühl hat sich gegenüber 2019 deutlich verbessert: 9 Prozentpunkte mehr Befragte fühlen sich 2022 „sehr sicher“.
- ▶ Das Sicherheitsgefühl wird abends in der eigenen Wohngegend erfahrungsgemäß deutlich schlechter beurteilt als tagsüber. Während die Sicherheit tagsüber von jeder zweiten Person (49 %) als „sehr sicher“ eingeschätzt wird, sind es abends nur 17 Prozent. Umgekehrt schätzt fast jede*r Vierte (23 %) die Sicherheit abends als „eher unsicher“ ein, tagsüber sind es nur 4 Prozent.

4.5 Zufriedenheit mit der Wohnung

- ▶ 82 Prozent der Befragten und damit mehr als vier Fünftel sind mit ihrer Wohnung „sehr zufrieden“ (42 %) oder „zufrieden“ (40 %). Der Anteil „eher unzufrieden“ liegt lediglich bei 3 Prozent, und nur 1 Prozent ist mit der eigenen Wohnung „sehr unzufrieden“. Die hohe Zufriedenheit mit der eigenen Wohnung ist gestiegen: 2019 waren erst 37 Prozent „sehr zufrieden“.

4.6 Barrierefreiheit

- ▶ 10 Prozent der Befragten stufen sich als mobilitätseingeschränkt ein. Am besten wird die Barrierefreiheit in öffentlichen Verkehrsmitteln beurteilt: 61 Prozent finden sie „sehr gut“ oder „gut“. Es folgen die Barrierefreiheit in öffentlichen Gebäuden (57 % „sehr gut“ oder „gut“) und die Barrierefreiheit im öffentlichen Raum (54 % „sehr gut“ oder „gut“). Die Barrierefreiheit der eigenen Wohnung wird dagegen nur von einem Drittel (33 %) der Befragten als „sehr gut“ oder „gut“ bezeichnet, von 34 Prozent dagegen als „gar nicht gut“.

Kapitel 5 Blickpunkt Innenstadt

5.1 Gesamtzufriedenheit mit der Innenstadt

- ▶ Ein Drittel der Befragten beurteilt die Innenstadt mit „gut“ (32 %), weitere 4 Prozent mit „sehr gut“, zusammen sind dies 36 Prozent. Ein Viertel (24 %) findet sie „weniger gut“ oder „gar nicht gut“. Die Beurteilung hat sich gegenüber den letzten Befragungen kontinuierlich deutlich verschlechtert. Allein gegenüber 2019 fiel der Anteil der Beurteilungen mit „sehr gut“ oder „gut“ von 57 Prozent auf 36 Prozent.

5.2 Vor- und Nachteile der Innenstadt

- ▶ Der mit Abstand meistgenannte Vorteil der Innenstadt (offene Frage, Mehrfachantworten möglich) thematisiert die guten Einkaufsmöglichkeiten – auf diesen Aspekt entfällt ein Fünftel (20 %) aller Antworten. 2019 waren es noch 26 Prozent. Die gute Erreichbarkeit folgt mit Abstand auf Rang 2 mit 13 Prozent der Antworten. Hiervon entfällt die Hälfte (7 %) konkret auf den ÖPNV. Auf Rang 3 folgen gleichauf mit je 8 Prozent gute gastronomische Angebote und die Überschaubarkeit der Innenstadt.
- ▶ Bei den Nachteilen der Innenstadt wird am häufigsten mit 14 Prozent der Antworten (offene Frage, Mehrfachantworten möglich) die Struktur des Einzelhandels kritisiert. Dies bezieht sich oft auf eine mangelnde Vielfalt bzw. Auswahl an Geschäften verbunden mit zu vielen Filialen von Ketten. Am zweithäufigsten werden mit 13 Prozent als störend empfundene Personengruppen aufgeführt. Dies umfasst Bettelnde und Obdachlose mit je 4 Prozent, Ausländer*innen (1 %) und sonstige Personengruppen. Auch Unsauberkeit auf Rang 3 wird mit 11 Prozent der Antworten häufig als Nachteil in der Innenstadt genannt.
- ▶ 2022 wird die Struktur des Einzelhandels (14 %) deutlich häufiger als Nachteil der Innenstadt Hannovers thematisiert als in den drei Befragungen zuvor seit 2011, als der Wert bei 8 bzw. 9 Prozent der Antworten lag. Als störend empfundene Personengruppen werden dagegen 2022 (13 %) deutlich seltener genannt als zuvor: 2019 lag der Wert noch bei 24 Prozent.

5.3 Bewertungen zu einzelnen Aspekten der Innenstadt

- ▶ Mit deutlichem Abstand wird die Erreichbarkeit der Innenstadt mit öffentlichen Verkehrsmitteln am positivsten beurteilt: 93 Prozent aller Befragten sind hiermit entweder „sehr zufrieden“ (47 %) oder „zufrieden“ (46 %). Auf Rang 2 folgt ein weiterer Verkehrsaspekt, die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad: 78 Prozent aller Befragten beurteilen diese entweder mit „sehr zufrieden“ (25 %) oder mit „zufrieden“ (53 %). Wiederum mit Abstand folgt auf Rang 3 die Beurteilung der Gastronomie, mit der über zwei Drittel (69 %) der Befragten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ sind. Auch die Sicherheit am Tag (67 %) und die kulturellen Angebote (64 %) werden von ca. zwei Dritteln der Befragten positiv beurteilt.

5.4 Häufigkeit und Dauer des Innenstadtbesuches

- ▶ Ein Drittel der Befragten (32 %) kommt einmal pro Woche in die Innenstadt (ohne die, die in der Innenstadt wohnen oder arbeiten). Die zweithäufigste Frequenz ist mit 27 Prozent einmal pro Monat. Es folgen einmal im Quartal (12 %) und seltener/nie (10 %). Nur 8 Prozent besuchen die Innenstadt täglich oder fast täglich – dies ist deutlich weniger als 2019 (13 %) und 2015 (16 %).
- ▶ Die häufigste durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Befragten, die nicht in der Innenstadt arbeiten oder wohnen, in der Innenstadt beträgt 1 bis 2 Stunden (43 %), gefolgt von 2 bis 4 Stunden (33 %). Jede*r Fünfte (20 %) verbleibt unter 1 Stunde, davon allerdings nur 4 Prozent unter 30 Minuten. Gegenüber 2019 gab es eine leichte Verkürzung der Aufenthaltsdauer.

5.5 Zweck oder Anlass des letzten Innenstadtbesuches

- ▶ Der wichtigste überwiegende Anlass der Befragten für einen Besuch der Innenstadt (Mehrfachantworten möglich) ist der Einkauf: 60 Prozent kommen in die Innenstadt, um dort einzukaufen. Die Hälfte aller Befragten (50 %) besucht die Innenstadt überwiegend, um dort etwas zu essen oder zu trinken, 42 Prozent um sich mit Freund*innen oder Bekannten zu treffen. Gegenüber 2019 (80 %) hat der Besuchszweck Einkaufen deutlich an Bedeutung verloren.

Kapitel 6 Einkaufsverhalten/Online-Shopping

6.1 Einkaufsverhalten nach Einkaufsorten und Warengruppen

- ▶ Alle Warengruppen zusammengenommen ist die Innenstadt der am häufigsten genannte Einkaufsort (Mehrfachantworten möglich): Auf 100 Prozent bezogen entfallen 29 Prozent der insgesamt genannten Orte auf die Innenstadt. Bekleidung spielt dabei die größte Rolle, weiterhin Schuhe/Lederwaren und Uhren/Schmuck/Accessoires.
- ▶ Als Einkaufsort ist die Innenstadt von 37 Prozent 2015 über 35 Prozent 2019 auf 29 Prozent der genannten Einkaufsorte 2022 deutlich gesunken, das Internet als Einkaufsort stieg parallel von 15 Prozent über 17 Prozent auf 24 Prozent. 2022 ist das Internet zum ersten Mal für eine Warengruppe (Multimedia/Elektronik/Foto) der häufigste Einkaufsort.

6.2 Online-Shopping

- ▶ 6 Prozent der Befragten kaufen täglich oder fast täglich im Internet ein. Deutlich mehr, und zwar ein gutes Viertel (28 %) tut dies wöchentlich, und jede dritte Person (33 %) gibt an, einmal im Monat im Internet einzukaufen. Nur 10 Prozent der Befragten kaufen nie online ein.
- ▶ Gegenüber 2019 hat sich der Anteil derer, die täglich oder fast täglich online einkaufen, von 3 Prozent auf 6 Prozent verdoppelt. Deutlich gestiegen ist der Anteil derer, die einmal pro Woche im Internet einkaufen – von 20 auf 28 Prozent.

Kapitel 7 Verkehrsmittelwahl

7.1 Verkehrsmittelwahl nach Anlässen

- ▶ Für einen Innenstadtbesuch nutzt jede*r Zweite (49 %) am häufigsten den ÖPNV. In der Freizeit dominiert das Fahrrad mit 43 Prozent. Für Einkäufe ist der PKW das meistgenutzte Verkehrsmittel (36 %). Inclusive des vierten Wegezwecks zur Arbeit ist das Fahrrad das insgesamt am häufigsten genutzte Verkehrsmittel mit 32 Prozent der Befragten vor dem ÖPNV (30 %).

7.2 Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel

- ▶ 71 Prozent der Befragten geben an, ihr Haushalt verfüge über ein Fahrrad, 68 Prozent über einen PKW (oder Motorrad) (Mehrfachantworten möglich). In 40 Prozent der Haushalte gibt es eine Zeitkarte für den ÖPNV und 14 Prozent haben ein Pedelec oder E-Bike.
- ▶ Während die Verfügbarkeit eines Fahrrads 2022 gegenüber 2019 von 85 Prozent um 14 Prozentpunkte auf 71 Prozent der Haushalte gesunken ist, hat sich parallel der Besitz eines Pedelecs/E-Bikes von 6 auf 14 Prozent mehr als verdoppelt.

Kapitel 8 Sport- und Bewegungsangebote

- ▶ Im eigenen Stadtteil: Die vereinsseitigen Sport- und Bewegungsangebote im eigenen Stadtteil werden insgesamt etwas besser beurteilt (49 % vergeben die Note „gut“) als die Angebote in kommerzieller (43 %) oder öffentlicher (40 %) Trägerschaft.
- ▶ In Hannover insgesamt: Die kommerziellen Sport- und Bewegungsangebote in Hannover insgesamt werden etwas besser beurteilt (62 % vergeben die Note „gut“) als die Angebote in vereinsseitiger (60 %) oder öffentlicher (53 %) Trägerschaft.

Kapitel 9 Klimaschutz und Energiewende

- ▶ Die Anschaffung energieeffizienter Haushaltsgeräte ist die häufigste umgesetzte Maßnahme (48 % der Haushalte) im Bereich Klimaschutz/Energiewende im eigenen Haushalt. Es folgen das Investieren in erneuerbare Energien (20 %) und die Abschaffung des privaten PKW (18 %).

- ▶ Eine energetische Sanierung der selbst bewohnten Immobilie haben 39 Prozent der Haushalte bereits umgesetzt, weitere 18 Prozent planen dies. 17 Prozent haben ihre Heizungsart von fossil auf eine klimafreundlichere Alternative umgestellt (von weiteren 28 % geplant). 10 Prozent der Haushalte haben eine Photovoltaikanlage installiert und fast ein Drittel der Haushalte (32 %) plant dies.
- ▶ 17 Prozent der Befragten nutzen bereits ein Elektroauto oder planen eine Anschaffung. Fast jede zweite Person hiervon kann oder könnte ihr Elektroauto zu Hause bzw. auf einem Wohnungs-parkplatz (47 %) oder im öffentlichen Raum in zumutbarer Entfernung aufladen (46 %, Mehrfachantworten möglich).
- ▶ Für die deutliche Mehrheit von 70 Prozent der Befragten spielt die Verringerung oder Aufgabe der Autonutzung eine Rolle. 30 Prozent planen keine Reduzierung ihrer Autonutzung.

Kapitel 10 Teilhabe

- ▶ Die Beurteilung der eigenen Teilhabemöglichkeiten der Befragten fällt deutlich positiver aus als die aller Menschen in Hannover allgemein: 62 Prozent halten ihre eigenen Teilhabemöglichkeiten für „sehr gut“ (19 %) oder „gut“ (43 %). Die aller werden nur halb so oft (31 %) für „sehr gut“ (4 %) oder „gut“ (27 %) gehalten.
- ▶ Fast alle Befragten hatten in ihrem Freundes- oder Bekanntenkreis im letzten Vierteljahr näheren persönlichen Kontakt zu Menschen, die selbst sowie deren Eltern in Deutschland geboren wurden (96 % aller, die die Frage mit „ja“ oder „nein“ beantwortet haben). 80 Prozent hatten solchen näheren Kontakt zu Menschen, die im Ausland geboren wurden, oder von denen eines oder beide Elternteile im Ausland geboren wurden.
- ▶ 81 Prozent der Befragten hatten – unabhängig von der zum Zeitpunkt der Befragung im Winter 2022/2023 herrschenden Energiekrise mit hohen Energiekosten – keine finanziellen Schwierigkeiten, ihre laufenden Wohnkosten zu zahlen. 13 Prozent hatten selten und 6 Prozent regelmäßige Schwierigkeiten damit. Bei den Befragten mit finanziellen Schwierigkeiten wirkte sich dies am häufigsten bei sonstigen Ausgaben (z. B. Reisen, Shopping, Kultur) aus (81 % der Befragten gaben dies an). Es folgen fast gleichauf die Reduzierung der Energiekosten (54 %) und das Einschränken bei Konsumgütern des täglichen Bedarfs (53 %) (Mehrfachantworten möglich).

Kapitel 11 Offene Anmerkungen am Ende des Fragebogens

- ▶ 39 Prozent der Befragten haben Anmerkungen aufgeschrieben, insgesamt sind es über 3.000 Anmerkungen. Dies vermittelt ein gutes Bild über die stadtentwicklungspolitischen Themen, die die Bevölkerung am stärksten bewegen. Das mit Abstand am häufigsten angesprochene Thema ist Verkehr mit 27 Prozent aller Nennungen. Die meisten Anmerkungen beziehen sich dabei auf den Autoverkehr (je zur Hälfte pro und contra), gefolgt von Radverkehr und ÖPNV.

2. Hinweise zum Verfahren und zur Repräsentativität der Erhebung

Hintergrund der Repräsentativerhebungen der Landeshauptstadt Hannover

Seit 1969 führt die Stadt Hannover regelmäßig etwa alle 3 Jahre kommunale Bürgerumfragen zur Stadtentwicklung durch. Hannover war zusammen mit Nürnberg die erste Stadt, die dieses Instrument in Deutschland eingesetzt hat. Mit der Repräsentativerhebung 2022 wird diese Reihe fortgeführt, die letzten regulären Befragungen fanden in den Jahren 2011, 2015 und 2019 statt.

Die Repräsentativerhebungen werden als Mehrthemenbefragungen durchgeführt. Sie beinhalten zum einen regelmäßig erhobene Fragen zu verschiedenen Themenbereichen, wodurch vorhandene Zeitreihen fortgeschrieben werden können und damit mittel- und langfristige Tendenzen aufgezeigt werden. Unerwünschte Entwicklungen können hierdurch frühzeitig erkannt und erforderliche Gegenmaßnahmen eingeleitet werden.

Themen sind dabei insbesondere:

- Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover
- Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im eigenen Stadtteil
- Einschätzungen zur Innenstadt und zum Einkaufsverhalten

Zum andern werden im Rahmen der Repräsentativerhebungen auch aktuelle Fragestellungen zu wichtigen Themen der Stadtpolitik aufgegriffen. Im Rahmen der letzten Repräsentativerhebung 2019 waren dies die Themen „Bewerbung Hannovers zur Kulturhauptstadt Europas 2025“, „Digitalisierung“ sowie „Kenntnis und Nutzung digitaler Angebote der Stadt Hannover“. In der vorliegenden Repräsentativerhebung 2022 gibt es die Sonderthemen „Sport- und Bewegungsangebote“, „Klimaschutz und Energiewende“ sowie „Teilhabe“.

In diesem Bericht erfolgt die Auswertung der Befragung auf gesamtstädtischer Ebene der Landeshauptstadt Hannover. Eine ergänzende, detaillierte Auswertung auf kleinräumiger Ebene der Stadtteile sowie nach soziodemografischen Merkmalen wird im Anschluss an diese Grundausswertung erarbeitet.

Untersuchungsdesign und Stichprobenausschöpfung

Der Fragebogen der Repräsentativerhebung 2022 enthielt 49 Fragen auf 10 Seiten. Die meisten Fragen sind sogenannte „geschlossene Fragen“, bei denen die Antwortmöglichkeiten vorgegeben sind und angekreuzt werden. Zudem gab es fünf sogenannte „offene Fragen“, bei denen die Antworten frei formuliert werden konnten. Am Ende des Fragebogens gab es auf der letzten Seite Platz für zusätzliche Anmerkungen.

Die Auswahl der zu befragenden Einwohnenden Hannovers erfolgte durch eine Zufallsstichprobe aus dem Melderegister im Oktober 2022. Die Grundgesamtheit bestand dabei aus allen Einwohnenden im

Alter von 16 Jahren und älter, die zum Ziehungszeitpunkt mit Hauptwohnsitz in der Stadt Hannover gemeldet waren. Die Gesamtstichprobe umfasste 16.444 Personen, denen der Fragebogen zugesandt wurde. Die Adressen wurden in zwei Stichproben gezogen: Die Grundstichprobe enthielt 9.796 Personen (jede 48. Adresse in Hannover), die Ergänzungsstichprobe 6.648 Personen in Abhängigkeit der Bevölkerungszahl der einzelnen Stadtteile. Die Ergänzungsstichprobe dient dazu, auch für kleinere Stadtteile eine ausreichende Anzahl beantwortete Fragebögen zu erhalten, um wie in der Vergangenheit die Befragung kleinräumig auf Stadtteilebene auswerten zu können.

Am 9. Dezember 2022 wurden die 16.444 Fragebögen zusammen mit einem Anschreiben des Oberbürgermeisters und einem Rückantwort-Umschlag voradressiert an die Landeshauptstadt Hannover mit dem Aufdruck „Entgelt zahlt Empfänger“ versandt. Auf ein späteres Erinnerungsschreiben zur Erhöhung der Rücklaufquote wurde aus Kosten- sowie Umweltgründen verzichtet. Die Angeschriebenen wurden im Brief über die Freiwilligkeit der Teilnahme, die Rechtsgrundlagen der Befragung sowie die Anonymität bei der Datenauswertung informiert und gebeten, den Fragebogen bis zum 31. Januar 2023 zurückzusenden. Alternativ konnte der Fragebogen erstmals bei einer Repräsentativerhebung online beantwortet werden. Hierzu enthielt jeder Fragebogen auf der ersten Seite einen individuellen Link und alternativen QR-Code.

Die Grundstichprobe beantworteter und damit zurückgesandter ausgefüllter Fragebögen von 2.468 Fragebögen entspricht einer Rücklaufquote von brutto 25,2 Prozent, die 1.723 Fragebögen der Ergänzungsstichprobe 25,9 Prozent. Gut jeder vierte versandte Fragebogen wurde damit per Brief oder online beantwortet. Unter Abzug der 437 stichprobenneutralen Ausfälle (in der Regel Brief nicht zustellbar) entspricht der Rücklauf der insgesamt 4.191 auswertbaren Fragebögen einer Rücklaufquote von 26,2 Prozent (netto).

Von der neuen Möglichkeit, online an der Befragung teilzunehmen, machten dabei 20,7 Prozent der 4.191 Personen, die den Fragebogen beantwortet haben, Gebrauch.

Bei dem Vergleich von Ergebnissen mit denen früherer Befragungen in der Zeitreihe ist zu berücksichtigen, dass sich die Methodik hinsichtlich der Grundgesamtheit bei der Repräsentativerhebung 2022 verändert hat. Auf die in der Vergangenheit getrennte Befragung von Deutschen und Personen mit Migrationshintergrund (ausländische Personen oder Deutsche mit einer weiteren Staatsangehörigkeit) mit getrennter Auswertung der Ergebnisse wurde 2022 bei einem Migrationsanteil von mittlerweile rund 35 Prozent der Bevölkerung (Definition nach Staatsangehörigkeit; nach dem erweiterten Begriff des familiären Migrationshintergrund besitzen rund 41 Prozent der hannoverschen Bevölkerung einen Migrationshintergrund) verzichtet. Die früheren Grundauswertungen der Repräsentativbefragungen erfolgten nur für die deutsche Bevölkerung; die der befragten Personen mit Migrationshintergrund separat. In der Darstellung der Zeitreihen umfassten deshalb die Befragten in den Repräsentativerhebungen – zuletzt 2019 – nur die deutsche Bevölkerung. Für die letzten drei Repräsentativerhebungen 2011, 2015 und 2019 wurden die Ergebnisse rückwirkend für die Gesamtbevölkerung ohne Trennung berechnet und können deshalb mit den Ergebnissen von 2022 verglichen werden.

Repräsentativität der Befragungsergebnisse

In dieser Veröffentlichung erfolgt die Auswertung der Fragebögen der Grundstichprobe, die nach Geschlecht und Altersgruppen der Zusammensetzung der Bevölkerung entspricht und deshalb diesbezüglich repräsentativ ist.

Am 31.12.2022 lag der Anteil der männlichen Bevölkerung ab 16 Jahren in Hannover bei 48,8 Prozent, der weibliche bei 51,2 Prozent. Bei den Personen, die die 2.468 Fragebögen der Grundstichprobe beantwortet haben, ist der männliche Anteil mit 47,1 Prozent zwar etwas geringer als der Bevölkerungsanteil, die Stichprobe ist aber bezogen auf das Geschlecht der Befragten statistisch repräsentativ.

Bei den Altersgruppen sind die Abweichungen größer: Junge Menschen nahmen seltener teil, als es ihrem Bevölkerungsanteil entspräche, ältere dagegen häufiger (vgl. Tab. 1).

Tabelle 1: Vergleich der Altersklassen der Befragten der Grundstichprobe mit der Bevölkerung ab 16 Jahren am 31.12.2022

	Befragte in %	Bevölkerung in %	Differenz in %-Punkten*
16-29 Jahre	15,5	22,6	-7,1
30-44 Jahre	22,5	25,3	-2,9
45-64 Jahre	34,7	30,1	4,7
65-74 Jahre	14,1	10,6	3,5
75 Jahre u. ä.	13,2	11,4	1,8
insgesamt	100,0	100,0	0,0

* Abweichungen durch Rundungen

Durch eine höhere Gewichtung der Antworten der beiden Altersklassen bis 44 Jahre und eine geringere Gewichtung der Antworten der oberen drei Altersklassen wurde eine Repräsentativität der Ergebnisse nicht nur nach Geschlecht, sondern auch nach Altersklassen hergestellt.

Eine Repräsentativität nach dem Migrationshintergrund der Befragten ist wie bei früheren Befragungen nicht gegeben. Zwar wurden so viele Personen mit Migrationshintergrund angeschrieben wie es ihrem Bevölkerungsanteil entspricht. Ihre Rücklaufquote ist jedoch viel geringer als die der Bevölkerung ohne Migrationshintergrund. Bei der Repräsentativerhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“ betrug die Rücklaufquote der Migrant*innenstichprobe lediglich 8,6 Prozent – ein historisch niedriger Wert (Deutsche: 30,6 %). Bei der Repräsentativbefragung 2019 waren es 16,0 Prozent. In der aktuellen Repräsentativerhebung 2022 gaben 15,8 Prozent der Befragten an, dass sie im Ausland geboren wurden – das ist erheblich weniger als der Anteil der im Ausland geborenen in der Bevölkerung ab 16 Jahren von 27,3 Prozent. Erweitert um Befragte, von denen mindestens ein Elternteil im Ausland geboren wurde, haben 25,4 Prozent der Befragten einen Migrationshintergrund – erheblich weniger als der Anteil der Bevölkerung ab 16 Jahren mit einem sogenannten familiären Migrationshintergrund von 38,0 Prozent.

Methodische Hinweise

Im Folgenden werden die Personen „Befragte“ genannt, die den Fragebogen ausgefüllt und zurückgeschickt haben. In der konkreten Auswertung der Beantwortung der einzelnen Fragen bezieht sich der Begriff „Befragte“ genau genommen nicht auf alle, die den Fragebogen zurückgeschickt haben, da nicht jede Frage von allen Personen beantwortet wurde. Die Befragten sind damit immer die Anzahl Personen, die eine bestimmte Frage tatsächlich beantwortet und nicht leer gelassen haben. Alle Prozentangaben beziehen sich auf diese Gruppe und sind damit die sogenannten „gültigen“ Prozente. Haben zum Beispiel 2.455 der 2.468 Befragten die Frage nach ihrer Beurteilung der Wohn- und Lebensqualität in ihrem Stadtteil beantwortet, das heißt eine Benotung zwischen „sehr gut“ bis „gar nicht gut“ angekreuzt, so machen diese 2.455 Antworten 100 Prozent aus. Die fehlenden 13 Personen, die diese Frage übersprungen haben, werden hier nicht mit ausgewertet.

Die Ergebnisse der Befragung werden bei Prozentzahlen im Text, in Tabellen und Abbildungen auf ganze Zahlen gerundet. Geringe Abweichungen in Summen (Rundungsfehler) erklären sich aus diesen Rundungen. Bei den offenen Fragen werden Antworten, die ungerundet mindestens zwei Prozent der gültigen Prozente erreichen, ausgewiesen, die übrigen fallen unter die Kategorie Sonstiges.

Für Fragen, bei denen Mehrfachnennungen möglich waren, ergibt die Addition der Einzelwerte durch die Mehrfachnennungen Anteile von über 100 Prozent, die sich auf die Anzahl der Befragten beziehen. 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 2022 und die vergleichbaren Ergebnisse aus den vorausgegangenen Repräsentativerhebungen der Stadt Hannover. Da nicht alle im Rahmen der Repräsentativerhebung 2022 gestellten Fragen in jeder der vorausgegangenen Erhebungen gestellt wurden, ergeben sich in den Tabellen und Grafiken mit den Vergleichsdaten zum Teil unterschiedliche Jahresbezüge.

Sofern die Ergebnisse deutliche Unterschiede zwischen Frauen und Männern oder zwischen den Altersklassen aufweisen, wird dies erläutert. Die Geschlechtskategorie „divers“ wurde lediglich 14 Mal gewählt und konnte deshalb nicht ausgewertet werden.

3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover

Eine Stadt, die attraktiv für ihre Einwohnenden sein und die Lebensqualität der Menschen sichern und verbessern will, braucht Informationen darüber, wie ihre Einwohnenden die aktuellen Lebensbedingungen einschätzen.

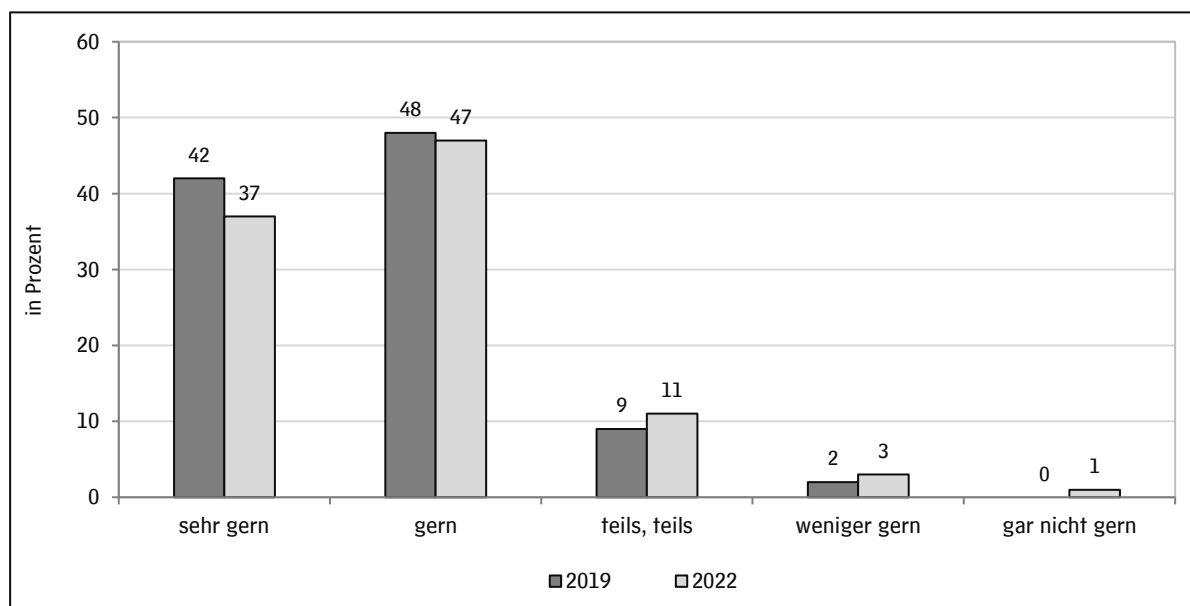
Der Grad der Zufriedenheit mit wichtigen Lebensbereichen (wie dem Wohnungsmarkt, dem Arbeitsmarkt oder der öffentlichen Sicherheit) und der vorhandenen Infrastruktur (wie den Einkaufsmöglichkeiten, den Naherholungs- sowie kulturellen Angeboten) ist dabei von besonderer Bedeutung, um mittels der Ergebnisse überprüfen zu können, ob und gegebenenfalls in welchen Bereichen die Einwohnenden Verbesserungsbedarf sehen.

In diesem Kapitel werden daher die Aspekte „Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover“, „Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage“, „größte Herausforderungen Hannovers“ sowie „Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen/Angeboten“ ausgewertet.

3.1 Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover

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

Abbildung 1: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 2019 und 2022
(Angaben in Prozent*)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Die Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen ist sehr hoch: 37 Prozent der Befragten leben „sehr gern“ und 47 Prozent „gern“ in Hannover; „weniger gern“ oder „gar nicht gern“ insgesamt nur 4 Prozent (vgl. Abb. 1). 2019 war sie noch etwas höher (42 % „sehr gern“, 48 % „gern“) (vgl. Tab. 2).
- ▶ Je älter die Befragten sind, umso tendenziell lieber leben sie in Hannover: Die Unter-45-Jährigen leben zu 82 Prozent „sehr gern“ oder „gern“ in Hannover, die Senior*innen ab 65 Jahren zu 89 Prozent, der Anteil ist damit um 7 Prozentpunkte höher.
- ▶ Dies spiegelt sich auch in der Wohndauer der Befragten in Hannover: In der Gruppe derer, die am längsten in Hannover leben (20 Jahre und länger), ist die Zufriedenheit am höchsten (87 % „sehr gern“ oder „gern“).

Tabelle 2: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 2011 bis 2021

(Angaben in Prozent*)

	2011	2015	2019	2022
	in %			
sehr gern	43	49	42	37
gern	46	41	48	47
teils, teils	9	8	9	11
weniger gern	2	2	2	3
gar nicht gern	0	1	0	1
insgesamt	100	100	100	100

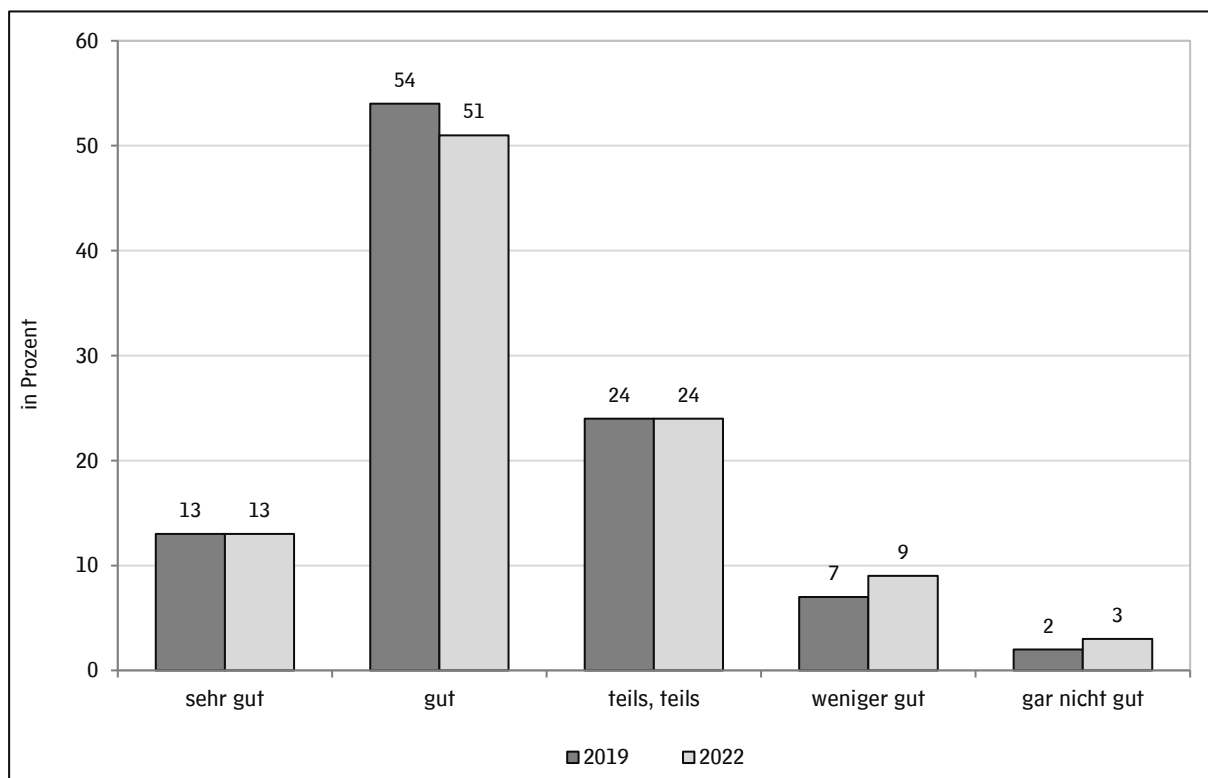
* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

3.2 Beurteilung der persönlichen wirtschaftlichen Lage

Frage: „Wie beurteilen Sie heute Ihre persönliche wirtschaftliche Lage?“

- ▶ Fast zwei Drittel (64 %) aller Befragten beurteilen ihre persönliche wirtschaftliche Lage als „sehr gut“ (13 %) oder als „gut“ (51 %). „Teils, teils“ gibt ein Viertel der Befragten an (24 %), 9 Prozent „weniger gut“ und 3 Prozent „gar nicht gut“ (vgl. Abb. 2).
- ▶ Frauen schätzen ihre persönliche wirtschaftliche Lage mit 63 Prozent „sehr gut“ oder „gut“ etwas seltener positiv ein als Männer mit 66 Prozent. Einen größeren Einfluss hat das Alter: Die jungen Erwachsenen unter 30 Jahren schätzen ihre Lage zu 56 Prozent als „sehr gut“ oder „gut“ ein, die Senior*innen ab 65 Jahren zu 69 Prozent – 13 Prozentpunkte mehr (65 bis 74 Jahre 68 %, 75 Jahre und älter 71 %).

Abbildung 2: Zufriedenheit mit der persönlichen wirtschaftlichen Lage 2019 und 2022
(Angaben in Prozent)



- ▶ Gegenüber 2019 ist der Anteil derer, die ihre wirtschaftliche Lage als „sehr gut“ einstufen, konstant geblieben (ebenso wie teils, teils). Bei der Einschätzung der Lage als „gut“ ist der Anteil von 54 Prozent auf 51 Prozent nur vergleichsweise leicht gesunken – trotz negativen wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronakrise, gestiegener Inflation und gestiegener Energiepreise. Auch die Einschätzung als „weniger gut“ oder „gar nicht gut“ ist gegenüber 2019 nur um insgesamt 3 Prozent moderat gestiegen. In den Repräsentativerhebungen 2011 und 2015 wurde die Beurteilung der persönlichen wirtschaftlichen Lage nicht erfragt.
- ▶ Die Einschätzung der persönlichen wirtschaftlichen Lage hängt erwartbar stark vom Nettoeinkommen des Haushalts ab: 98 Prozent derer, deren Haushaltseinkommen bei mindestens 6.000 EUR liegt, schätzen ihre wirtschaftliche Lage als „sehr gut“ oder „gut“ ein. In der Einkommenskategorie zwischen 4.000 und unter 6.000 EUR netto sind es 88 Prozent, bei 3.000 bis unter 4.000 EUR noch 72 Prozent. In der untersten Klasse eines Nettohaushaltseinkommens unter 1.000 EUR sinkt der Anteil auf 14 Prozent, bei 1.000 bis unter 2.000 EUR sind es 37 Prozent.

3.3 Größte Herausforderungen Hannovers

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

Bei dieser offenen Frage konnten die Antworten frei formuliert werden. Die Befragten wurden gebeten, maximal drei Themen zu benennen. Im Schnitt wurden von denjenigen, die die Frage beantwortet haben, 2,5 Probleme bzw. Herausforderungen notiert. Zur Herstellung der Vergleichbarkeit der Ergebnisse mit früheren Befragungen wurden die Antworten auf 100 Prozent umgerechnet.

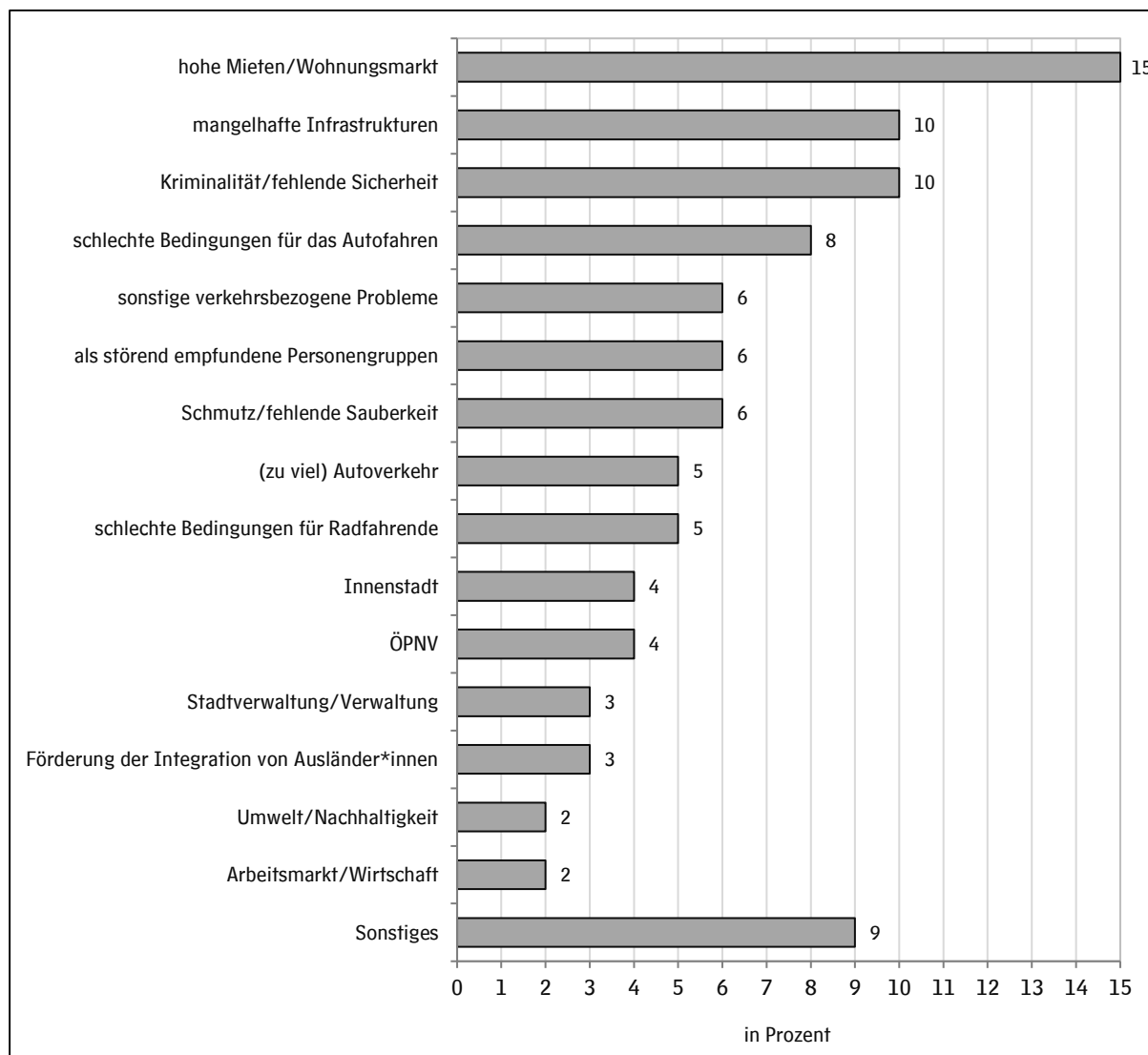
Die Frage dient dazu, die aus subjektiver Sicht der Einwohnenden besonders relevanten Handlungsfelder der Stadtpolitik zu identifizieren. Im Rahmen der Auswertung wurden die Einzelnennungen zu Themenbereichen gebündelt. Themen, auf die weniger als zwei Prozent der Antworten entfielen, wurden der Kategorie „Sonstiges“ zugeschlagen.

Bei der Interpretation der Antworten ist zu beachten, dass diese nicht immer objektive Gegebenheiten widerspiegeln müssen. Veränderungen der Bewertungen im Zeitverlauf geben zudem nicht unbedingt tatsächliche Entwicklungen wieder, sondern können auch Ausdruck sich ändernder Wertmaßstäbe und Bedürfnisse der Bevölkerung sein.

- ▶ Der Wohnungsmarkt mit hohen Mieten ist 2022 die aus Sicht der Befragten mit Abstand größte Herausforderung Hannovers – hierauf entfielen 15 Prozent aller Antworten (darunter 4 Prozent explizit zu hohe Immobilienpreise) (vgl. Abb. 3). 10 Prozent der Antworten entfallen auf Herausforderungen bei städtischen Infrastrukturen, worunter sich die Hälfte auf Schulinfrastruktur (3 %) und Kinderbetreuung (2 %) konzentriert, aber auch z. B. die kulturelle Infrastruktur (Kulturangebot) wird benannt.
- ▶ Kriminalität/Unsicherheit ist mit 10 Prozent der Antworten die am dritthäufigsten genannte Herausforderung Hannovers (darunter 2 Prozent explizit Drogenhandel/-konsum).
- ▶ 8 Prozent der Antworten beziehen sich auf schlechte Bedingungen für das Autofahren (u. a. zu viele Staus, zu wenig Parkmöglichkeiten), was damit die viertgrößte Herausforderung aus Sicht der Befragten ist. 6 Prozent betreffen verschiedene Verkehrsthemen wie z. B. Verkehrssicherheit oder Kritik an E-Rollern. 5 Prozent der Antworten beinhalten Kritik am Autoverkehr und weitere 5 Prozent nennen schlechte Bedingungen für das Radfahren als Herausforderung. 4 Prozent kritisieren den ÖPNV, worunter 1 Prozent explizit auf zu hohe ÖPNV-Gebühren entfällt. Addiert man alle Aspekte, die den Verkehr thematisieren, so ist dies mit 28 Prozent aller Antworten das am häufigsten problematisierte Gesamtthema.
- ▶ In 6 Prozent der Antworten werden bestimmte Personengruppen als größte Herausforderung Hannovers bezeichnet, darunter je 1 Prozent Ausländer*innen und 1 Prozent explizit Geflüchtete (weiterhin z. B. Bettelnde und Obdachlose). Mit weniger kritischem, sondern konstruktivem Motiv sprechen sich 3 Prozent der Antworten für eine Förderung der besseren Integration von ausländischen Personen aus. Weitere 6 Prozent der Antworten thematisieren Schmutz bzw. fehlende Sauberkeit in der Stadt.

Abbildung 3: Größte Herausforderungen Hannovers 2022

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



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Der Wohnungsmarkt wird von Frauen mit 16 Prozent häufiger als Herausforderung benannt als von Männern (13 %).
- ▶ Im Zeitvergleich war der angespannte Wohnungsmarkt bereits 2019 die aus Sicht der Befragten mit Abstand größte Herausforderung Hannovers, und zwar mit 16 Prozent der Antworten auf dem gleichen Niveau wie 2022 mit 15 Prozent (vgl. Tab. 3). Auch 2015 war die Thematik mit 14 Prozent bereits bedeutend, während sie 2011 mit weniger als 2 Prozent noch kaum eine Rolle gespielt hatte. Da bei der Frage Mehrfachantworten möglich waren, können die Ergebnisse statt auf 100 Prozent der Antworten umgerechnet auch bezogen auf die Zahl der Fälle bzw. Befragten ausgewertet werden. Dabei haben 2022 37 Prozent der Befragten (auch) den Wohnungsmarkt eine der größten Herausforderungen in Hannover angegeben; 2019 waren es mit 29 der Befragten weniger, und 2015 waren es erst 22 Prozent.

3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover

- ▶ Als störend empfundene Personengruppen werden 2022 mit 6 Prozent seltener genannt als bei den Befragungen zuvor. Dies auch unter Berücksichtigung, dass die nicht ausreichende Förderung der Integration von Ausländer*innen 2022 erstmals als eigene Herausforderung ausgewiesen wurde und deshalb in den „als störend empfundene Personengruppen“ nicht enthalten ist.
- ▶ Fiel die Innenstadt 2015 und 2019 bei den größten Herausforderungen Hannovers mit weiter unter 2 Prozent noch unter Sonstiges, entfielen 2022 4 Prozent der Antworten auf dieses Thema, 2011 waren es 3 Prozent gewesen.
- ▶ Kriminalität als Herausforderung wird 2022 mit 10 Prozent etwas häufiger genannt als bei den drei Repräsentativerhebungen zuvor. 2019 waren es bereits 8 Prozent, 2015 6 Prozent und 2011 9 Prozent.

Tabelle 3: Größte Herausforderungen in Hannovers 2011 bis 2022

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2011		2015		2019		2022	
	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragte
hohe Mieten/Wohnungsmarkt	2	3	14	22	16	29	15	37
mangelhafte Infrastrukturen	5	8	3	6	8	15	10	26
Kriminalität, Unsicherheit, Drogen	9	16	6	9	8	14	10	25
schlechte Bedingungen für das Autofahren	*	*	*	*	*	*	8	20
sonstige verkehrsbezogene Probleme	*	*	*	*	*	*	6	16
als störend empfundene Personengruppen**	13	21	23	37	11	20	6	15
Schmutz, fehlende Sauberkeit	7	12	5	8	6	11	6	14
(zu viel) Autoverkehr	*	*	*	*	*	*	5	12
schlechte Bedingungen für Radfahrer	*	*	*	*	4	8	5	12
Innenstadt	3	5	1	1	0	1	4	11
ÖPNV	2	4	3	5	5	9	4	11
Stadtverwaltung/Verwaltung	4	6	1	1	2	4	3	9
Förderung der Integration von Ausländern**	*	*	*	*	*	*	3	9
Umwelt/Nachhaltigkeit	*	*	*	*	2	3	2	6
Arbeitsmarkt/Wirtschaft	6	10	3	6	1	1	2	5
Sonstiges insgesamt	31	51	26	43	12	21	9	22
verkehrsbezogene Themen, nicht differenziert***	18	30	16	26	25	46	*	*
insgesamt****	100	166	100	165	100	182	100	250

* nicht genannt

** 2011 bis 2019 inkl. Förderung der Integration von Ausländer*innen

*** 2022 in einzelne Themen differenziert

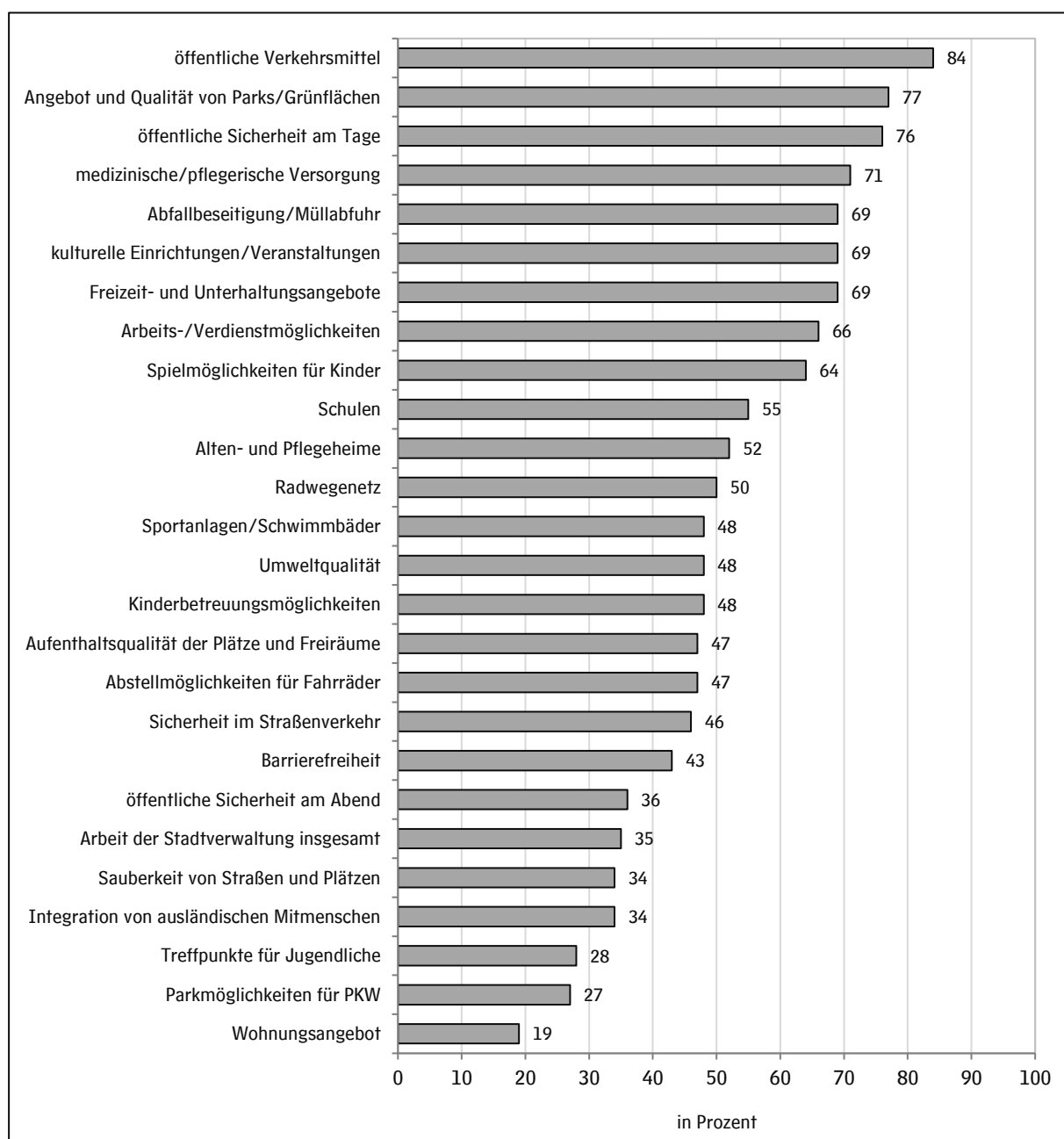
**** mehr als 100 Prozent = Mehrfachnennungen

3.4 Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen

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

Ergänzend zu den Fragen zur Gesamtzufriedenheit, zur Zufriedenheit mit der persönlichen wirtschaftlichen Lage sowie zu den größten Herausforderungen der Stadt wurden alle Befragten gebeten, ihre Zufriedenheit mit 26 verschiedenen Lebensbereichen auf einer fünfstufigen Skala von 1 („sehr zufrieden“) bis 5 („sehr unzufrieden“) anzugeben.

Abbildung 4: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Landeshauptstadt Hannover 2022 (Anteile „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“, Angaben in Prozent)



- ▶ Von den zu beurteilenden Aspekten in der Stadt Hannover erhält der ÖPNV die größte Zustimmung: 84 Prozent der Befragten sind damit in Summe „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Auch das Angebot und die Qualität von Parks und Grünflächen (77 %) und die öffentliche Sicherheit am Tage (76 %) werden sehr positiv beurteilt. Es folgt die medizinische/pflegerische Versorgung (71 %); gefolgt von drei Aspekten, mit denen jeweils 69 Prozent der Befragten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ sind: die Abfallbeseitigung/Müllabfuhr, kulturelle Einrichtungen/Veranstaltungen und Freizeit- und Unterhaltungsangebote (vgl. Abb. 4).
- ▶ Abgeschlagen auf dem letzten Rang liegt die Beurteilung des Wohnungsangebotes. Nur 19 Prozent der Befragten sind hiermit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Im Gegenteil ist fast jede*r Zweite (47 %) hiermit „unzufrieden“ (30 %) oder „sehr unzufrieden“ (17 %). Dies passt dazu, dass in Kapitel 3.3 der Wohnungsmarkt als größte Herausforderung Hannovers genannt wurde. Auch die Parkmöglichkeiten für PKW (27 % „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“) und Treffpunkte für Jugendliche (28 %) werden eher schlecht beurteilt. Auch folgende vier Themen werden nur von gut einem Drittel der Befragten positiv beurteilt: Integration von ausländischen Menschen und Sauberkeit von Straßen und Plätzen mit je 34 Prozent, die Arbeit der Stadtverwaltung insgesamt (35 %) und die öffentliche Sicherheit am Abend (36 %).
- ▶ Betrachtet man am anderen Ende der Skala die Summe der beiden Beurteilungen „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ so folgen hinter dem Wohnungsangebot (47 %) die Parkmöglichkeiten für PKW (41 %), Treffpunkte für Jugendliche (33 %) sowie die öffentliche Sicherheit am Abend, mit der ein Viertel der Befragten (25 %) „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ ist.

Bei einigen Aspekten zeigen sich deutliche Unterschiede der Zufriedenheit zwischen Frauen und Männern:

- ▶ Mit der Barrierefreiheit sind Männer zu 53 Prozent „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“, jedoch nur 34 Prozent der Frauen – 19 Prozentpunkte weniger.
- ▶ Auch die Umweltqualität in Hannover beurteilen Frauen kritischer: 42 Prozent sind „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“, von den Männern sind es mit 55 Prozent deutlich mehr. Genauso verhält es sich rechnerisch mit den Treffpunkten für Jugendliche. Umgekehrt sind 37 Prozent der Frauen, aber nur 29 Prozent der Männer hiermit „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“.
- ▶ Das subjektive Sicherheitsgefühl am Abend ist bei Männern höher: 29 Prozent der Frauen sind „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ (bei gleichzeitig 30 Prozent „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“), bei den Männern sind es nur 21 Prozent.
- ▶ Die Abstellmöglichkeiten für Fahrräder beurteilen Männer besser als Frauen: Gut jeder zweite Mann ist hiermit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ (52 %), bei den Frauen sind es nur 43 Prozent. Auch die Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten werden von Männern mit 70 Prozent besser beurteilt als von Frauen mit 63 Prozent.
- ▶ Mit dem Wohnungsangebot sind 42 Prozent der Männer „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ gegenüber jeder zweiten Frau (50 %). Kulturelle Einrichtungen/Veranstaltungen beurteilen Frauen dagegen besser (73 % „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“) als Männer (65 %).

Nach Altersgruppen betrachtet ist die Beurteilung verschiedener Aspekte ebenfalls deutlich unterschiedlich. Bei folgenden Aspekten sind die Anteile „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ der Jüngeren (16 bis 44 Jahre) deutlich höher als bei Älteren ab 65 Jahren:

- ▶ Treffpunkte für Jugendliche: 38 Prozent Jüngere (davon 43 % der 16- bis 29-Jährigen und 33 % der 30- bis 44-Jährigen), 18 Prozent Ältere
- ▶ Freizeit- und Unterhaltungsangebote: 71 Prozent Jüngere, 59 Prozent Ältere
- ▶ Sportanlagen/Schwimmbäder: 52 Prozent Jüngere, 46 Prozent Ältere

Folgende Aspekte werden dagegen von den Älteren positiver („sehr zufrieden“ oder „zufrieden“) beurteilt als von den Jüngeren:

- ▶ Schulen: 54 Prozent Jüngere, 65 Prozent Ältere
- ▶ Kinderbetreuungsmöglichkeiten: 45 Prozent Jüngere, 54 Prozent Ältere
- ▶ Parkmöglichkeiten für PKW: 23 Prozent Jüngere, 32 Prozent Ältere
- ▶ Alten- und Pflegeheime: 51 Prozent Jüngere, 58 Prozent Ältere

- ▶ Bezogen auf die Anteile „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ sind mit den Kinderbetreuungsmöglichkeiten nur 10 Prozent der Personen ab 65 Jahren nicht zufrieden, bei den Jüngeren unter 45 Jahren sind es dagegen ein Viertel (25 %).
- ▶ Die Beurteilung der Parkmöglichkeiten für PKW hängt deutlich davon ab, ob die Befragten zur Miete oder im Eigentum wohnen: Nur 22 Prozent der Befragten, die zur Miete wohnen, sind mit den Parkmöglichkeiten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ („unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“: 46 %). Bei den in Eigentum wohnenden Befragten sind es ein Drittel (33 %) („unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ ebenfalls 33 %).
- ▶ Einige der 26 Aspekte wurden von vielen Befragten mit „weiß nicht“ beurteilt oder ganz übersprungen. Zu Alten- und Pflegeheimen gaben mehr als die Hälfte der Befragten (59 %) keine Beurteilung ab, ebenso zu Treffpunkten für Jugendliche (57 %) und zu Kinderbetreuungsmöglichkeiten (51 %). Auch bei Schulen (45 %), Spielmöglichkeiten für Kinder (35 %) sowie zu Barrierefreiheit und zu Integration von ausländischen Mitmenschen (je 31 %) gaben vergleichsweise viele Befragte kein Urteil ab.
- ▶ Vergleicht man die Zufriedenheit 2019 mit 2022, so gibt es bei drei Aspekten eine spürbar bessere Einschätzung: Die Spielmöglichkeiten für Kinder/Spielplätze erhalten 2022 von 64 Prozent der Befragten die Einschätzung „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ gegenüber 58 Prozent 2019. Auch die Arbeits-/Verdienstmöglichkeiten werden um 6 Prozentpunkte häufiger so eingestuft: 66 Prozent 2022 gegenüber 60 Prozent 2019. Bei Alten- und Pflegeheimen stieg der Anteil „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ von 47 auf 52 Prozent um 5 Prozentpunkte (vgl. Tab. 4).
- ▶ Demgegenüber gab es bei deutlich mehr Aspekten eine Abnahme der Beurteilung mit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“: Bei der Barrierefreiheit sank der Anteil von 55 auf 43 Prozent, bei der medizinischen Versorgung von 83 auf 71 Prozent. Mit der Arbeit der Stadtverwaltung sind nur noch

3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover

35 Prozent der Befragten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“, 9 Prozentpunkte weniger als 2019. Bei der öffentlichen Sicherheit am Abend betrug der Rückgang 8 Prozentpunkte von 44 auf 36 Prozent. Auch die Abfallbeseitigung erhält mit 69 Prozent weniger Zustimmung als 2019.

Tabelle 4: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2015, 2019 und 2022 (Angaben in Prozent)

	2015	2019	2022	2015	2019	2022
	Anteile "sehr zufrieden" oder "zufrieden"			Anteile "unzufrieden" oder "sehr unzufrieden"		
	in %			in %		
öffentliche Verkehrsmittel	92	83	84	2	4	4
Angebot und Qualität von Parks/Grünflächen	91	79	77	2	4	5
öffentliche Sicherheit am Tage	88	79	76	2	4	5
medizinische Versorgung	88	83	71	2	4	7
Abfallbeseitigung/Müllabfuhr	77	76	69	6	7	11
kulturelle Einrichtungen/Veranstaltungen	79	74	69	4	5	8
Freizeit- und Unterhaltungsangebote	77	75	69	5	6	8
Arbeits-/Verdienstmöglichkeiten	63	60	66	7	8	8
Spielmöglichkeiten für Kinder/Spielplätze	66	58	64	6	8	9
Schulen	73	54	55	4	12	16
Alten- und Pflegeheime	65	47	52	4	9	13
Radwegenetz	65	50	50	9	17	18
Sportanlagen/Schwimmbäder	57	50	48	12	16	19
Umweltqualität	66	49	48	5	13	12
Kinderbetreuungsmöglichkeiten	58	47	48	7	13	19
Aufenthaltsqualität der Plätze und Freiräume	56	47	47	7	11	13
Abstellmöglichkeiten für Fahrräder	*	50	47	*	14	17
Sicherheit im Straßenverkehr	61	47	46	7	15	15
Barrierefreiheit	*	55	43	*	5	11
öffentliche Sicherheit am Abend	53	44	36	13	18	25
Arbeit der Stadtverwaltung insgesamt	59	44	35	7	13	23
Sauberkeit von Straßen und Plätzen	49	37	34	13	23	24
Integration von ausländischen Mitmenschen	46	33	34	11	20	23
Treffmöglichkeiten für Jugendliche	35	27	28	20	22	33
Parkmöglichkeiten für PKW	30	25	27	32	37	41
Wohnungsangebot	33	17	19	28	49	47

* nicht abgefragt

- ▶ Die Unzufriedenheit (Anteile „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“) ist bei fast allen abgefragten 26 Aspekten gestiegen, nur bei zwei Aspekten sank sie leicht und blieb bei fünf Aspekten konstant. Deutliche Verschlechterungen gab es u. a. bei der Beurteilung der Barrierefreiheit: Die Einschätzung mit „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ hat sich von 5 auf 11 Prozent gut verdoppelt. Auch die Arbeit der Stadtverwaltung wurde mit 23 Prozent „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“ deutlich häufiger schlecht beurteilt als 2019 mit nur 13 Prozent. Ähnlich verschlechtert hat sich die Zufriedenheit mit Treffpunkten für Jugendliche (von 22 auf 33 % „unzufrieden“ oder „sehr unzufrieden“) und der öffentlichen Sicherheit am Abend (von 18 auf 25 %). Die Unzufriedenheit mit Kinderbetreuungsmöglichkeiten stieg von 2019 auf 2022 von 13 auf 19 Prozent ebenfalls spürbar.

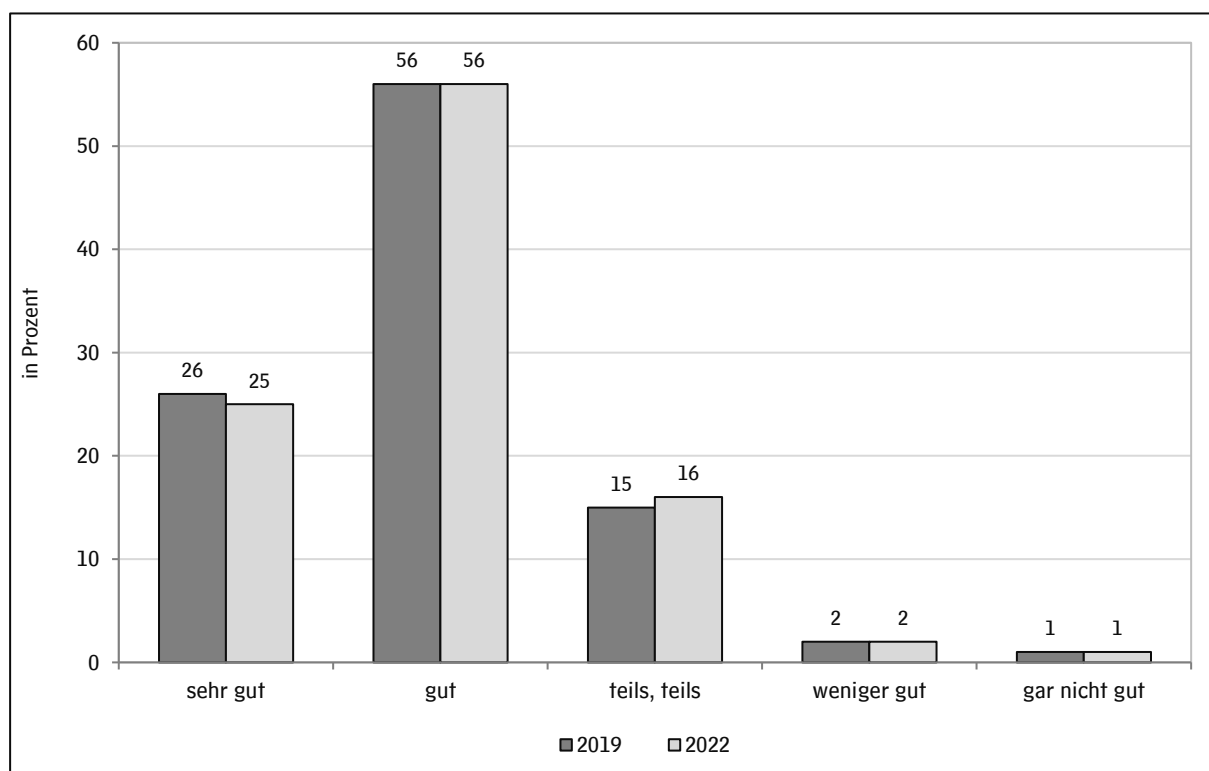
4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil

Im Mittelpunkt dieses Kapitels steht die Zufriedenheit der Befragten mit den Wohn- und Lebensbedingungen in ihrem Stadtteil. Im Einzelnen richten sich die Fragen auf die Gesamtzufriedenheit mit dem Stadtteil, auf wahrgenommene Vor- und Nachteile des Stadtteils, auf die Zufriedenheit mit wichtigen Einrichtungen und Angeboten, die Einschätzung der Sicherheit tagsüber und am Abend, auf die Zufriedenheit mit der eigenen Wohnung und auf Barrierefreiheit.

4.1 Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil

Frage: „Wie beurteilen Sie für sich persönlich die Wohn- und Lebensqualität in Ihrem Stadtteil?“

Abbildung 5: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 2019 und 2022 (Angaben in Prozent)



- Vier Fünfteln aller Befragten (81 %) finden die Wohn- und Lebensbedingungen in ihrem Stadtteil weiterhin überwiegend sehr gut (25 %) oder gut (56 %) (vgl. Abb. 5). Auf „weniger gut“ oder „gar nicht gut“ entfallen nur insgesamt 3 Prozent; der Anteil „teils, teils“ liegt bei 16 Prozent. An dieser Verteilung hat sich während der letzten Befragungen wenig verändert (vgl. Tab. 5).

- Betrachtet nach Geschlecht und Altersklassen liegt die einzige Besonderheit darin, dass die 65- bis 74-Jährigen die Noten „sehr gut“ und „teils, teils“ jeweils zu 20 Prozent vergeben und damit etwas kritischer urteilen als die Gesamtheit.

Tabelle 5: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 2011 bis 2022
(Angaben in Prozent)

	2011	2015	2019	2022
	in %			
sehr gut	21	26	26	25
gut	57	57	56	56
teils, teils	18	14	15	16
weniger gut	3	3	2	2
gar nicht gut	1	0	1	1
insgesamt	100	100	100	100

* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

4.2 Vor- und Nachteile des eigenen Stadtteils

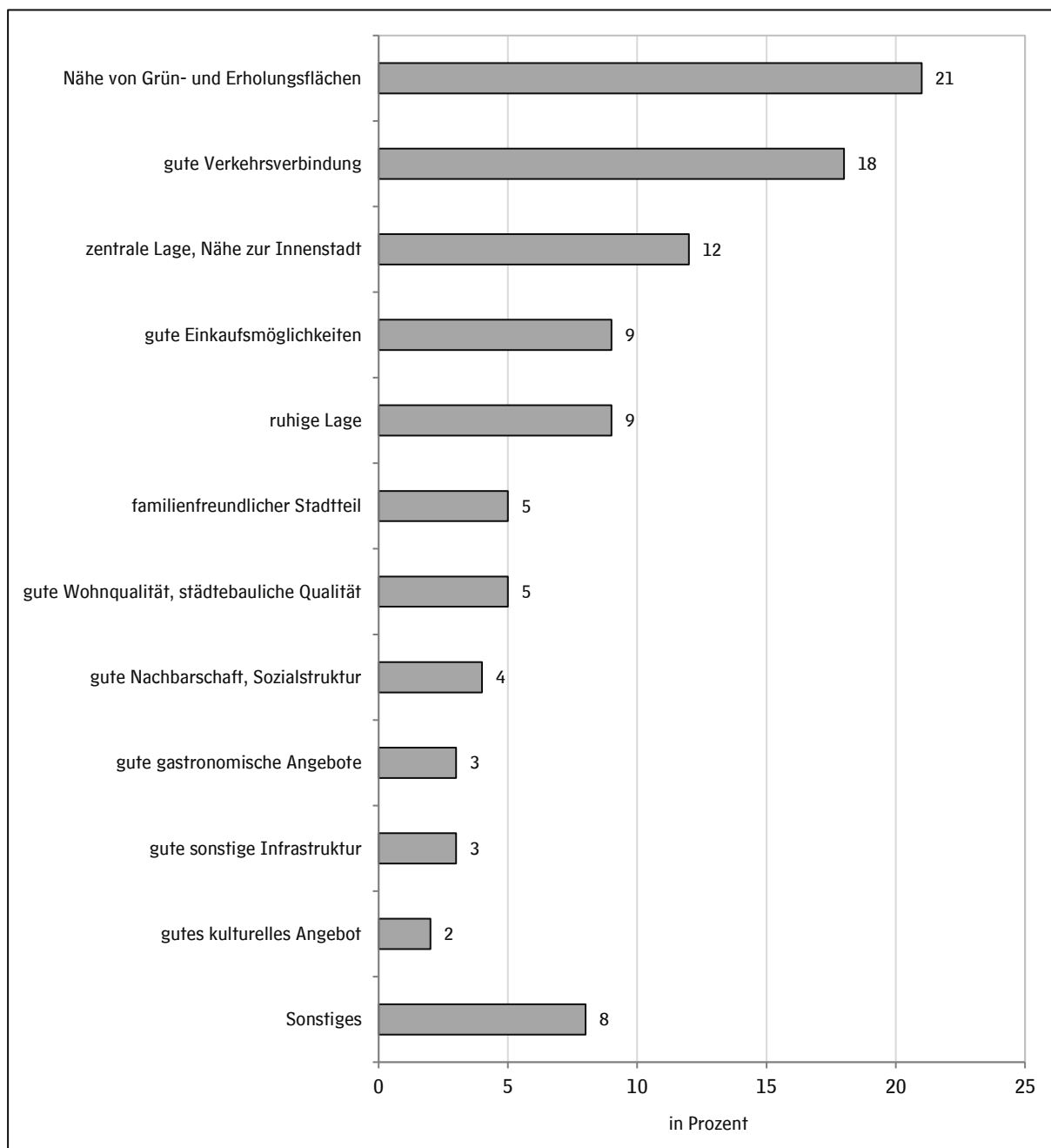
Bei den Fragen zu den Vor- und Nachteilen des eigenen Stadtteils konnten die Befragten ein oder mehrere Antworten frei formulieren. Im Rahmen der Auswertung wurden die Einzelnennungen zu Themenbereichen gebündelt und auf eine Basis von 100 Prozent umgerechnet, um eine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren herstellen zu können. Aspekte, die weniger als 2 Prozent aller Antworten auf sich vereinigten, wurden der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet.

Vorteile des eigenen Stadtteils

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

- Im Schnitt wurden von allen 2.220 Befragten, die die Frage beantwortet haben, 3,3 Antworten gegeben. Umgerechnet auf 100 Prozent nennen als größten Vorteil Ihres Stadtteils die Befragten am häufigsten (21 % der Antworten) die Nähe zu Grün- und Erholungsflächen. Darunter entfallen allein 5 Prozent auf die Eilenriede, 2 Prozent auf den Maschsee und jeweils 1 Prozent auf den Mittellandkanal und die Herrenhäuser Gärten mit Berggarten.

Abbildung 6: Vorteile des eigenen Stadtteils 2022
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis: 100 Prozent*)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Mit 18 Prozent folgt auf Rang 2 eine gute Verkehrsanbindung. Über die Hälfte dieser Nennungen (10 %) loben den ÖPNV. Die übrigen Aussagen beziehen sich auf eine gute Verkehrsverbindung allgemein (5 %), genannt werden zudem ungefähr gleich oft mit je 2 Prozent eine gute Autobahnanbindung und gute Radwege bzw. Fahrradfreundlichkeit.
- ▶ Die gute (zentrale) Lage des Stadtteils liegt mit 12 Prozent der Befragten auf Rang 3, gefolgt von guten Einkaufsmöglichkeiten mit 9 Prozent sowie einer ruhigen Lage mit ebenfalls 9 Prozent.
- ▶ Mit etwas Abstand folgt auf Rang 6 die Einschätzung als familienfreundlicher Stadtteil mit 5 Prozent. Hierunter fallen in erster Linie Schulen, Kitas sowie Spielplätze in der Nähe. Gleichauf liegt gute

4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil

Wohnqualität/gute städtebauliche Qualität. Thematisiert werden dabei unter anderem gute Wohnverhältnisse oder bezahlbarer Wohnraum.

- ▶ Weitere Themen mit mindestens 2 Prozent der Antworten sind gute Nachbarschaft/Sozialstruktur (4 %), gute gastronomische Angebote (3 %), eine gute sonstige Infrastruktur – soweit in anderen Aspekten nicht enthalten (3 %) – und ein gutes kulturelles Angebot (2 %).
- ▶ Frauen nennen mit 6 Prozent der Antworten die Familienfreundlichkeit des Stadtteils häufiger als Männer (4 %).
- ▶ Im Zeitvergleich sind die Aspekte der Nähe zu Grün- und Erholungsflächen sowie die guten Verkehrsverbindungen konstant auf den ersten beiden Plätzen der Vorteile des eigenen Stadtteils. Auch die zentrale Lage, gute Einkaufsmöglichkeiten und eine eher ruhige Lage werden durchgängig häufig genannt (vgl. Tab. 6).
- ▶ Bezieht man die Ergebnisse statt auf die Antworten (Summe = 100 %) auf die Befragten, so haben sogar 70 Prozent derer, die hier einen oder mehrere Vorteile des eigenen Stadtteils benannt haben, die Nähe zu Grün- und Erholungsflächen thematisiert (vgl. Tab. 6).

Tabelle 6: Vorteile des eigenen Stadtteils 2011 und 2022
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2011		2015		2019		2022	
	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten
Nähe von Grün- und Erholungsflächen	20	49	19	50	20	55	21	70
gute Verkehrsverbindungen	19	45	18	48	20	56	18	60
zentrale Lage, Nähe zur Innenstadt	14	33	13	35	12	34	12	39
gute Einkaufsmöglichkeiten	13	31	14	36	12	33	9	31
ruhige Lage	10	24	10	27	11	29	9	29
familienfreundlicher Stadtteil	*	*	*	*	4	12	5	18
gute Wohnqualität/gute städtebauliche Qualität	5	12	4	12	3	9	5	15
gute Nachbarschaft/Sozialstruktur	5	11	5	14	4	10	4	12
gutes gastronomisches Angebot	1	3	2	4	2	5	3	11
sonstige Infrastruktur, woanders nicht genannt	10	24	9	25	3	8	3	10
gutes kulturelles Angebot	1	2	1	3	1	4	2	7
Sonstiges insgesamt	3	7	4	10	7	18	8	26
insgesamt**	100	240	100	263	100	274	100	326

* nicht genannt

** mehr als 100 Prozent = Mehrfachnennungen

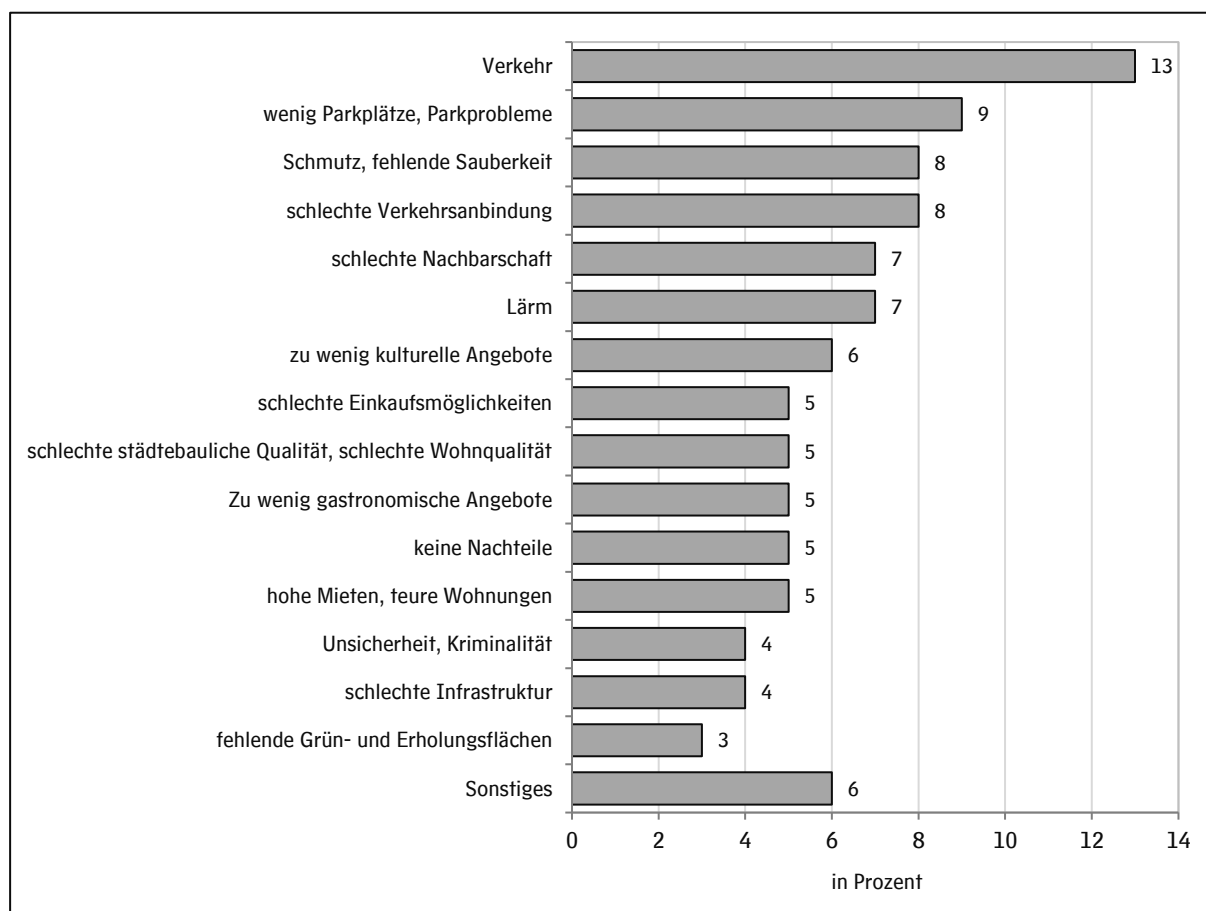
Nachteile des eigenen Stadtteils

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

Im Schnitt wurden von allen 2.103 Befragten, die die Frage beantwortet haben, 2,0 Nachteile genannt.

Abbildung 7: Nachteile des eigenen Stadtteils 2022

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



- Am häufigsten werden mit 13 Prozent der Antworten Verkehrsaspekte als Nachteil des Stadtteils angeführt. Hierunter fallen verschiedene Punkte wie hohes Verkehrsaufkommen oder zu viele Autos, aber auch Baustellen, Staus, Falschparker oder zu wenig E-Ladesäulen. Weitere 9 Prozent auf Rang 2 kritisieren mangelnde Parkmöglichkeiten (vgl. Abb. 7). Mit Schmutz, fehlende Sauberkeit (8 %) folgt mit der nachteiligen Verkehrsanbindung (ebenfalls 8 %) ein weiteres Verkehrsthema, auf das zusammengezählt 30 Prozent aller Antworten entfallen.
- Auf Rang 5 der Nachteile im eigenen Stadtteil folgt eine schlechte bzw. problematische Nachbarschaft mit 7 Prozent. Nur 2 Prozent davon entfallen auf ausländische Personen bzw. Migrant*innen, der deutlich größere Anteil verteilt sich auf verschiedene Personengruppen wie Alkoholiker*innen und Obdachlose, aber auch auf laute Nachbarn, rücksichtslose Menschen,

4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil

„Vergreisung“ oder Rechtsradikale. Auch auf Lärm entfallen 7 Prozent der Antworten, gefolgt von 6 Prozent, die fehlende Kulturangebote (darunter auch Freizeitangebote) bemängeln.

- ▶ Die älteren Bewohner*innen sind mit ihrem Stadtteil insgesamt etwas zufriedener als jüngere: 7 Prozent der Antworten der 75-Jährigen und älter und 6 Prozent der 65- bis 74-Jährigen konstatieren explizit, dass ihr Stadtteil keine besonderen Nachteile habe. Bei den 16- bis 29-Jährigen und 45- bis 64-Jährigen sind es je 5 Prozent, bei den 30- bis 44-Jährigen nur 3 Prozent. Unsauberkeit und Schmutz wird am stärksten von den 16- bis 29-Jährigen beanstandet (10 % der Antworten). Auch die städtebauliche Qualität des eigenen Stadtteils wird von der jüngsten Altersgruppe mit 7 Prozent deutlich häufiger kritisiert als von der ältesten Altersgruppe mit 4 Prozent. Hohe Mieten bzw. teure Wohnungen sind für die Altersgruppe der 30- bis 44-Jährigen mit 6 Prozent der Antworten relevanter als für die anderen Altersgruppen.
- ▶ Seit 2011 hat sich die Kritik an schlechter Infrastruktur im eigenen Stadtteil von 8 Prozent über 6 auf 4 Prozent der Antworten verringert (vgl. Tab. 7). Konkret bei Einkaufsmöglichkeiten sanken die Nennungen von 10 über 8 auf 5 Prozent. Auch die Kritik an schlechter Nachbarschaft ist von 13 auf 7 Prozent gesunken. Wenig Parkraum, Unsauberkeit und eine schlechte Verkehrsanbindung halten sich im Zeitverlauf auf recht hohem Niveau.

Tabelle 7: Nachteile des eigenen Stadtteils 2011 bis 2022
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2011		2015		2019		2022	
	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten
Verkehr**	17	25	16	24	9	15	13	26
Lärm**					7	13	7	14
wenig Parkplätze, Parkprobleme	9	14	12	18	12	20	9	19
Schmutz, fehlende Sauberkeit	9	13	7	11	9	16	8	17
schlechte Verkehrsanbindung	8	12	7	11	6	10	8	16
schlechte Nachbarschaft	13	20	10	15	7	12	7	15
zu wenig kulturelle Angebote	*	*	*	*	3	5	6	11
schlechte Einkaufsmöglichkeiten	10	16	8	12	8	13	5	11
schlechte Wohnqualität/städtebauliche Qualität	7	10	4	7	6	10	5	11
Zu wenig gastronomische Angebote	3	5	4	7	5	8	5	10
keine Nachteile	6	9	6	9	4	6	5	9
hohe Mieten, teure Wohnungen	3	5	6	9	6	10	5	9
Unsicherheit, Kriminalität	3	5	3	5	6	9	4	9
schlechte Infrastruktur	8	12	6	9	6	10	4	8
fehlende Grün- und Erholungsflächen	3	4	3	4	3	5	3	6
Sonstiges	1	1	8	12	4	6	6	12
insgesamt***	100	150	100	153	100	170	100	203

* nicht genannt

** 2011 und 2015 zusammen erfasst

*** mehr als 100 Prozent = Mehrfachnennungen

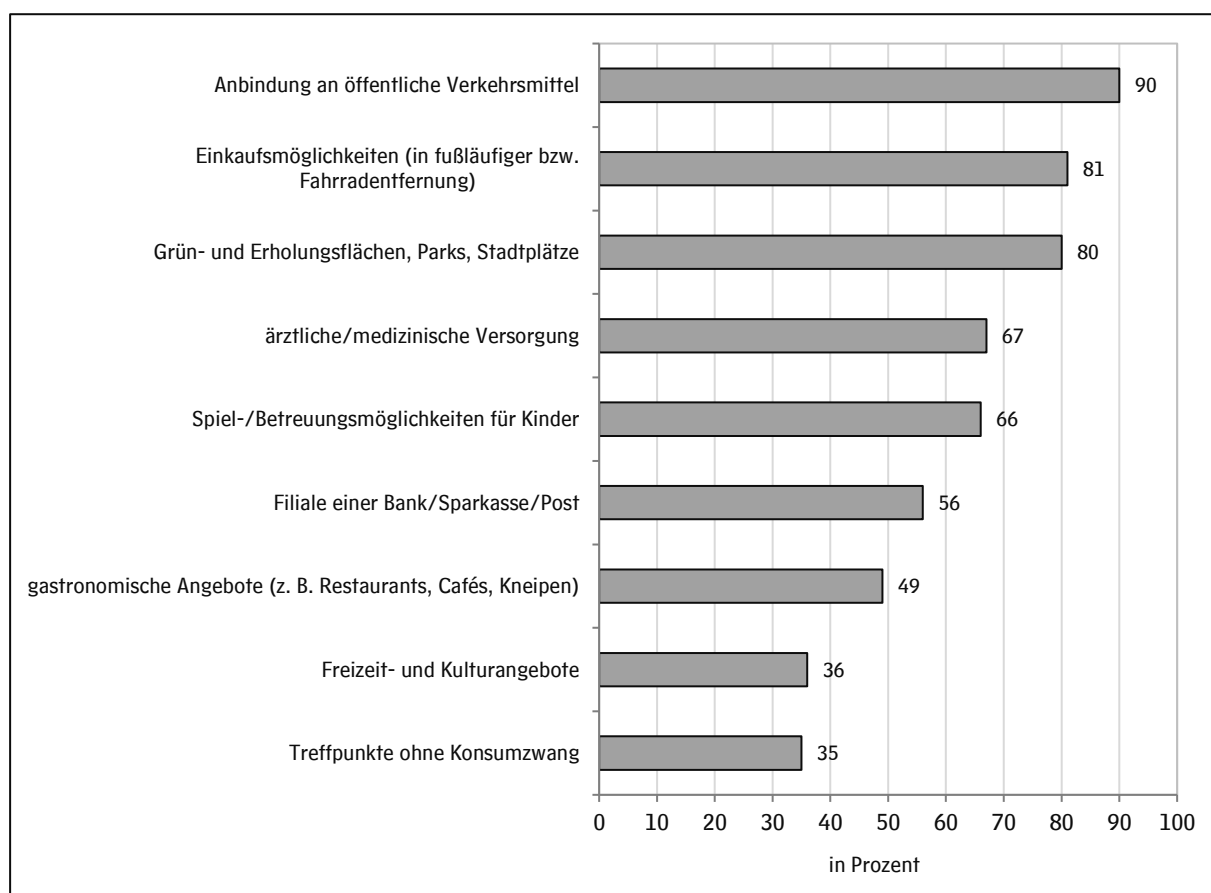
4.3 Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil

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

Bei dieser Frage wurden die Befragten gebeten, für neun vorgegebene Aspekte eine Note anhand einer 5-stufigen Skala von „sehr gut“ bis „gar nicht gut“ zu vergeben.

Abbildung 8: Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2022

(Anteile „sehr gut“ oder „gut“, Angaben in Prozent)



- ▶ Deutlich am besten benotet wurde die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel: 90 Prozent und damit 9 von 10 Personen bewerten diese als „sehr gut“ (58 %) oder „gut“ (32 %) (vgl. Abb. 8). Zwei weitere Aspekte stießen auf hohe Zustimmung im eigenen Stadtteil: 81 Prozent „sehr gut“ oder „gut“ erhalten Einkaufsmöglichkeiten (in fußläufiger bzw. Fahrradentfernung) und 80 Prozent Grün- und Erholungsflächen, Parks, Stadtplätze. Mit drei wichtigen Themen für das Wohnumfeld – ÖPNV, nahegelegene Einkaufsmöglichkeiten und Naherholung – sind die Hannoveraner*innen damit hochgradig zufrieden.
- ▶ Auch die medizinische Versorgung (67 %) und die Spiel- bzw. Betreuungsmöglichkeiten für Kinder (66 %) im eigenen Stadtteil werden von zwei Dritteln der Befragten als „sehr gut“ oder „gut“ erachtet. Als „gar nicht gut“ schätzen nur jeweils 3 Prozent diese beiden Aspekte ein. Beim Aspekt

der Spiel- bzw. Betreuungsmöglichkeiten für Kinder haben 37 Prozent der Befragten entweder „weiß nicht“ angekreuzt oder die Frage übersprungen – deutlich häufiger als bei den übrigen Aspekten – und sich damit einer Beurteilung entzogen. Auch der Aspekt „Treffpunkte ohne Konsumzwang“ wurde von 26 Prozent aller, die den Fragebogen ausgefüllt haben, nicht beurteilt.

- ▶ Das Vorhandensein einer Bank-, Sparkassen- oder Postfiliale beurteilen 56 Prozent als „sehr gut“ oder „gut“, bei gastronomischen Angeboten im Stadtteil ist es die Hälfte der Befragten (49 %). Am negativsten werden die Freizeit- und Kulturangebote (36 %) und Treffpunkte ohne Konsumzwang (35 %) im eigenen Stadtteil bewertet, nur gut ein Drittel bezeichnen sie als „sehr gut“ oder „gut“.
- ▶ Geschlechterbezogen ist die Zufriedenheit der Frauen mit 59 Prozent „sehr gut“ oder „gut“ in Bezug auf die Filiale einer Bank, Sparkasse oder Post deutlich höher als bei Männern mit 53 Prozent. Bei diesem Aspekt gibt es auch die größten Unterschiede nach Altersklassen: 65 Prozent der jüngeren Erwachsenen zwischen 16 und 44 Jahren urteilen mit „sehr gut“ oder „gut“, jedoch nur 44 Prozent der älteren Menschen ab 65 Jahren – eine Abweichung um 21 Prozentpunkte. Je jünger die Altersgruppe, desto positiver wird hier beurteilt, maximal sind es 71 Prozent bei den 16-29-Jährigen.
- ▶ Auch die örtlichen Einkaufsmöglichkeiten (86 % „sehr gut“ oder „gut“ gegenüber 73 %) und Treffpunkte ohne Konsumzwang (39 % gegenüber 27 %) bewerten Jüngere zwischen 16 und 44 Jahren deutlich besser als Ältere ab 65 Jahren. Umgekehrt ist es bei der Beurteilung der Grün- und Naherholungsflächen: Diese benoten die 16- bis 44-Jährigen zu 77 Prozent mit „sehr gut“ oder „gut“, Senior*innen ab 65 Jahren mit 83 Prozent häufiger.
- ▶ Gegenüber 2019 ist die Zufriedenheit mit den Spiel- und Betreuungsmöglichkeiten für Kinder von 63 Prozent auf 66 Prozent „sehr gut“ oder „gut“ etwas angestiegen. Dagegen sank die positive Beurteilung einer Bank-, Sparkassen- oder Postfiliale im eigenen Stadtteil von 63 auf 56 Prozent ab, worin sich die Schließungen der letzten Jahre widerspiegeln. Die ärztliche/medizinische Versorgung wird um 4 Prozentpunkte weniger gut beurteilt als 2019 und die Freizeit- und Kulturangebote um 3 Prozentpunkte (vgl. Tab. 8).

Tabelle 8: Zufriedenheit mit den Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2019 und 2022
(Angaben in Prozent)

	2019	2022
	Anteile "sehr gut" oder "gut"	
Grün- und Erholungsflächen, Parks, Stadtplätze	80	80
Einkaufsmöglichkeiten (in Fuß bzw. Fahrradentfernung)	81	81
Spiel-/Betreuungsmöglichkeiten für Kinder	63	66
Filiale einer Bank/Sparkasse/Post	63	56
Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel	91	90
gastronomische Angebote (z.B. Restaurants, Cafés, Kneipen)	50	49
Freizeit- und Kulturangebote	39	36
ärztliche/medizinische Versorgung	71	67
Treffpunkte ohne Konsumzwang	*	35

* nicht abgefragt

4.4 Sicherheit in der Wohngegend

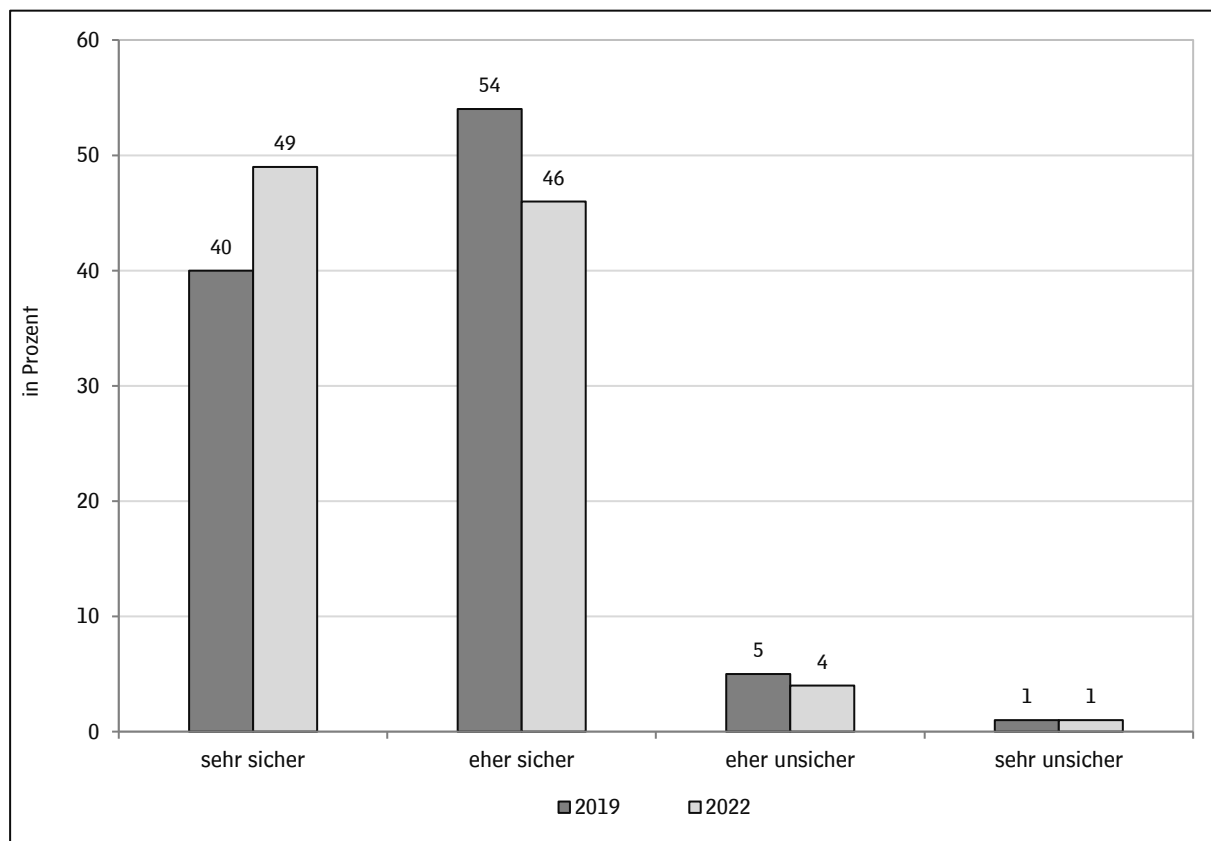
Die Frage nach der subjektiv wahrgenommenen Sicherheit der Einwohnenden in ihrer Wohngegend, d. h. nach ihrem Gefühl, sich in ihrem Stadtteil unbehelligt und sicher bewegen und aufhalten zu können, wurde für die Zeiträume tagsüber und abends gestellt.

Sicherheit am Tage

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

Abbildung 9: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 2019 und 2022

(Angaben in Prozent)



- ▶ Das Sicherheitsgefühl der Befragten in ihrem Wohngebiet tagsüber ist weiterhin hoch: 95 Prozent der Befragten fühlen sich „sehr sicher“ (49 %) oder „eher sicher“ (46 %). Das Gefühl hat sich gegenüber 2019 deutlich verbessert: 9 Prozentpunkte mehr der Befragten fühlen sich jetzt „sehr sicher“ (vgl. Abb. 9).
- ▶ Das Sicherheitsgefühl im eigenen Wohngebiet tagsüber wird von Männern und Frau fast identisch bewertet. Nach Altersgruppen betrachtet sind die Unterschiede zwischen der Beurteilung „sehr sicher“ und „eher sicher“ am größten: Während sowohl die Personen ab 75 Jahren als auch die 65-

bis 74-Jährigen zu 31 Prozent ihr Sicherheitsgefühl als „sehr sicher“ bezeichnen, sind es bei den 16- bis 29-Jährigen (65 %) und den 30-44-Jährigen (57 %) deutlich mehr. Umgekehrt ist die Einschätzung „eher sicher“ bei den 65- bis 74-Jährigen mit 66 Prozent und den Personen ab 75 Jahren mit 63 Prozent die dominante Einschätzung, bei den 16- bis 29-Jährigen (31 %) und den 30-44-Jährigen (39 %) sind die Werte deutlich geringer. In der Addition von „sehr sicher“ und „eher sicher“ sind dadurch die Unterschiede zwischen den Altersgruppen gering. Kein einziger der 465 Senior*innen ab 65 Jahren, die die Frage beantwortet haben, schätzt die Sicherheit tagsüber als „sehr unsicher“ ein; von den 1.093 16- bis 44-Jährigen sind es sieben Personen.

- ▶ Während zwischen 2011 und 2019 die Einschätzung der Sicherheit in der eigenen Wohngegend am Tage sehr konstant war, hat sich 2022 der Anteil der Befragten, die ein „sehr sicheres“ Gefühl haben, deutlich erhöht, während der Anteil derer mit einem „eher sicheren“ Gefühl in fast gleicher Größenordnung abnahm (vgl. Tab. 9).

Tabelle 9: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 2011 bis 2022
(Angaben in Prozent*)

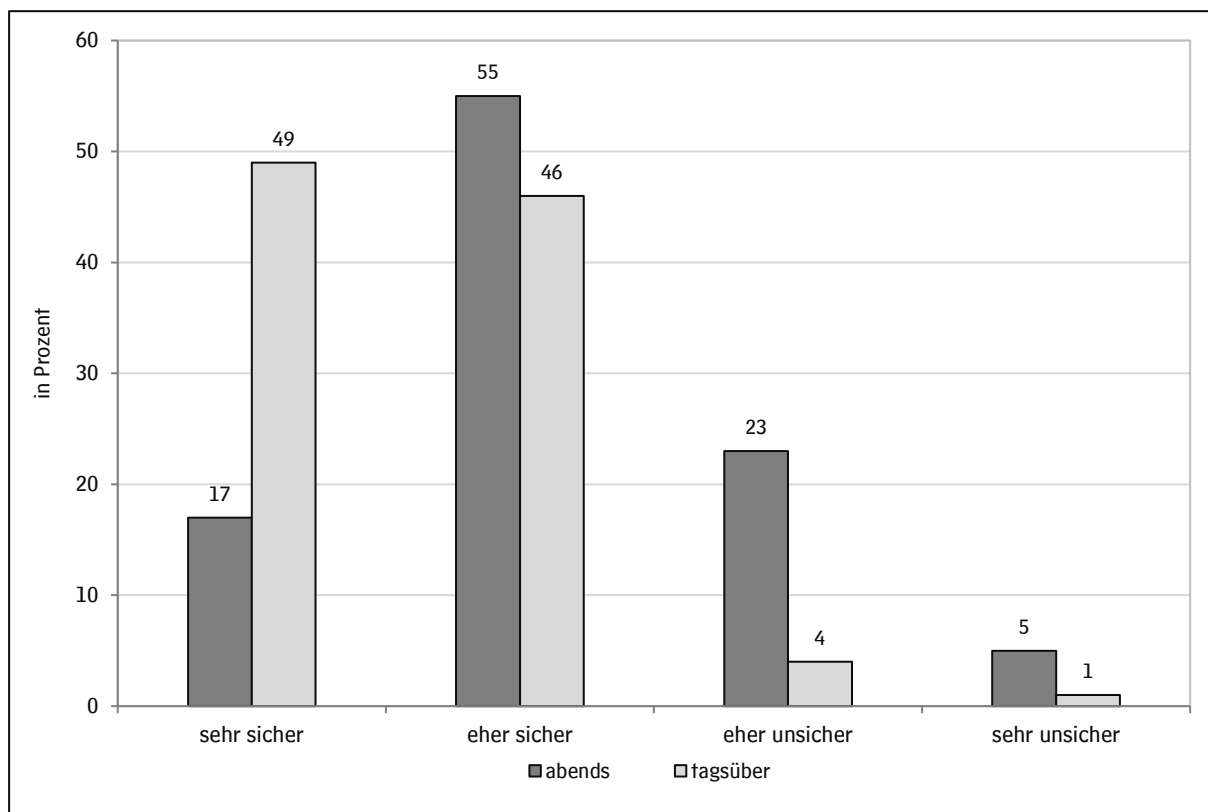
	2011	2015	2019	2022
	in %			
sehr sicher	41	40	40	49
eher sicher	55	54	54	46
eher unsicher	4	5	5	4
sehr unsicher	0	0	1	1
insgesamt	100	100	100	100

* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

Sicherheit am Abend

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

Abbildung 10: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend abends und tagsüber 2022
(Angaben in Prozent)



- ▶ Das Sicherheitsgefühl wird abends in der eigenen Wohngegend deutlich schlechter beurteilt als tagsüber. Während die Sicherheit tagsüber von jeder zweiten Person (49 %) als „sehr sicher“ eingeschätzt wird, sind es abends nur 17 Prozent. Umgekehrt schätzt fast jede*r Vierte (23 %) die Sicherheit abends als „eher unsicher“ ein, tagsüber sind es nur 4 Prozent. Als „sehr unsicher“ empfinden abends 5 Prozent der Befragten die Situation, tagsüber nur 1 Prozent (vgl. Abb. 10).
- ▶ Anders als beim Sicherheitsgefühl im Wohngebiet tagsüber wird die Sicherheit am Abend von Frauen kritischer gesehen als von Männern: Nur 13 Prozent schätzen die Lage als „sehr sicher“ ein, bei Männern sind es mit 21 Prozent deutlich mehr. Dagegen schätzen 4 Prozentpunkte mehr Frauen (57 %) als Männer (53 %) die Lage als „eher sicher“ ein. In der Summe von „sehr sicher“ und „eher sicher“ erreichen Frauen 71 Prozent, Männer 74 Prozent. „Eher unsicher“ empfinden 24 Prozent der Frauen die Situation am Abend und 21 Prozent der Männer. Bei der Einschätzung „sehr unsicher“ ist der Unterschied dagegen gering (4 % der Männer und 5 % der Frauen).
- ▶ Als „sehr sicher“ bezeichnen 21 Prozent der Befragten zwischen 16 und 44 Jahren ihr Gefühl am Abend, bei den Senior*innen ab 65 Jahren sind es mit 10 Prozent weniger als die Hälfte. Umgekehrt

betrachten 21 Prozent der 16- bis 44-Jährigen das Sicherheitsgefühl am Abend als „eher unsicher“, bei den Senior*innen ab 65 Jahren sind es mit 28 Prozent deutlich mehr. Wie bei der Sicherheit am Tage ist die Einschätzung der Lage als „sehr unsicher“ bei Jüngeren bis 44 Jahre mit 5 Prozent etwas höher als bei Älteren ab 65 Jahren mit 4 Prozent.

- Der Zeitvergleich des Sicherheitsgefühls im eigenen Wohngebiet am Abend 2022 gegenüber 2019 zeigt ein etwas diffuses Bild: Die 4 Prozentpunkte weniger bei der Einschätzung als „eher sicher“ verteilen sich 2022 gleichermaßen auf „sehr sicher“ und „sehr unsicher“ (vgl. Tab. 10).

Tabelle 10: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 2011 bis 2022

(Angaben in Prozent*)

	2011	2015	2019	2022
	in %			
sehr sicher	14	15	15	17
eher sicher	57	57	59	55
eher unsicher	25	23	23	23
sehr unsicher	4	4	3	5
insgesamt	100	100	100	100

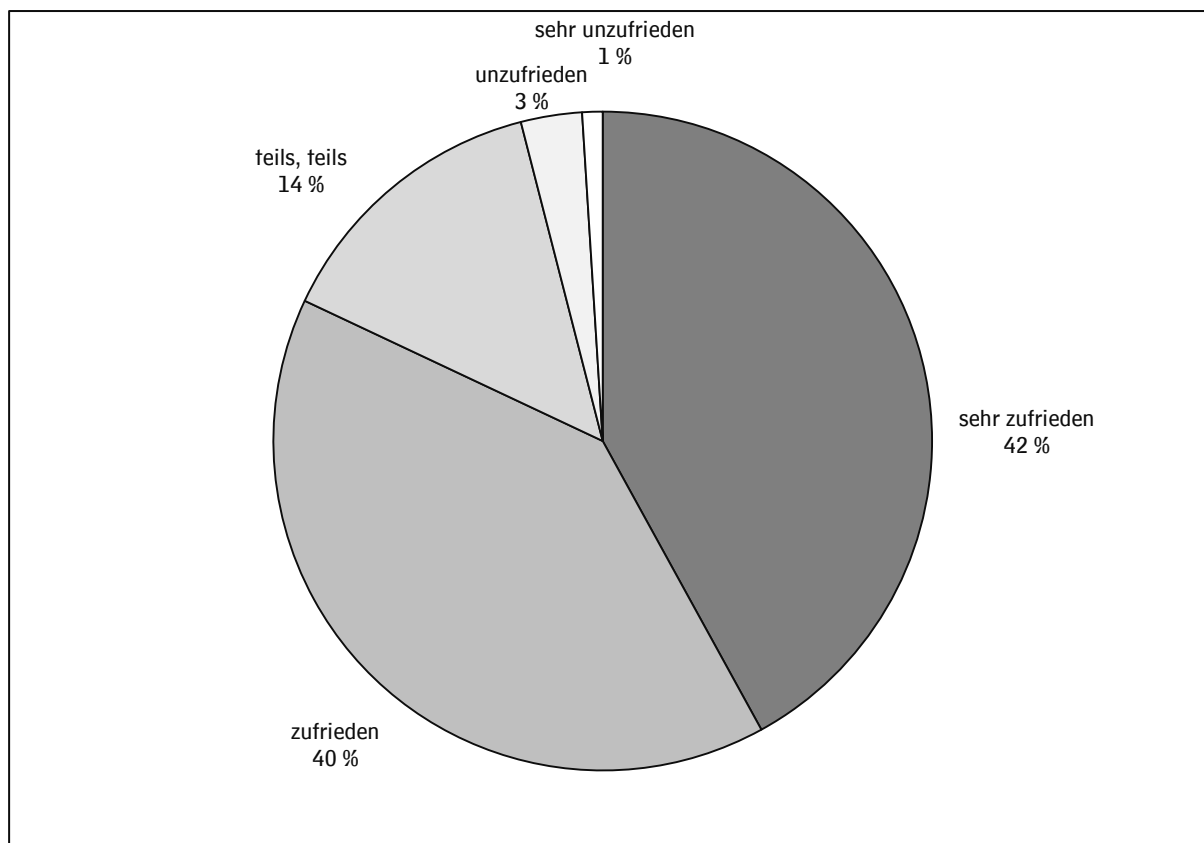
* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

4.5 Zufriedenheit mit der Wohnung

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

Abbildung 11: Zufriedenheit mit der Wohnung 2022

(Angaben in Prozent)



- ▶ 82 Prozent der Befragten und damit mehr als vier Fünftel sind mit ihrer Wohnung „sehr zufrieden“ (42 %) oder „zufrieden“ (40 %). Der Anteil „eher unzufrieden“ liegt lediglich bei 3 Prozent, und nur 1 Prozent derer, die die Frage beantwortet haben, ist mit der eigenen Wohnung „sehr unzufrieden“ (vgl. Abb. 11).
- ▶ Die Zufriedenheit mit der Wohnung steigt tendenziell mit dem Alter: Die 16- bis 44-Jährigen sind zu 79 Prozent mit ihrer Wohnung „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“, bei den Senior*innen ab 65 Jahren sind es sogar 90 Prozent. Dabei wird die Einschätzung „sehr zufrieden“ deutlich häufiger von den Altersklassen ab 45 Jahren geäußert als von den jüngeren (16-29 Jahre: 35 %, 30-44 Jahre: 32 %, 45-64 Jahre sowie 65-74 Jahre: je 49 %, 75 Jahre und älter: 55 %).
- ▶ Die hohe Zufriedenheit mit der eigenen Wohnung entspricht grundsätzlich der vorangegangener Repräsentativerhebungen und ist sogar gestiegen: Gegenüber 2019 (37 %) waren 2022 5 Prozentpunkte mehr „sehr zufrieden“ und gleichzeitig 5 Prozentpunkte weniger „zufrieden“ (45 %) (vgl. Tab. 11).

Tabelle 11: Zufriedenheit mit der Wohnung 2011 bis 2022

(Angaben in Prozent*)

	2011	2015	2019	2022
	in %			
sehr zufrieden	34	41	37	42
zufrieden	45	42	45	40
teils, teils	15	13	13	14
unzufrieden	5	4	3	3
sehr unzufrieden	2	1	1	1
insgesamt	100	100	100	100

* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

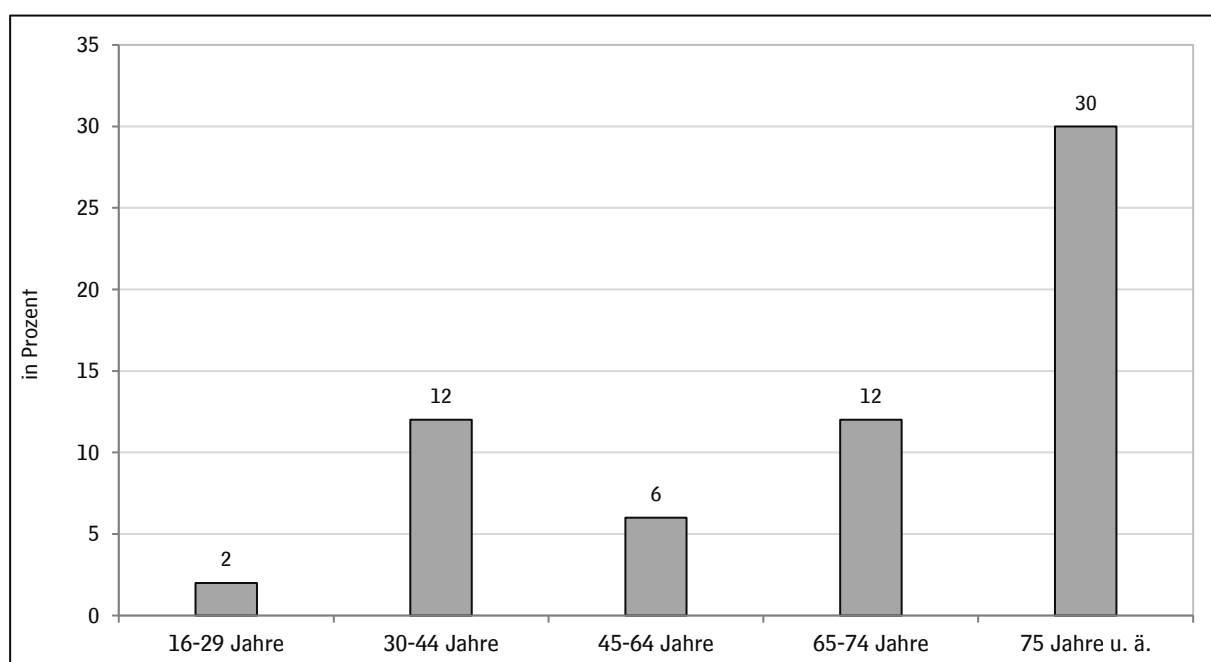
4.6 Barrierefreiheit

Barrieren, wie z. B. Treppenstufen oder Bürgersteige, können es Menschen erschweren, am Leben ohne Einschränkungen teilzunehmen. Zunächst wurde erfragt, ob die Befragten selbst in ihrer Mobilität eingeschränkt sind.

Frage: „Sind Sie in Ihrer Mobilität eingeschränkt (z. B. durch Rollstuhl, Rollator, Gehstock, Kinderwagen)?“

Abbildung 12: Anteil der Befragten mit Mobilitätseinschränkung nach Altersklassen

(Angaben in Prozent)



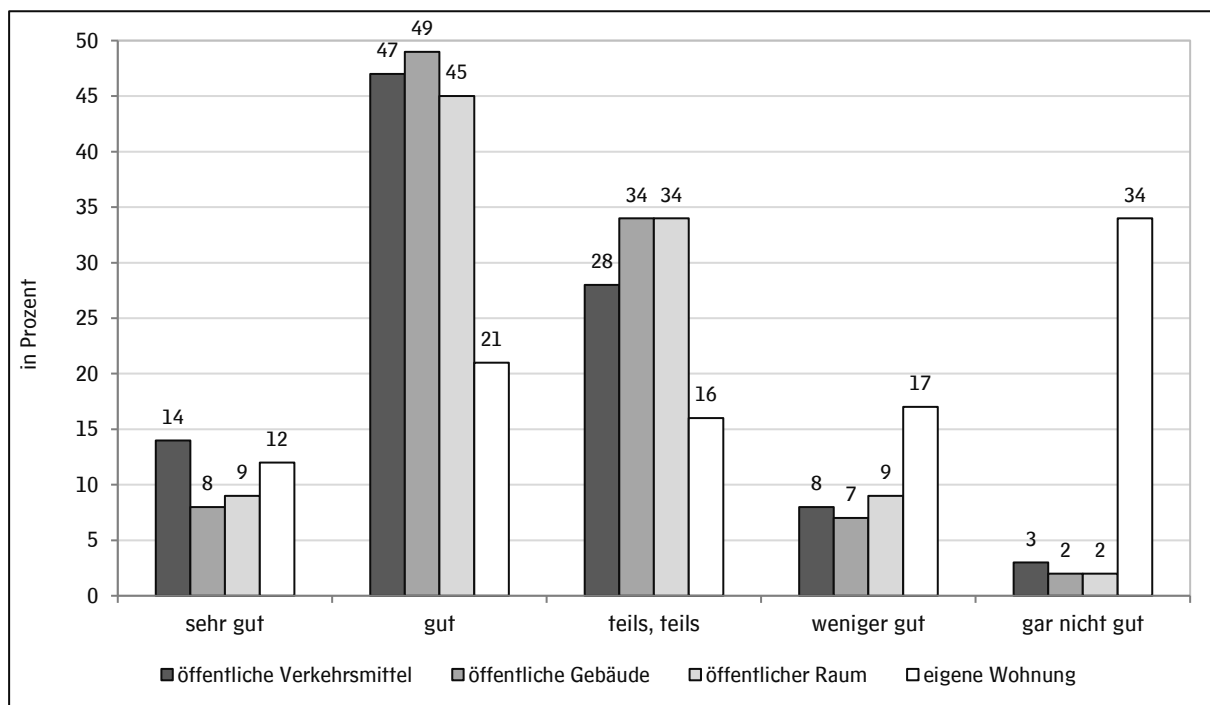
- Diese Frage zur Mobilitätseinschränkung beantworteten 10 Prozent mit „ja“. Frauen (11 %) sind dabei häufiger mobilitätseingeschränkt als Männer (8 %). Die jüngste Altersgruppe zwischen 16 und 29 Jahren ist am seltensten in ihrer Mobilität eingeschränkt (2 %), die älteste Gruppe der Person ab 75 Jahren mit 30 Prozent am häufigsten (vgl. Abb. 12). Von den mittleren drei Altersgruppen ist es – wie bei der Repräsentativerhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“, als die Frage erstmals in dieser Form gestellt wurde – die mittlere der 45- bis 64-Jährigen die am seltensten mobilitätseingeschränkt ist (6 %). In den Gruppen der 30- bis 44-Jährigen und 65- bis 74-Jährigen sind es je 12 Prozent.

Anschließend sollten die Befragten die Barrierefreiheit von „sehr gut“ bis „gar nicht gut“ für vier Aspekte beurteilen: im öffentlichen Raum, in öffentlichen Gebäuden, in öffentlichen Verkehrsmitteln und in der eigenen Wohnung.

Frage: „Wie beurteilen Sie persönlich die Barrierefreiheit in Ihrem Wohnumfeld und Ihrer eigenen Wohnung?“

Vergleichsweise viele Befragte haben hierzu kein Urteil abgegeben („weiß nicht“ gewählt oder die Frage übersprungen). Der Anteil derer, die kein Urteil abgegeben haben, reicht von 12 Prozent aller Befragten bei der Beurteilung der eigenen Wohnung bis zu 35 Prozent bei der Barrierefreiheit in öffentlichen Gebäuden.

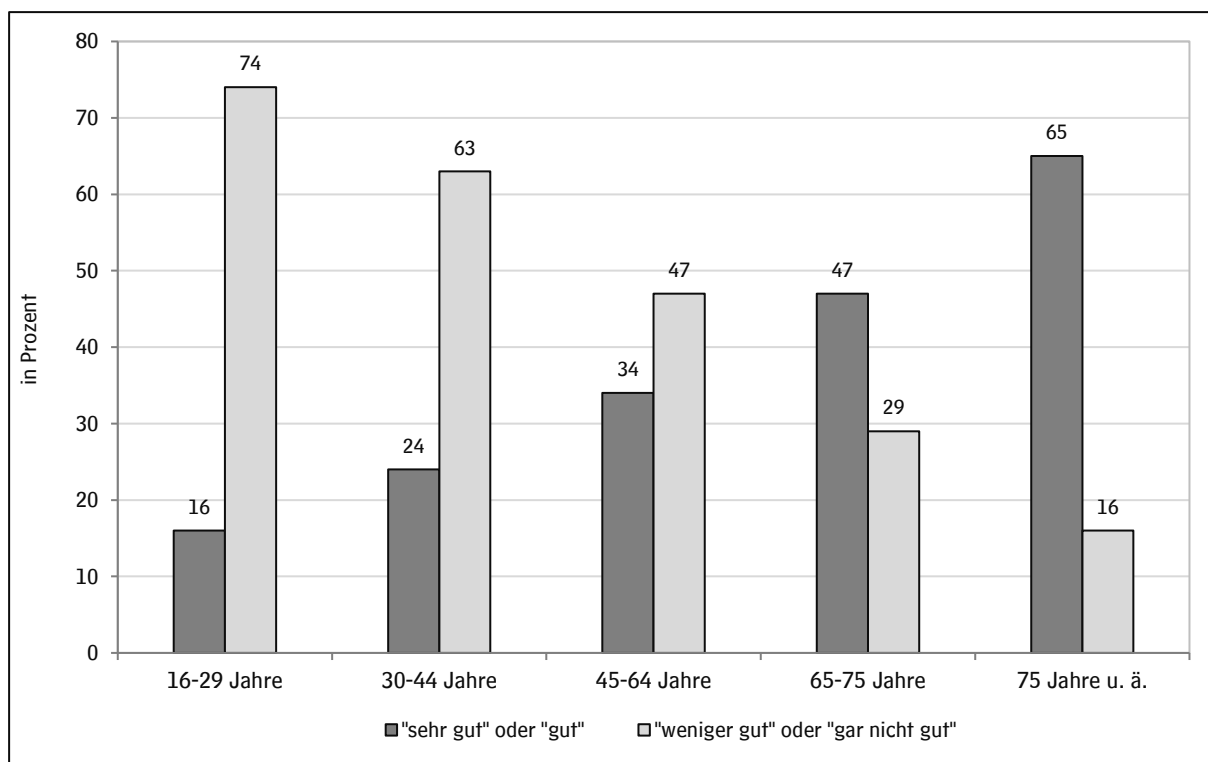
Abbildung 13: Beurteilung der Barrierefreiheit in Bezug auf öffentliche Verkehrsmittel, öffentliche Gebäude, den öffentlichen Wohnraum und die eigene Wohnung
(Angaben in Prozent)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Am besten wird die **Barrierefreiheit in öffentlichen Verkehrsmitteln** beurteilt: 61 Prozent finden sie „sehr gut“ (14 %) oder „gut“ (47 %), weitere 28 Prozent „teils, teils“ (vgl. Abb. 13).
- ▶ Die **Barrierefreiheit in öffentlichen Gebäuden** wird von 57 Prozent der Befragten als „sehr gut“ (8 %) oder „gut“ (49 %) bezeichnet, ebenfalls von 34 Prozent mit „teils, teils“. Die Barrierefreiheit im öffentlichen Raum und in öffentlichen Gebäuden werden damit sehr ähnlich beurteilt.
- ▶ Die **Barrierefreiheit im öffentlichen Raum** wird von 54 Prozent der Befragten als „sehr gut“ (9 %) oder „gut“ (45 %) bezeichnet. Auch die Bewertung „teils, teils“ wird mit 34 Prozent recht häufig angegeben.
- ▶ Die **Barrierefreiheit der eigenen Wohnung** wird dagegen nur von einem Drittel (33 %) der Befragten, die sich hierzu geäußert haben, als „sehr gut“ (12 %) oder „gut“ (21 %) bezeichnet. Fast gleich viele (34 %) bewerten sie als „gar nicht gut“. Weitere 16 Prozent finden sie „teils, teils“ und 17 Prozent „weniger gut“.
- ▶ Männer beurteilen die Barrierefreiheit besser als Frauen. „Sehr gut“ oder „gut“ finden 62 Prozent der Männer die Barrierefreiheit im öffentlichen Raum, aber nur 48 Prozent der Frauen. Bei der Barrierefreiheit in öffentlichen Gebäuden sind es 65 Prozent der Männer bei 50 Prozent der Frauen. Auch die Barrierefreiheit im ÖPNV beurteilen Männer mit zwei Dritteln (67 %) „sehr gut“ oder „gut“ deutlich besser als Frauen mit 55 Prozent. Nur bei der Beurteilung der Barrierefreiheit der eigenen Wohnung ist die Beurteilung ähnlich (Männer 34 %, Frauen 32 %).
- ▶ Je älter die Befragten sind, umso weniger kritisch beurteilen sie die Barrierefreiheit im öffentlichen Raum, in öffentlichen Gebäuden und im ÖPNV. 15 Prozent der 16- bis 29-Jährigen halten sie im öffentlichen Raum für „weniger gut“ oder „gar nicht gut“, bei den Personen ab 75 Jahren sind es nur 6 Prozent. Bei öffentlichen Gebäuden sind es 13 Prozent gegenüber 6 Prozent und beim ÖPNV 14 Prozent bei der jüngsten und 9 Prozent bei der ältesten Altersgruppe.
- ▶ Sehr hoch ist der Unterschied bei der Beurteilung der eigenen Wohnung: Als „weniger gut“ oder „gar nicht gut“ beurteilen die Barrierefreiheit nur 16 Prozent der Über-75-Jährigen, aber 74 Prozent der 16-29-Jährigen. Umgekehrt stufen sie 65 Prozent der Befragten der höchsten Altersstufe als „sehr gut“ oder „gut“ ein, aber nur 16 Prozent der jüngsten Altersgruppe (vgl. Abb. 14).
- ▶ Befragte, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind, beurteilen die Barrierefreiheit in ihrer eigenen Wohnung besser als nicht Eingeschränkte: Die Hälfte (50 %) der Betroffenen halten sie für „sehr gut“ oder „gut“ gegenüber nur 31 Prozent der nicht Eingeschränkten. Bei den übrigen Aspekten ist es umgekehrt, sie werden häufiger negativ beurteilt bzw. seltener positiv. Die größte Abweichung gibt es beim ÖPNV, dessen Barrierefreiheit 62 Prozent der nicht in ihrer Mobilität Eingeschränkten für „sehr gut“ oder „gut“ halten, während es bei den Eingeschränkten nur die Hälfte (50 %) ist.

Abbildung 14: Beurteilung der Barrierefreiheit der eigenen Wohnung nach Altersklassen
(Anteile „sehr gut“ oder „gut“ bzw. „weniger gut“ oder „gar nicht gut“, Angaben in Prozent)



- Die Beurteilung der Barrierefreiheit im öffentlichen Raum, in öffentlichen Gebäuden und in öffentlichen Verkehrsmitteln wurde 2019 erstmals erfragt. Sie fiel 2022 bei allen drei Aspekten schlechter aus: Die Noten „sehr gut“ und „gut“ wurden überall seltener vergeben, die kritischen Beurteilungen inklusive „teils, teils“ häufiger. Am stärksten war der Rückgang der Beurteilung als „sehr gut“ oder „gut“ bei der Barrierefreiheit im öffentlichen Raum, sie sank von 67 Prozent auf 54 Prozent (vgl. Tab. 12).

Tabelle 12: Beurteilung der Barrierefreiheit im öffentlichen Raum, in öffentlichen Gebäuden und in öffentlichen Verkehrsmitteln 2019 und 2022

(Angaben in Prozent)

	2019	2022	2019	2022	2019	2022
	im öffentlichen Raum		in öffentlichen Gebäuden		in öffentlichen Verkehrsmitteln	
	in %					
sehr gut	13	9	11	8	19	14
gut	54	45	53	49	49	47
teils, teils	27	34	31	34	22	28
weniger gut	5	9	4	7	6	8
gar nicht gut	1	2	1	2	3	3
insgesamt	100	100	100	100	100	100

5. Blickpunkt Innenstadt

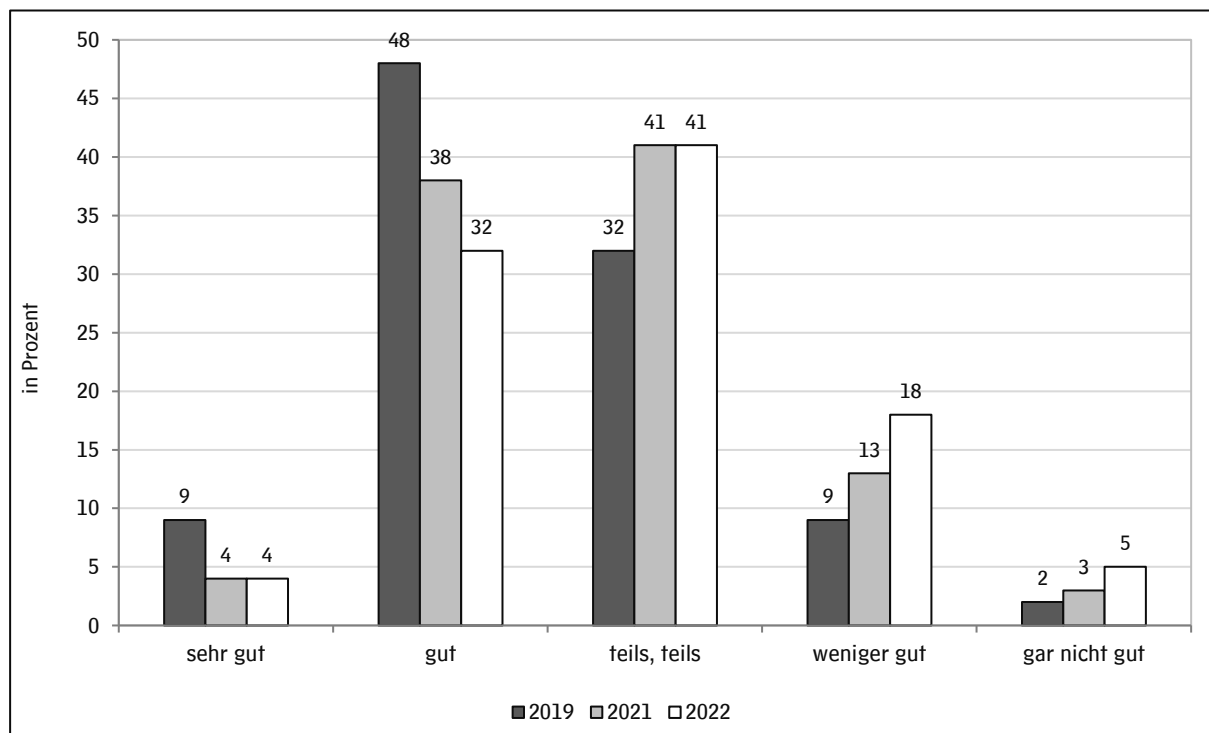
Die Situation und Entwicklung der Innenstadt ist ein bedeutendes Thema der Stadtentwicklung. Deshalb wurde 2021 eine Sonderbefragung „Repräsentativerhebung 2021 Innenstadt und Mobilität“ durchgeführt, die viele Aspekte der Innenstadtentwicklung thematisierte (Schriften zur Stadtentwicklung Band 141).

Im Rahmen der vorliegenden Repräsentativerhebung 2022 wurden zehn Fragen gestellt, für die Zeitvergleiche mit früheren Befragungen möglich sind: Wie gut gefällt die Innenstadt insgesamt und in Bezug auf verschiedene Aspekte, warum, wie oft und wie lange wird die Innenstadt besucht und welche Warengruppen werden wo eingekauft, inklusive Online-Shopping. Zur Verkehrsmittelwahl beim Innenstadtbesuch siehe Kapitel 7.

5.1 Gesamtzufriedenheit mit der Innenstadt

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

Abbildung 15: Zufriedenheit mit der Innenstadt in Hannover 2019, 2021 und 2022
(Angaben in Prozent*)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Die 36 Prozent Beurteilungen „sehr gut“ (32 %) oder „gut“ (4 %) liegen unter dem Ergebnis von 42 Prozent der Repräsentativerhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“ (4 % „sehr gut“, 38 % „gut“) (vgl. Abb. 15), als die Frage ähnlich gestellt wurde („Wie gefällt Ihnen die Innenstadt von Hannover insgesamt, wenn Sie die Einschränkungen durch Corona außer Acht lassen?“). Parallel stieg der Anteil derer, die die Innenstadt mit „weniger gut“ beurteilen, von 13 auf 18 Prozent an, die Benotung „gar nicht gut“ von 3 auf 5 Prozent.
- ▶ Schon 2021 war die Benotung spürbar schlechter ausgefallen als 2019 (57 % „sehr gut“ oder „gut“), und 2019 deutlich schlechter als 2015 (71 % „sehr gut“ oder „gut“) (vgl. Tab. 13). Damit hat sich der Anteil derer, die die Innenstadt positiv beurteilen, 2022 gegenüber 2015 fast halbiert, der Anteil derer, die sie negativ beurteilen, von 6 Prozent ausgehend dagegen fast vervierfacht.
- ▶ Männer und Frauen beurteilen die Innenstadt ähnlich. Hinsichtlich der Altersklassen beurteilen die Personen ab 75 Jahren die Innenstadt am freundlichsten: 43 Prozent gefällt sie „sehr gut“ oder „gut“ gegenüber dem Schnitt aller Befragten von 36 Prozent. Allerdings ist gegenüber der Repräsentativerhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“ der Rückgang positiver Beurteilungen in dieser Altersklasse am stärksten – 2021 waren es noch 64 Prozent.

Tabelle 13: Zufriedenheit mit der Innenstadt von Hannover 2011 bis 2022

(Angaben in Prozent*)

	2011	2015	2019	2021	2022
	in %				
sehr gut	9	13	9	4	4
gut	54	58	48	38	32
teils, teils	27	23	32	41	41
weniger gut	9	5	9	13	18
gar nicht gut	2	1	2	3	5
insgesamt	100	100	100	100	100

* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

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 des eigenen Stadtteils konnten die Befragten ein oder mehrere Antworten frei formulieren. Im Rahmen der Auswertung wurden die Einzelnennungen zu Themenbereichen gebündelt und auf eine Basis von 100 Prozent umgerechnet, um eine Vergleichbarkeit

zu den Vorjahren herstellen zu können. Aspekte, die weniger als 2 Prozent aller Antworten auf sich vereinigten, wurden der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet.

Vorteile der Innenstadt

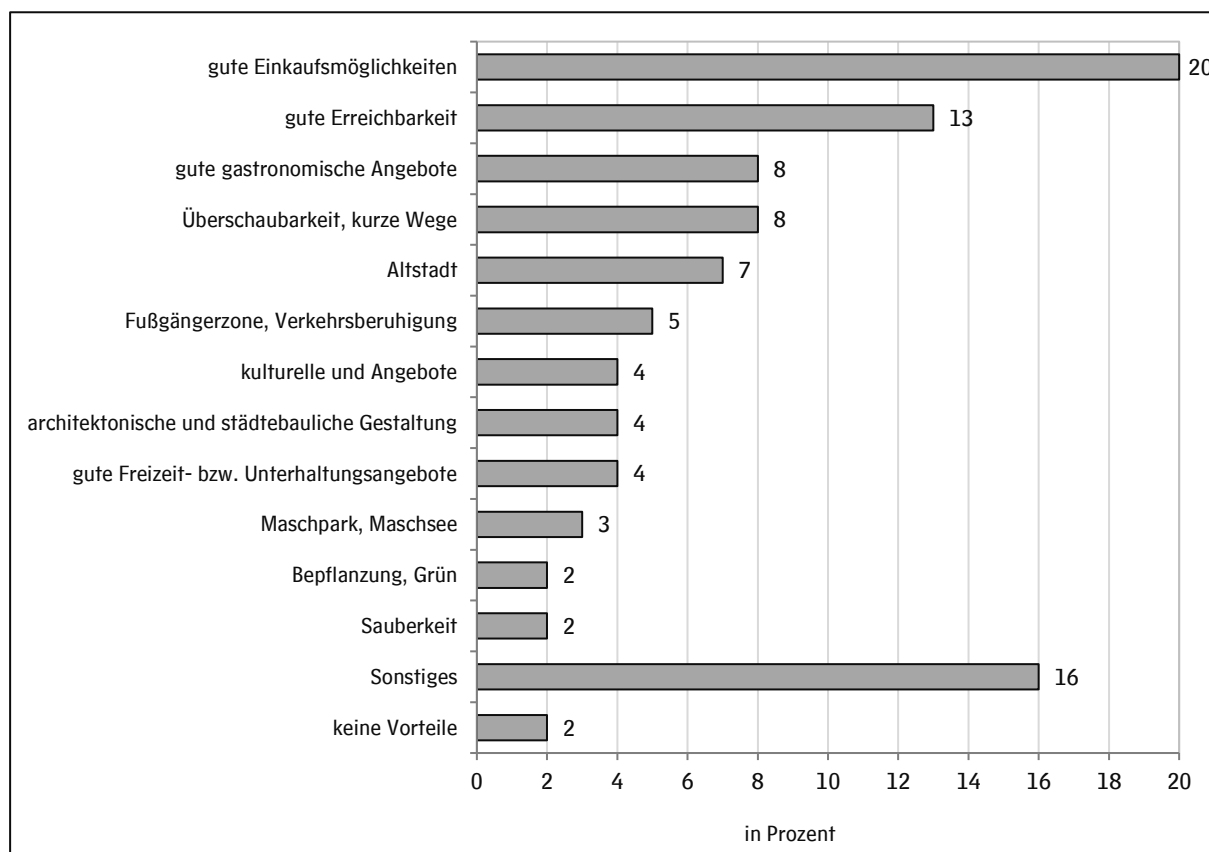
Frage: „Was gefällt Ihnen an der Innenstadt? Nennen Sie bitte einige Stichworte:“

Bei der Frage nach den Vorteilen der Innenstadt wurden von den Befragten im Durchschnitt 2,3 Antworten angegeben.

- ▶ Der mit Abstand meistgenannte Vorteil der Innenstadt thematisiert die guten Einkaufsmöglichkeiten: Auf diesen Aspekt entfällt ein Fünftel (20 %) aller Antworten. Die gute Erreichbarkeit folgt mit Abstand auf Rang 2 mit 13 Prozent der Antworten (vgl. Abb. 16). Hiervon entfällt die Hälfte (7 %) konkret auf den ÖPNV. Auf Rang 3 folgen gleichauf mit je 8 Prozent gute gastronomische Angebote und die Überschaubarkeit der Innenstadt, die kurzen Wege. Es folgen die Altstadt mit 7 Prozent und die Fußgängerzone mit 5 Prozent (davon 4 Prozent explizit Fußgängerzone und 1 Prozent Verkehrsberuhigung).

Abbildung 16: Vorteile der Innenstadt 2022

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



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Die unter Sonstiges zusammengefassten Antworten (16 %) entfallen überwiegend auf konkrete positiv bewertete Orte mit jeweils unter 2 Prozent der Antworten (u. a. Oper/Opernplatz, Bahnhof, Leineufer/Am hohen Ufer, Kröpcke, Ballhof) oder auf Einzelaspekte (z. B. Weihnachtsmarkt). 2 Prozent der Antworten nannten keinen Vorteil, sondern erklärten ausdrücklich, die Innenstadt habe keine Vorteile.
- ▶ Frauen nennen die guten Einkaufsmöglichkeiten mit 22 Prozent der Antworten um 3 Prozentpunkte häufiger als Männer mit 19 Prozent.
- ▶ Die Überschaubarkeit der Innenstadt verbunden mit kurzen Wegen sehen insbesondere die älteren Personen ab 75 Jahren als Vorteile: 10 Prozent ihrer Antworten entfallen hierauf, von allen Befragten sind es nur 8 Prozent.
- ▶ Die guten Einkaufsmöglichkeiten werden 2022 mit 20 Prozent zwar deutlich am häufigsten als Vorteil der Innenstadt genannt, jedoch seltener als 2019 (26 %) (vgl. Tab. 14). Bezieht man die Ergebnisse statt auf die Antworten (Summe = 100 %) auf die Befragten, so hat mit 46 Prozent fast die Hälfte derer, die hier einen Vorteil der Innenstadt benannt haben, die guten Einkaufsmöglichkeiten aufgeführt.

Tabelle 14: Vorteile der Innenstadt 2011 bis 2022

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2011		2015		2019		2022	
	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten
gute Einkaufsmöglichkeiten	28	50	22	43	26	56	20	46
gute gastronomische Angebote	6	10	5	10	8	17	8	18
Überschaubarkeit, kurze Wege	13	24	13	26	12	27	8	17
Altstadt	6	10	4	9	6	14	7	17
gute Erreichbarkeit ÖPNV	5	9	8	16	5	11	7	15
gute Erreichbarkeit allgemein	*	*	*	*	5	11	7	15
Fußgängerzone, Verkehrsberuhigung	6	10	7	15	6	13	5	12
kulturelle und Angebote	3	5	3	7	3	8	4	10
architektonische und städtebauliche Gestaltung	17	31	14	29	9	20	4	9
gute Freizeit- bzw. Unterhaltungsangebote	*	*	1	3	2	5	4	8
Maschpark, Maschsee	*	*	*	*	*	*	3	6
Bepflanzung, Grün	4	8	5	10	2	5	2	6
keine Vorteile	*	*	*	*	*	*	2	5
Sauberkeit	3	5	4	8	3	7	2	5
Sonstiges	10	19	13	27	12	26	16	37
insgesamt**	100	181	100	200	100	219	100	225

* nicht genannt

** mehr als 100 Prozent = Mehrfachnennungen

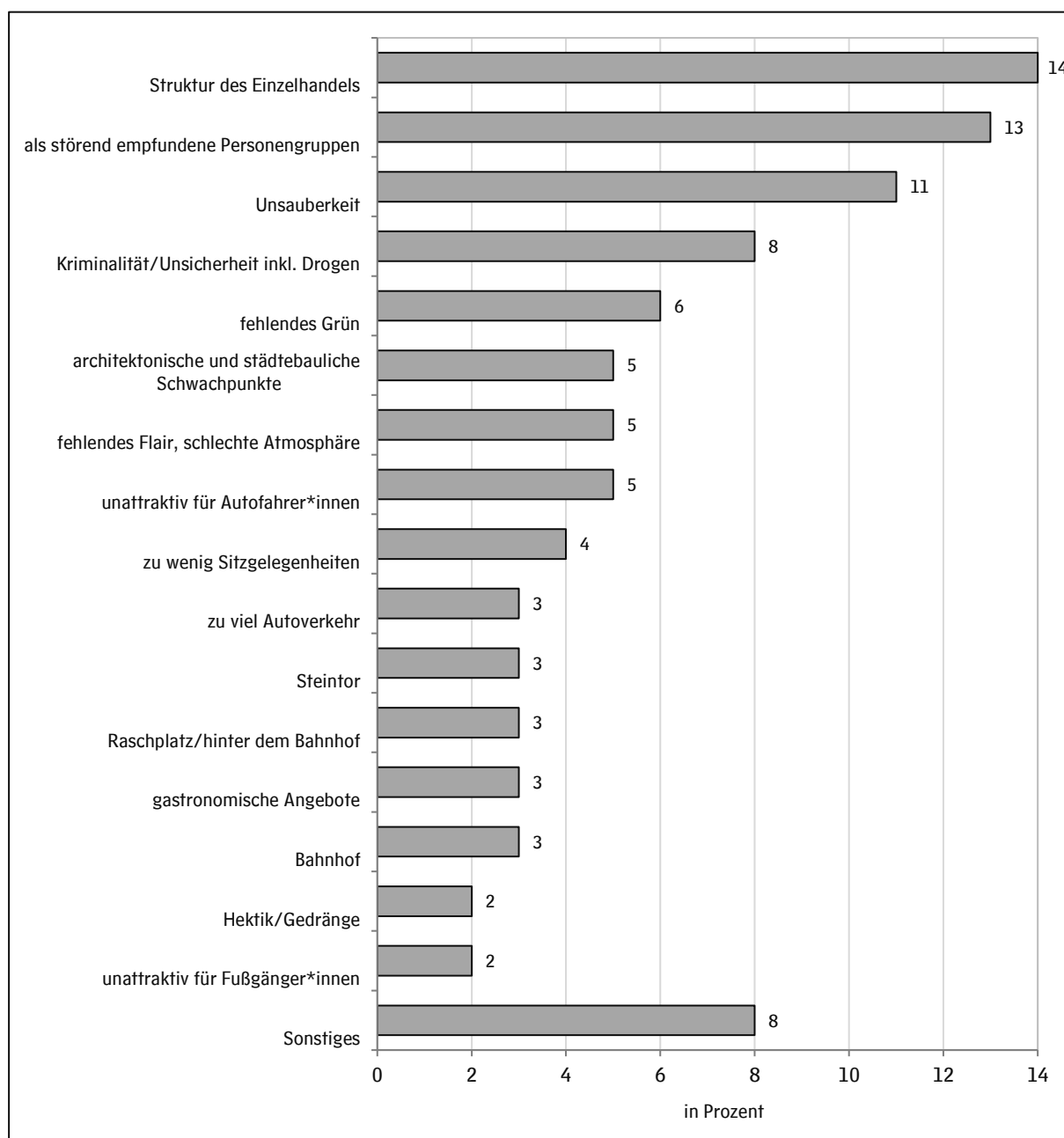
Nachteile der Innenstadt

Frage: „Was gefällt Ihnen nicht an der Innenstadt? Nennen Sie bitte einige Stichworte:“

Bei der Frage nach den Nachteilen der Innenstadt wurden von den Befragten im Durchschnitt 2,5 Antworten angegeben.

Abbildung 17: Nachteile der Innenstadt 2022

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



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Am häufigsten wird mit 14 Prozent der Antworten die Struktur des Einzelhandels kritisiert. Dies bezieht sich oft auf eine mangelnde Vielfalt bzw. Auswahl an Geschäften verbunden mit zu vielen Filialen von Ketten. Am zweithäufigsten werden mit 13 Prozent als störend empfundene Personengruppen aufgeführt (vgl. Abb. 17). Dies umfasst Bettel und Obdachlose mit je 4 Prozent, Ausländer*innen (1 %) und sonstige Personengruppen. Auch Unsauberkeit wird mit 11 Prozent der Antworten häufig als Nachteil in der Innenstadt genannt. Auf Rang 4 folgt mit 8 Prozent Kriminalität/Unsicherheit (inkl. Drogenhandel/-konsum) und auf Rang 5 mit 6 Prozent fehlendes Grün.
- ▶ Frauen kritisieren die Struktur des Einzelhandels mit 15 Prozent etwas häufiger als Männer mit 13 Prozent.
- ▶ Hinsichtlich der Altersstruktur gibt es bei den drei insgesamt meistgenannten Nachteilen die höchsten Abweichungen: Die Struktur des Einzelhandels (14 % gesamt) nennen nur 12 Prozent der 16- bis 29-Jährigen, aber 17 Prozent der Senior*innen ab 75 Jahren als Nachteil der Innenstadt. Auch in den drei Altersgruppen dazwischen steigt die Häufigkeit der Nennung mit der Altersklasse.
- ▶ Die jüngste Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen stört sich häufiger an Personengruppen in der Innenstadt (17 %, insgesamt 13 % der Antworten) als die anderen Altersgruppen; am geringsten sind die Nennungen der 65- bis 74-Jährigen mit 11 Prozent. Auch Unsauberkeit wird am häufigsten (13 %) von den jungen Erwachsenen als Nachteil genannt (insgesamt 11 %).
- ▶ In der aktuellen Repräsentativerhebung wird die Struktur des Einzelhandels deutlich häufiger als Nachteil der Innenstadt Hannovers thematisiert als in den drei Befragungen zuvor seit 2011, als der Wert bei 8 bzw. 9 Prozent der Antworten lag und damit deutlich unter dem aktuellen Wert von 14 Prozent. Als störend empfundene Personengruppen werden mit 13 Prozent dagegen 2022 deutlich seltener genannt als zuvor (vgl. Tab. 15).
- ▶ Die Nennung des Nachteils, die Innenstadt sei unattraktiv für Autofahrer*innen, ist seit 2011 kontinuierlich rückläufig. Hierauf entfallen nach 8 Prozent 2019 nur noch 5 Prozent. Der aufgrund steigender Nennungen als neue Kategorie berücksichtigte Nachteil „zu viel Autoverkehr“ erreicht 3 Prozent. Der Nachteil „unattraktiv für Radfahrer*innen“ fiel 2022 mit deutlich unter 2 Prozent der Antworten in die Rubrik Sonstiges.
- ▶ Bezieht man die Ergebnisse statt auf die Antworten (Summe = 100 %) auf die Befragten, so hat rund ein Drittel derer, die hier einen Nachteil der Innenstadt benannt haben, die Struktur des Einzelhandels und als störend empfundene Personengruppen kritisiert.

Tabelle 15: Nachteile der Innenstadt 2011 bis 2022
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2011		2015		2019		2022	
	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten	in % der Antworten	in % der Befragten
Struktur des Einzelhandels	9	16	8	15	9	19	14	35
als störend empfundene Personengruppen	17	29	22	38	24	50	13	33
Unsauberkeit	9	14	9	15	9	19	11	27
Kriminalität/Unsicherheit inkl. Drogen	2	4	3	6	6	13	8	20
fehlendes Grün	3	5	4	8	4	8	6	14
architektonische/städtebauliche Schwachpunkte	16	28	12	20	8	16	5	13
fehlendes Flair, schlechte Atmosphäre	3	5	3	6	3	7	5	13
unattraktiv für Autofahrer*innen	18	30	10	17	8	17	5	13
zu wenig Sitzmöglichkeiten	*	*	3	6	2	5	4	10
zu viel Autoverkehr	*	*	*	*	*	*	3	9
Steintor	2	4	3	5	3	7	3	8
Raschplatz/hinter dem Bahnhof	*	*	*	*	3	5	3	8
gastronomische Angebote	3	5	3	5	3	7	3	8
Bahnhof	*	*	*	*	2	3	3	6
Hektik, Gedränge	3	5	5	9	6	12	2	5
unattraktiv für Fußgänger*innen	*	*	*	*	*	*	2	5
Sonstiges	15	25	15	26	10	20	8	21
insgesamt	100	169	100	175	100	206	100	249

* nicht genannt

** mehr als 100 Prozent = Mehrfachnennungen

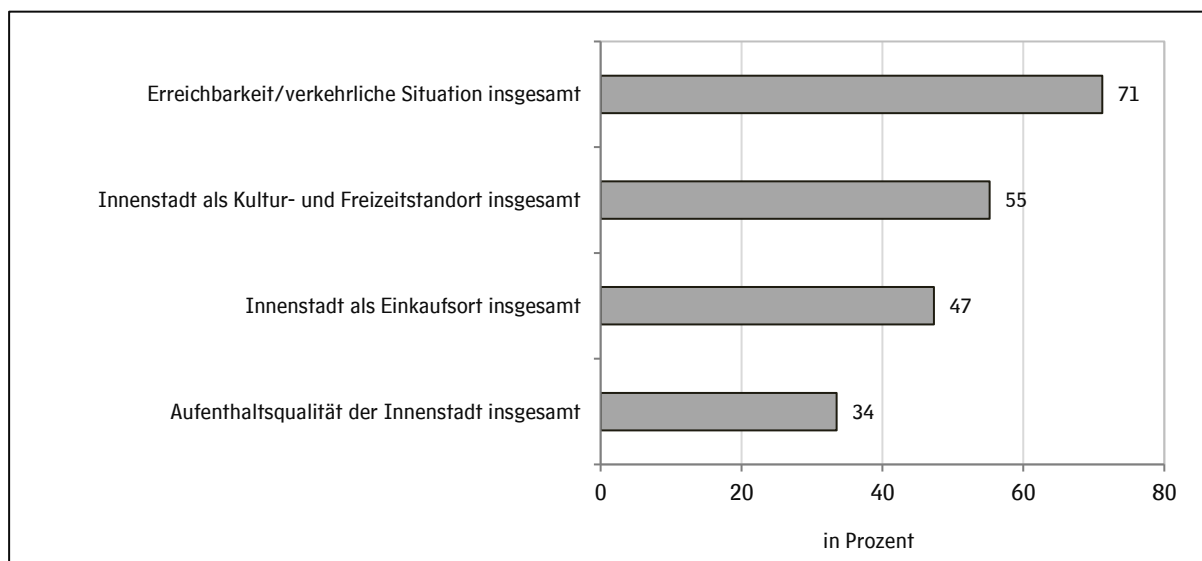
5.3 Bewertungen zu einzelnen Aspekten der Innenstadt

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

In dieser Frage wurde um die Einschätzung der Zufriedenheit mit den vier Themenkomplexen Aufenthaltsqualität (10 Fragen), Innenstadt als Einkaufsort (4 Fragen), Erreichbarkeit/verkehrliche Situation (5 Fragen) sowie Innenstadt als Kultur- und Freizeitstandort (4 Fragen) gebeten.

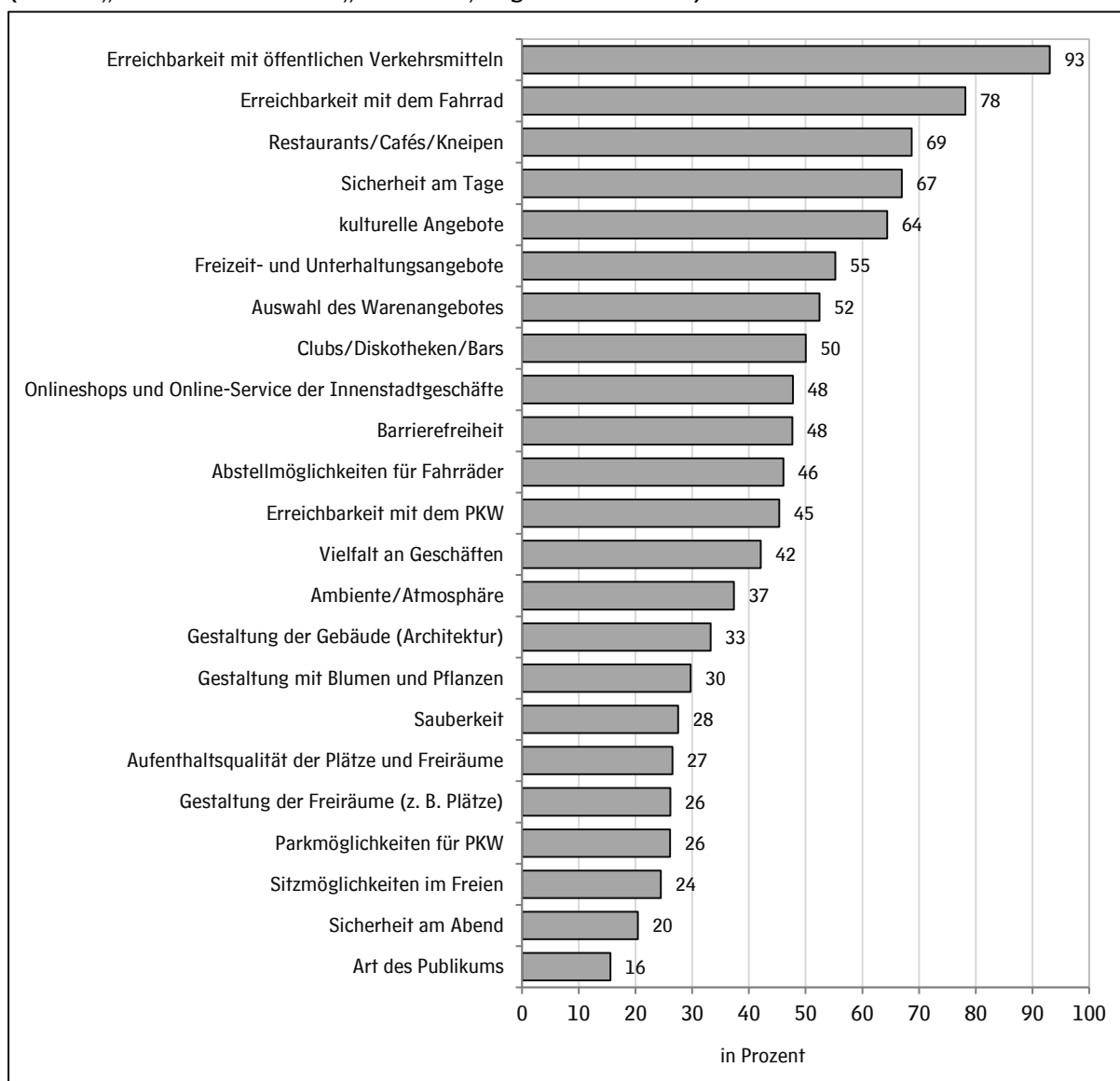
- ▶ Für einige Aspekte wurde relativ häufig keine Einschätzung abgegeben: Mehr als die Hälfte (54 %) der Befragten kreuzten zu Onlineshops und Online-Service der Innenstadtgeschäfte entweder „weiß nicht“ an oder übersprangen die Frage und 40 Prozent aller Befragten taten dies beim Aspekt Clubs/Diskotheken/Bars. 38 Prozent urteilten nicht über Barrierefreiheit, 24 Prozent enthielten sich sowohl einer Beurteilung der Parkmöglichkeiten für PKW als auch der Erreichbarkeit mit dem PKW.
- ▶ Neben den Einzelaspekten sollten auch die vier Themenkomplexe insgesamt beurteilt werden. Mit der Erreichbarkeit/verkehrlichen Situation sind 71 Prozent der Befragten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Es folgen die Innenstadt als Kultur- und Freizeitstandort (55 %) und die Innenstadt als Einkaufsort, mit der knapp die Hälfte der Befragten (47 %) „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ ist. Die Aufenthaltsqualität der Innenstadt wird nur von einem Drittel der Befragten (34 %) mit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ beurteilt (vgl. Abb. 18).

Abbildung 18: Zufriedenheit mit der Innenstadt 2022 in Bezug auf vier Themenbereiche
(Anteile „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“, Angaben in Prozent)



- ▶ Mit deutlichem Abstand wird die Erreichbarkeit der Innenstadt mit öffentlichen Verkehrsmitteln am positivsten beurteilt (vgl. Abb. 19): 93 Prozent aller Befragten sind hiermit entweder „sehr zufrieden“ (47 %) oder „zufrieden“ (46 %). Auf Rang 2 folgt ein weiterer Verkehrsaspekt, die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad: 78 Prozent aller Befragten beurteilen diese entweder mit „sehr zufrieden“ (25 %) oder mit „zufrieden“ (53 %). Wiederum mit Abstand folgt auf Rang 3 die Beurteilung der Gastronomie, mit der über zwei Drittel (69 %) der Befragten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ sind.
- ▶ Auch die Sicherheit am Tag (67 %) und die kulturellen Angebote (64 %) werden von ca. zwei Dritteln der Befragten positiv beurteilt. Mit Freizeit- und Unterhaltungsangeboten, (55 %), der Auswahl des Warenangebotes (52 %) und Clubs/Discotheken/Bars (50 %) sind mindestens die Hälfte der Befragten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“.
- ▶ Den deutlich schlechtesten Rang nimmt die Art des Publikums in der Innenstadt ein. Nur 16 Prozent sind hiermit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Auch mit der Sicherheit am Abend ist nur jede fünfte Person (20 %) „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Weitere Zustimmung mit einem Viertel bis maximal einem Drittel der Befragten finden Sitzmöglichkeiten im Freien (24 %), Parkmöglichkeiten für PKW und die Gestaltung der Freiräume (je 26 %), Aufenthaltsqualität der Plätze und Freiräume (27 %), Sauberkeit (28 %), die Gestaltung mit Blumen und Pflanzen (30 %) sowie die Gestaltung der Gebäude (Architektur), mit der 33 Prozent der Befragten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ sind.
- ▶ In der Addition der Beurteilungen „sehr unzufrieden“ oder „unzufrieden“ gibt es die höchste Unzufriedenheit mit den Aspekten Sicherheit am Abend (46 %), Parkmöglichkeiten für PKW (45 %), Sitzmöglichkeiten im Freien (42 %), Art des Publikums und Gestaltung mit Blumen und Pflanzen (je 37 %) sowie Sauberkeit (35 %).
- ▶ Männer bewerten von den vier oben genannten Themenkomplexen die Aufenthaltsqualität der Innenstadt insgesamt deutlich positiver als Frauen: 40 Prozent der Männer, aber nur 28 Prozent der Frauen sind hiermit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Auch die Innenstadt als Einkaufsort insgesamt wird von Männern (51 %) besser beurteilt als von Frauen (44 % „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“).

Abbildung 19: Zufriedenheit mit verschiedenen Gesichtspunkten in der Innenstadt
(Anteile „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“, Angaben in Prozent)



- ▶ Die Sicherheit am Abend, die Sitzmöglichkeiten im Freien und die Abstellmöglichkeiten für Fahrräder bewerten Männer um 9 Prozentpunkte häufiger mit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ als Frauen. 8 Prozentpunkte beträgt der Unterschied beim Warenangebot und der Gestaltung mit Blumen und Pflanzen. Umgekehrt sind Frauen mit Onlineshops und dem Online-Service der Innenstadtgeschäfte mit 52 Prozent „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ um 8 Prozentpunkte zufriedener als Männer mit 44 Prozent.
- ▶ Beim Geschlechtervergleich der negativen Beurteilungen „sehr unzufrieden“ oder „unzufrieden“ sind Frauen mit den Sitzmöglichkeiten im Freien um 12 Prozentpunkte weniger zufrieden als Männer (47 % der Frauen gegenüber 35 % der Männer „sehr unzufrieden“ oder „unzufrieden“). Bei der Gestaltung mit Blumen und Pflanzen und bei der Sicherheit am Abend sind es je 10 Prozentpunkte mehr, bei der Aufenthaltsqualität der Plätze und Freiräume 9 Prozentpunkte (37 % der Frauen gegenüber 28 % der Männer „sehr unzufrieden“ oder „unzufrieden“).

- ▶ Von den vier oben genannten Themenkomplexen bewerten Ältere die Aufenthaltsqualität der Innenstadt insgesamt positiver als Jüngere: 43 Prozent der Befragten ab 75 Jahren und 38 Prozent der Personen von 65-74 Jahren sind hiermit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ – bei den 16- bis 29-Jährigen sind es lediglich 30 Prozent.
- ▶ Die Innenstadt als Einkaufsort insgesamt beurteilen die Befragten der jüngsten Altersklasse 16-29 Jahre (59 %) am besten, gefolgt von der ältesten Altersklasse der Personen ab 75 Jahren (55 % „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“). Bei der Beurteilung der Innenstadt als Kultur- und Freizeitstandort insgesamt ist es ähnlich: Die beste Beurteilung geben die Ältesten (63 %) gefolgt von den Jüngsten (57 %) ab.

Bei einer Reihe von Einzelaspekten unterscheidet sich die Zufriedenheit nach dem Alter der Befragten deutlich:

Aufenthaltsqualität der Innenstadt

- ▶ Mit der Gestaltung der Innenstadt mit Blumen und Pflanzen sind die Befragten umso zufriedener, je älter sie sind: Nur 23 Prozent der 16- bis 29-Jährigen sind hiermit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Der Anteil steigt kontinuierlich auf 34 Prozent bei den 65- bis 74-Jährigen und sogar 53 Prozent bei den Befragten ab 75 Jahren. Auch mit der Gestaltung der Freiräume (z. B. Plätze) ist die älteste Altersgruppe am zufriedensten (35 % „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“), der zweithöchste Wert entfällt mit 27 Prozent auf die 30- bis 44- Jährigen.
- ▶ Die Sauberkeit der Innenstadt wird von der jüngsten Altersgruppe am kritischsten gesehen: Nur 23 Prozent sind damit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Umgekehrt sind 45 Prozent der 16- bis 29- Jährigen hiermit „sehr unzufrieden“ oder „unzufrieden“, mit deutlichem Abstand gefolgt von 34 Prozent der 30- bis 44-Jährigen. Auch bei der Zufriedenheit mit der Art des Publikums der Innenstadt sind die 16- bis 29-Jährigen am kritischsten: 44 Prozent sind hiermit „sehr unzufrieden“ oder „unzufrieden“; der Anteil sinkt mit steigender Altersklasse kontinuierlich auf 27 Prozent bei den Personen ab 75 Jahren.
- ▶ Ähnlich verhält es sich bei der Gestaltung der Gebäude (Architektur): 35 Prozent der jüngsten Altersklasse sind hiermit „sehr unzufrieden“ oder „unzufrieden“, der Anteil sinkt über 22 Prozent der 64- bis 75-Jährigen auf nur 14 Prozent der Personen ab 75 Jahren. Bei der Beurteilung der Sitzmöglichkeiten im Freien sind ebenfalls die 75-Jährigen und älter am wenigsten kritisch: 31 Prozent sind damit „sehr unzufrieden“ oder „unzufrieden“, deutlich weniger als bei den 45- bis 64-Jährigen, die mit 40 Prozent den zweitniedrigsten Anteil haben.

Innenstadt als Einkaufsort

- ▶ Die Vielfalt an Geschäften in der Innenstadt beurteilen die 16- bis 29-Jährigen mit 61 Prozent „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ viel positiver als die übrigen Altersgruppen. Die 30- bis 44-Jährigen mit der zweithöchsten Zufriedenheit erreichen nur 43 Prozent. Bezüglich der Onlineshops und Online-Service der Innenstadtgeschäfte ist die Zufriedenheit umso größer je jünger die Befragten sind: Sie

sinkt von maximal 65 Prozent der 16- bis 29-Jährigen mit der Einschätzung „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ über 52 Prozent der 30- bis 44-Jährigen und 38 Prozent der 45- bis 64-Jährigen auf nur 26 Prozent der 65- bis 74-Jährigen. Bei den Personen ab 75 Jahren sind es 35 Prozent.

Innenstadt als Kultur- und Freizeitstandort

- ▶ Gastronomische Angebote der Innenstadt beurteilen die 16- bis 29-Jährigen mit 76 Prozent „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ am besten, gefolgt von den 65- bis 74-Jährigen mit 70 Prozent und den Personen ab 75 Jahren mit 69 Prozent. Die kulturellen Angebote der Innenstadt beurteilen die beiden ältesten Altersgruppen am positivsten: 76 Prozent der 75-Jährigen und älter und 74 Prozent der 65- bis 74-Jährigen sind damit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Clubs/Diskotheken/Bars der Innenstadt erhalten bei den Personen ab 75 Jahren dagegen die deutlich geringste Zustimmung mit 41 Prozent „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“. Dies liegt vor allem daran, dass mehr als die Hälfte der Befragten dieser Altersklasse die Einschätzung „teils, teils“ wählte.
- ▶ Von den 23 Einzelaspekten der Innenstadt wurden 2022 nur die Abstellmöglichkeiten für Fahrräder etwas besser beurteilt als 2019 (Anteile „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ 46 % gegenüber 43 %). Unverändert gleich blieb die Zufriedenheit mit den Parkmöglichkeiten für PKW (26 %). Eine nur leicht verringerte Zufriedenheit gab es bei der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und mit dem PKW sowie bei Clubs/Diskotheken/Bars (vgl. Tab. 16).
- ▶ Bei allen anderen Aspekten sanken die Anteile der Befragten mit der Angabe „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ um mindestens 5 Prozentpunkte 2022 gegenüber 2019. Am drastischsten sind die Einbrüche bei der Zufriedenheit mit der Auswahl des Warenangebots (von 78 % auf 52 %) und der Vielfalt an Geschäften (von 68 % auf 42 %) – zwei Aspekte, die die Innenstadt als Einkaufstandort betreffen. Auch mit der Barrierefreiheit (-18 Prozentpunkte), der Gestaltung mit Blumen und Pflanzen (-16 Prozentpunkte) sowie den Freizeit- und Unterhaltungsangeboten (-15 Prozentpunkte) ist die Zufriedenheit deutlich gesunken.
- ▶ Bei Betrachtung der Verschlechterung der Zufriedenheit in Prozent statt in Prozentpunkten ging der Anteil der Beurteilung „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ am stärksten bei der Art des Publikums zurück: Die Verringerung um 10 Prozentpunkte von 26 auf 16 Prozent entspricht einem Rückgang um zwei Drittel (67 %) und bereits 2019 hatte es gegenüber 37 Prozent im Jahr 2015 einen deutlichen Rückgang gegeben.
- ▶ Am zweitstärksten ist der Rückgang bei der Vielfalt an Geschäften (- 60 %, dabei war die Beurteilung 2015 noch 5 Prozentpunkte positiver als 2019 gewesen). Sowohl die Gestaltung mit Blumen und Pflanzen als auch die Sicherheit am Abend wird 2022 um 54 Prozent seltener mit „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ beurteilt als 2019, und in beiden Fällen war die Beurteilung 2015 positiver gewesen als 2019. Den fünftstärksten prozentualen Rückgang gegenüber 2019 gibt es beim Aspekt Auswahl des Warenangebot (-49 % von 78 % auf 52 %), mit dem 2015 noch 82 Prozent der Befragten „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ waren – 4 Prozentpunkte mehr als 2019.

Tabelle 16: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2011 bis 2022

(Anteile „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“, Angaben in Prozent)

	2011	2015	2019	2022
	Anteile "sehr zufrieden" oder "zufrieden"			
	in %			
Aufenthaltsqualität der Innenstadt insgesamt	*	*	*	34
Aufenthaltsqualität der Plätze und Freiräume	42	44	31	27
Art des Publikums	40	37	26	16
Barrierefreiheit	*	57	66	48
Gestaltung mit Blumen und Pflanzen	52	53	46	30
Gestaltung der Freiräume (z.B. Plätze)	44	49	37	26
Gestaltung der Gebäude (Architektur)	39	46	40	33
Sauberkeit	44	51	39	28
Sicherheit am Tage	81	82	75	67
Sicherheit am Abend	34	39	31	20
Sitzmöglichkeiten im Freien	37	38	31	24
Innenstadt als Einkaufsort insgesamt	*	*	*	47
Ambiente/Atmosphäre	67	54	49	37
Auswahl des Warenangebotes	81	82	78	52
Onlineshops und Online-Service der Innenstadtgeschäfte	*	*	*	48
Vielfalt an Geschäften	72	73	68	42
Erreichbarkeit/verkehrliche Situation insgesamt	*	*	*	71
Abstellmöglichkeiten für Fahrräder	40	42	43	46
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	87	88	85	78
Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	96	96	95	93
Erreichbarkeit mit dem PKW	60	55	48	45
Parkmöglichkeiten für PKW	35	30	26	26
Innenstadt als Kultur- und Freizeitstandort insgesamt	*	*	*	55
Clubs/Discotheken/Bars	58	61	53	50
Freizeit- / Unterhaltungsangebote	71	73	71	55
Kulturelle Angebote	75	75	74	64
Restaurants/Cafés/Kneipen	79	78	76	69

* nicht abgefragt

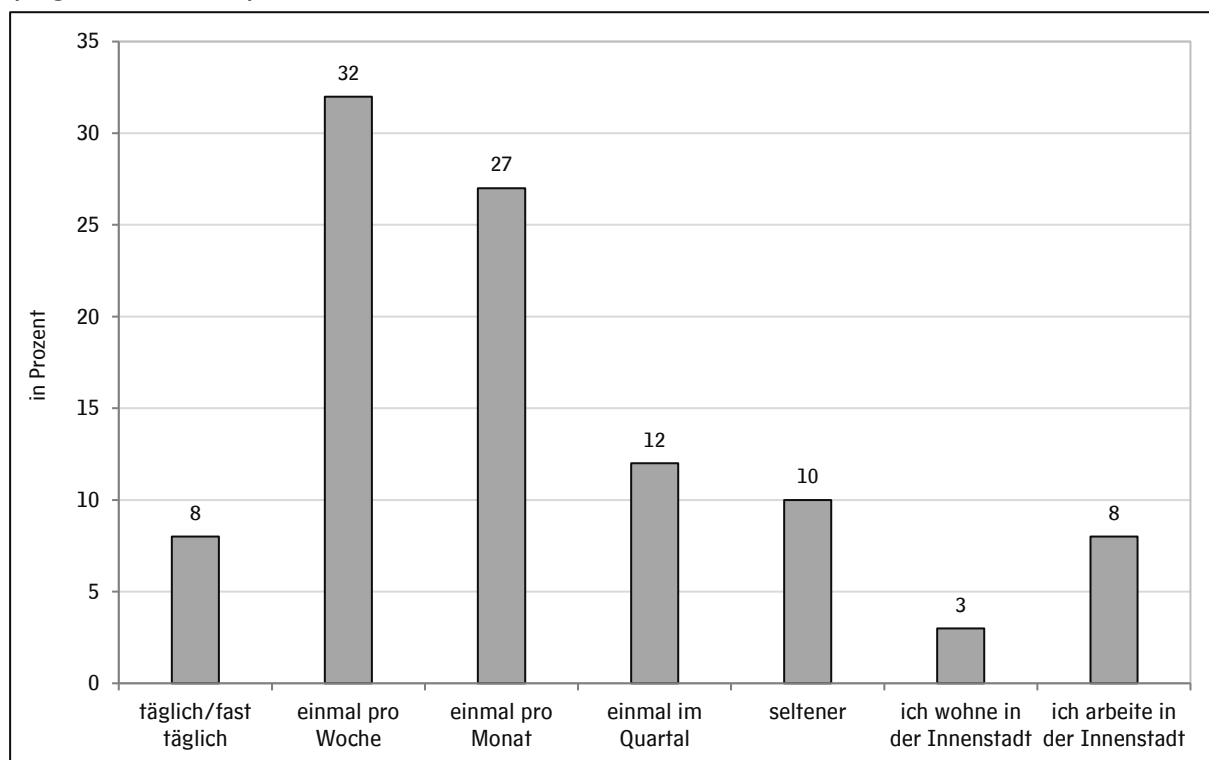
5.4 Häufigkeit und Dauer des Innenstadtbesuches

Häufigkeit des Innenstadtbesuches

Frage: „Wie oft besuchen Sie die Innenstadt?“

Abbildung 20: Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2022

(Angaben in Prozent)



- ▶ Bei dieser Frage wurde zunächst der Anteil der Befragten erfasst, die in der Innenstadt arbeiten (8 %) oder wohnen (3 %). Von den übrigen 89 Prozent besucht ein Drittel der Befragten (32 %) im Schnitt einmal pro Woche die Innenstadt. Die zweithäufigste Frequenz ist mit 27 Prozent einmal pro Monat. Es folgen einmal im Quartal (12 %) und seltener (inkl. nie) (10 %). Nur 8 Prozent besuchen die Innenstadt täglich oder fast täglich (vgl. Abb. 20).
- ▶ Männer besuchen die Innenstadt etwas häufiger als Frauen: 9 Prozent gehen täglich/fast täglich und 34 Prozent einmal pro Woche in die Innenstadt, bei den Frauen sind es 7 Prozent täglich/fast täglich und 31 Prozent einmal pro Woche. Umgekehrt gehen 46 Prozent der Männer nur monatlich, quartalsweise oder seltener in die Innenstadt, während dies 52 Prozent der Frauen tun.
- ▶ Junge Menschen besuchen die Innenstadt tendenziell häufiger als ältere: Von den 16- bis 29-Jährigen kommen 54 Prozent täglich/fast täglich (12 %) oder wöchentlich (42 %), während es insgesamt nur 40 Prozent aller Befragten sind. Seltener als quartalsweise kommt fast jede vierte Person (24 %) ab 75 Jahren in die Innenstadt – bei den jungen Erwachsenen bis 29 Jahre sind es nur 4 Prozent.

- ▶ Schon 2019 gegenüber 2015 hatte sich die Häufigkeit des Innenstadtbesuches verringert. 2022 setzte sich dieser Trend fort: Der Anteil der täglichen/fast täglichen Besuche sank von 13 auf 8 Prozent spürbar ab, der der wöchentlichen von 37 auf 32 Prozent ebenfalls um 5 Prozentpunkte. Die lediglich quartalsweisen Besuche verdoppelten sich von 6 auf 12 Prozent aller Befragten, und die selteneren Besuche stiegen von 6 auf 10 Prozent ebenfalls deutlich an (vgl. Tab. 17).

Tabelle 17: Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2015, 2019 und 2022
(Angaben in Prozent)

	2015	2019	2022
	in %		
täglich/fast täglich	16	13	8
einmal pro Woche	41	37	32
einmal pro Monat	19	26	27
einmal im Quartal	7	6	12
seltener	7	6	10
ich wohne in der Innenstadt	3	3	3
ich arbeite in der Innenstadt	7	9	8
insgesamt	100	100	100

Dauer des Innenstadtbesuches

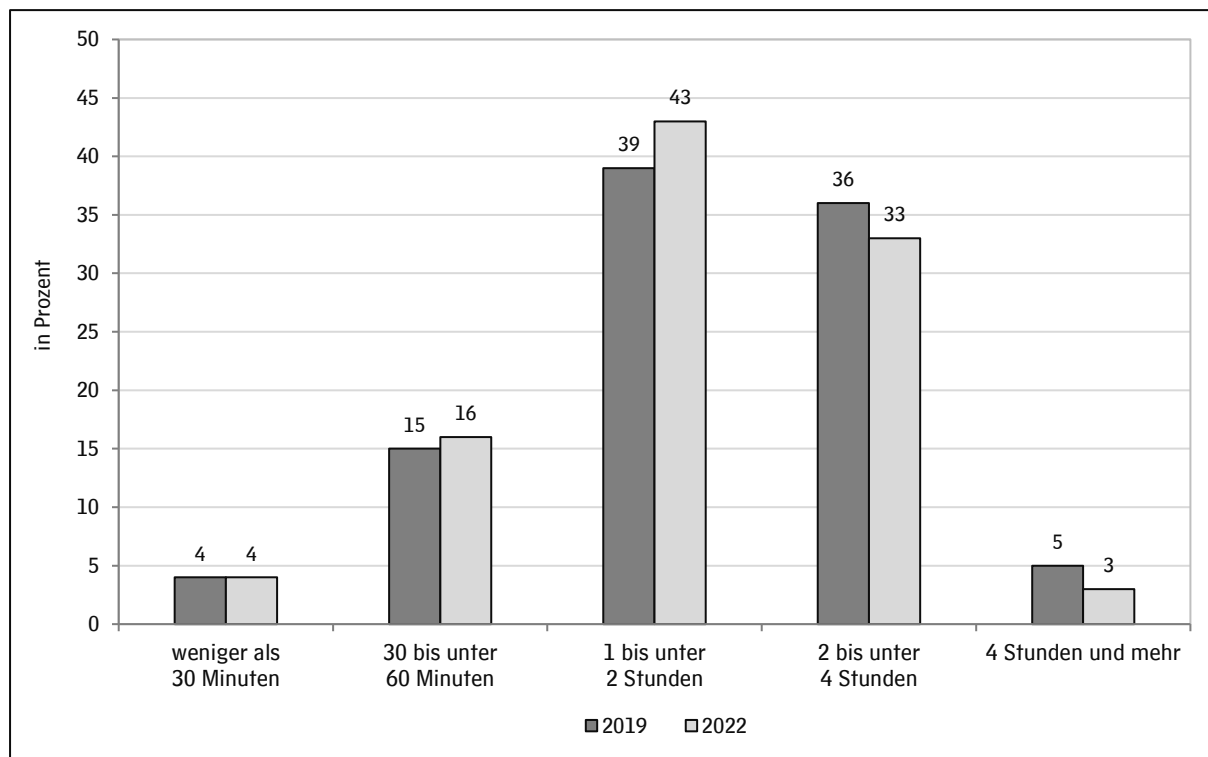
Frage: „Wie lange halten Sie sich durchschnittlich in der Innenstadt auf?“

Bei der Frage nach der Dauer des Innenstadtbesuchs wurden die Antworten derjenigen, die in der Innenstadt wohnen oder arbeiten, nicht berücksichtigt.

- ▶ Die häufigste durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Befragten in der Innenstadt beträgt 1 bis unter 2 Stunden (43 %), gefolgt von 2 bis unter 4 Stunden (33 %) (vgl. Abb. 21). Zusammen halten sich damit drei Viertel der Befragten (76 %) zwischen 1 und 4 Stunden in der Innenstadt auf. Jede*r Fünfte (20 %) verbleibt unter einer Stunde, davon nur 4 Prozent unter 30 Minuten.
- ▶ Frauen halten sich tendenziell länger in der Innenstadt auf als Männer: Bis unter 2 Stunden verweilen 68 Prozent der Männer und 60 Prozent der Frauen. 2 Stunden und länger verweilen 32 Prozent der Männer, aber 40 Prozent der Frauen.
- ▶ Bei Betrachtung der Aufenthaltsdauer nach Altersklassen gibt es die größten Unterschiede beim Kurzaufenthalt: Ein kurzer Aufenthalt von bis zu 30 Minuten ist in der jüngsten Altersgruppe mit 6 Prozent am häufigsten vertreten. Der Anteil sinkt kontinuierlich mit steigendem Alter und liegt bei den Befragten ab 75 Jahren nur bei 2 Prozent.

Abbildung 21: Dauer des Innenstadtbesuches 2019 und 2022

(Angaben in Prozent*)



- Gegenüber 2019 gab es tendenziell eine leichte Verkürzung der Aufenthaltsdauer, denn die Anteile der Befragten ab 2 Stunden Aufenthalt sind gesunken: bei 2 bis unter 4 Stunden von 36 auf 33 Prozent, und ab 4 Stunden von 5 auf 3 Prozent. Dafür nahm die kürzere Dauer von 1 bis 2 Stunden von 39 auf 43 Prozent zu.

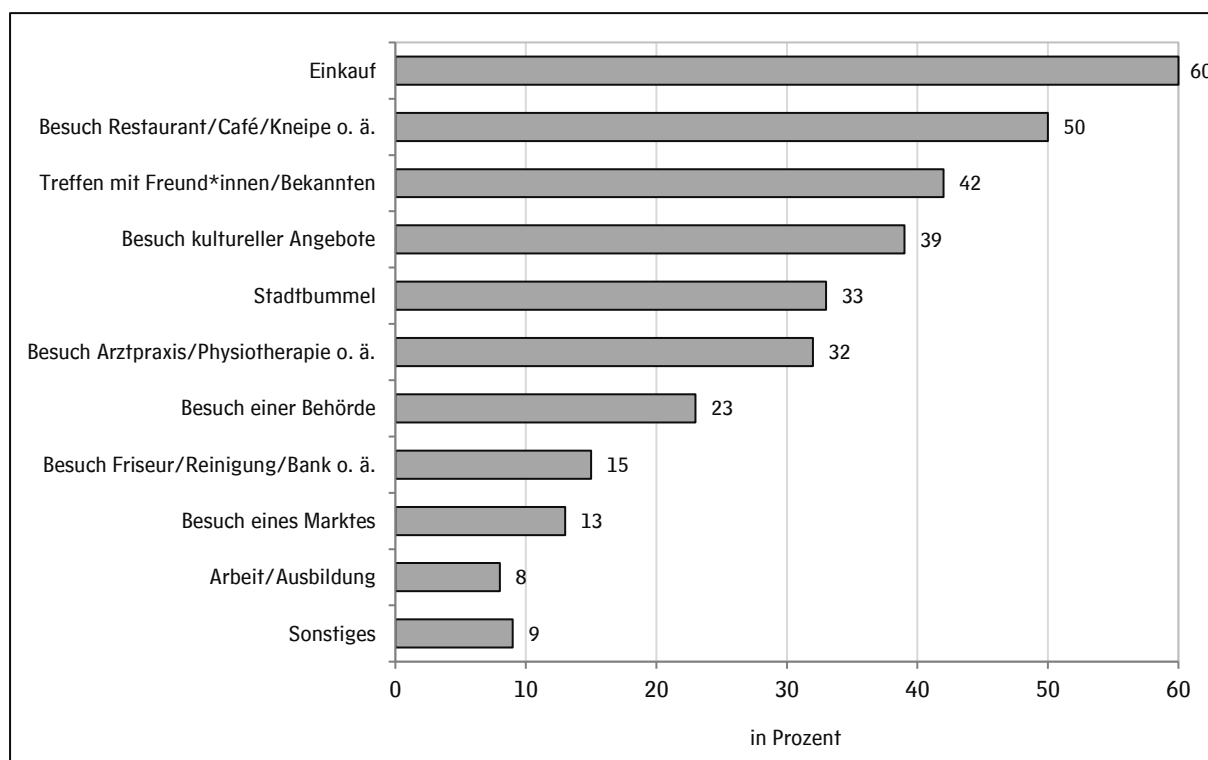
5.5 Zweck oder Anlass des letzten Innenstadtbesuches

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

Bei dieser Frage wurden die Antworten derjenigen, die an anderer Stelle des Fragebogens angeben, in der Innenstadt zu wohnen oder zu arbeiten, nicht berücksichtigt. Zudem waren bei dieser Frage Mehrfachnennungen möglich. In der Regel ist der Innenstadtbesuch mit mehreren Anlässen verbunden: Die Befragten gaben im Durchschnitt 3,3 Antworten auf diese Frage und damit 3,3 verschiedene überwiegende Anlässe.

- Der wichtigste überwiegende Anlass der Befragten für einen Besuch der Innenstadt ist der Einkauf: 60 Prozent kommen in die Innenstadt, um dort einzukaufen. Die Hälfte aller Befragten (50 %) besucht die Innenstadt, um dort etwas zu essen oder zu trinken (Restaurant, Café, Kneipe o. ä.). 42 Prozent aller Innenstadtbesucher*innen treffen sich in der Innenstadt mit Freund*innen oder Bekannten und 39 Prozent aller Befragten nutzen ein Kulturangebot (vgl. Abb. 22).

Abbildung 22: Überwiegender Zweck oder Anlass des Innenstadtbesuches 2022
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Befragten)



- ▶ Ein Drittel der Befragten unternimmt einen Stadtbummel (33 Prozent) oder besucht eine Arztpraxis/Physiotherapie o. ä. Knapp ein Viertel (23 %) erledigt einen Behördengang in der Innenstadt und 15 Prozent nutzen eine Dienstleistung wie Friseur, Reinigung, Bank o. ä. 13 Prozent der Einwohnenden besuchen einen Markt und 8 Prozent gehen in die Innenstadt zur Arbeit oder Ausbildung. Auf sonstige Zwecke entfallen 9 Prozent.
- ▶ Frauen (36 % der befragten Frauen) besuchen die Innenstadt häufiger für einen Stadtbummel als Männer (30 % der befragten Männer). Frauen (45 %) gehen auch häufiger in die Innenstadt, um sich mit Freund*innen oder Bekannten zu treffen, als Männer (40 %). Für jeden vierten Mann (25 %) dagegen ist der Besuch einer Behörde ein häufigerer Anlass für den Innenstadtbesuch als für jede fünfte Frau (20 %). Auch Einkaufen nennen Männer (62 %) etwas häufiger als Frauen (57 %).
- ▶ Bei allen Anlässen zeigen sich deutliche Unterschiede nach dem Alter der Befragten. Tendenziell gibt es die größten Unterschiede zwischen der jüngsten und der ältesten Altersklasse: Während einige Anlässe für die 16- bis 29-Jährigen am wichtigsten sind, sind andere für sie am unwichtigsten verglichen mit den anderen Altersklassen der Befragten.
- ▶ Zum Arbeiten oder zur Ausbildung geht die jüngste Altersgruppe am häufigsten in die Innenstadt und die Senior*innen erwartungsgemäß am seltensten: Von den 16- bis 29-Jährigen geben 13 Prozent dies als einen überwiegenden Anlass an, von den Befragten ab 75 Jahren lediglich 4 Prozent. Auch das Treffen mit Freund*innen oder Bekannten wird von den Jüngsten am häufigsten benannt (57 %) und von den Ältesten am seltensten (30 %). Besuche gastronomischer Einrichtungen (Restaurant, Café, Kneipe oder ähnliches) sind für deutlich mehr als die Hälfte (58 %) der Jüngsten ein überwiegender Anlass, minimal sind es 40 Prozent der Personen ab 75 Jahren.

- ▶ Umgekehrt besuchen die Personen ab 75 Jahren am häufigsten die Innenstadt für einen Arztbesuch, Physiotherapie oder ähnliches (45 % der Befragten dieser Altersgruppe), bei den 16- bis 29-Jährigen sind es nur 19 Prozent. Kulturelle Angebote sind für die jüngste Altersgruppe nur zu einem Viertel (25 %) ein überwiegender Anlass, die Innenstadt zu besuchen, maximal ist es für die Hälfte (49 %) der 65- bis 74-Jährigen und 48 Prozent der 45- bis 64-Jährigen ein Anlass.
- ▶ Der Besuch eines Marktes spielt ebenfalls für die jüngste Altersgruppe die geringste Rolle (9 %), von den Senior*innen ab 75 Jahren nennen diesen Anlass 21 Prozent, der höchste Anteil aller Altersgruppen. Behördenbesuche sind für die jüngste Altersklasse auch deutlich seltener ein Anlass als für Ältere: Für nur 14 Prozent der 16- bis 29-Jährigen ist ein Behördengang ein überwiegender Anlass für einen Innenstadtbesuch; bei den übrigen Altersgruppen reicht der Anteil von 21 Prozent der 30- bis 44-Jährigen über 26 Prozent der 65- bis 74-Jährigen bis zu 27 Prozent der 45- bis 64-Jährigen und der Personen ab 75 Jahren. Der Besuch eines Friseurs, einer Reinigung, Bank oder ähnlichen Dienstleistungen nennen lediglich 9 Prozent der 16- bis 29-Jährigen, maximal sind es 20 Prozent der Personen ab 75 Jahren.
- ▶ Ein Stadtbummel ist am häufigsten für die 30- bis 44-Jährigen (40 %) ein Anlass für einen Innenstadtbesuch, gefolgt von den 16- bis 29-Jährigen (38 %). Bei den 65- bis 74-Jährigen ist dies nur für 22 Prozent der Fall.
- ▶ Einkaufen schließlich ist maximal für zwei Drittel (67 %) der 65- bis 74-Jährigen ein überwiegender Grund für einen Innenstadtbesuch, während es bei der jüngsten Altersklasse minimal nur gut die Hälfte (53 %) ist.
- ▶ Für den Zeitvergleich wurden die Antworten auf 100 Prozent umgerechnet. Allerdings wurden 2022 drei neue Anlässe eingeführt, auf die 19 Prozent der Antworten entfallen. Deshalb ist ein Vergleich mit 2015 und 2019 nur eingeschränkt möglich. Gegenüber 2015 und 2019 haben sich die überwiegenden Anlässe zum Besuch der Innenstadt Einkaufen und Stadtbummel stark reduziert: 2015 und 2019 gingen noch 28 bzw. 27 Prozent der Befragten zum Einkaufen in die Innenstadt, 2022 waren es nur noch 18 Prozent (vgl. Tab. 18). Der Stadtbummel sank von 17 bzw. 16 Prozent auf nur noch 10 Prozent. Das Treffen mit Freund*innen/Bekanntem ist von 16 bzw. 17 Prozent auf 13 Prozent um 4 Prozentpunkte gesunken, der Besuch einer gastronomischen Einrichtung von zuletzt 2019 18 Prozent auf 15 Prozent.
- ▶ Jedoch fehlen bei diesem Vergleich 2022 die oben genannten 19 Prozent. Hier könnte hilfsweise die Auswertung nach Prozent der Befragten herangezogen werden, bei der keine Umrechnung erfolgt. Allerdings ist auch hier keine exakte Vergleichbarkeit der Jahre gegeben, da die Zahl der genannten Anlässe pro befragter Person sich leicht unterscheidet (2015 3,1 Anlässe, 2019 2,9 Anlässe und 2022 3,3 Anlässe).

Tabelle 18: Überwiegender Zweck oder Anlass des Innenstadtbesuches 2015, 2019 und 2022
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2015	2019	2022	2015	2019	2022
	in % der Antworten			in % der Befragten		
Einkauf	28	27	18	85	80	60
Besuch eines Restaurants/Café/Kneipe	15	18	15	48	52	50
Treffen mit Freund*innen/Bekannten	16	17	13	50	49	42
Besuch kultureller Angebote	13	11	12	39	32	39
Stadtbummel	17	16	10	52	46	33
Besuch Arztpraxis/Physiotherapie	*	*	10	*	*	32
Besuch einer Behörde	6	5	7	17	14	23
Besuch Friseur/Reinigung/Bank o.ä.	*	*	5	*	*	15
Besuch eines Marktes	*	*	4	*	*	13
Arbeit/Ausbildung	3	3	3	9	8	8
Sonstiges	3	4	3	10	11	9
insgesamt**	100	100	100	308	291	325

* nicht erfasst; da 2022 drei neue Anlässe eingeführt wurden, ist der Zeitvergleich mit 2015 und 2019 in Bezug auf 100 % nur eingeschränkt möglich

** mehr als 100 Prozent = Mehrfachnennungen

6. Einkaufsverhalten/Online-Shopping

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, die erstmals im Rahmen der Repräsentativerhebung 2015 gestellt wurde, wurden die Befragten gebeten, den Einkaufsort für Produkte aus 11 vorgegebenen Waren-/Artikelgruppen anzugeben („in (m)einem Stadtteil“, „in der Innenstadt“, „in Einkaufszentren am Stadtrand“, „außerhalb der Stadt“, „im Internet“). Dabei konnten für jede Waren-/Artikelgruppe mehrere Einkaufsorte genannt werden, es waren also Mehrfachnennungen möglich. Im Schnitt wurden pro Warengruppe 1,4 Einkaufsorte angegeben.

- ▶ Alle Warenartikel zusammengenommen ist die Innenstadt der am häufigsten genannte Einkaufsort: Auf 100 Prozent bezogen entfallen 29 Prozent der insgesamt genannten Orte auf die Innenstadt, gefolgt vom eigenen Stadtteil (oder einem anderen Stadtteil) mit 26 Prozent und dem Internet mit 24 Prozent. Einkaufszentren am Stadtrand (15 %) und Einkaufsorte außerhalb der Stadt (7 %) spielen eine geringere Rolle (vgl. Abb. 23) (Abweichung von 100 % durch Rundungen).

Tabelle 19: Warengruppen nach Einkaufsorten 2022

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Befragten)

Warengruppe/Einkaufsort*	in (m)einem Stadtteil	in der Innenstadt	in Einkaufszentren am Stadtrand	außerhalb der Stadt	im Internet
	in %				
Bekleidung	14	67	13	10	53
Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren	50	38	7	3	35
Haushaltswaren/Deko	42	44	18	6	28
Heimwerkerbedarf	39	12	39	13	15
Kosmetik/Drogerie/Gesundheit	80	23	8	3	10
Lebensmittel/Getränke	88	7	12	4	4
Möbel/Einrichtung	11	7	55	34	25
Multimedia/Elektronik/Foto	12	40	24	7	52
Schuhe/Lederwaren	13	62	14	7	41
Sportartikel/Hobby/Freizeit	9	56	15	7	51
Uhren/Schmuck/Accessoires	15	60	8	7	43

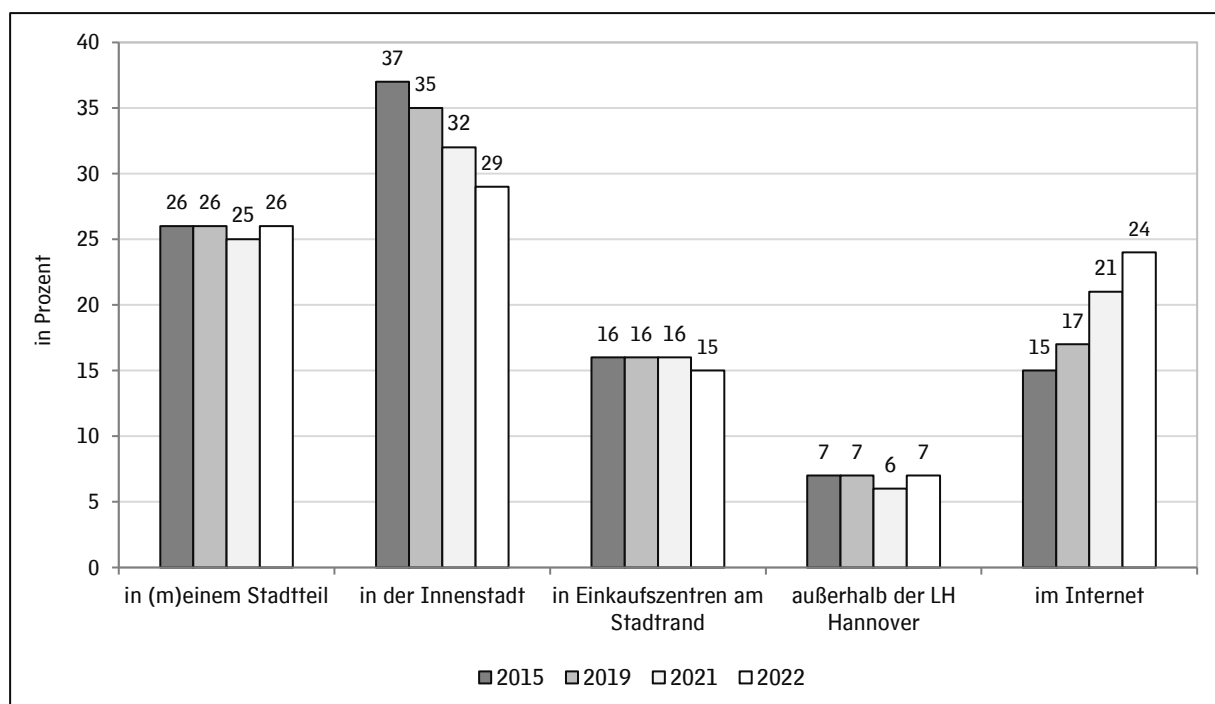
* optisch markiert ist jeweils der wichtigste Einkaufsort je Warengruppe

- ▶ Die höchste räumliche Konzentration entfällt auf „in (m)einem Stadtteil“ bei Lebensmitteln und Getränken: 88 Prozent der Befragten kaufen diese Produkte (unter anderem) in räumlicher Nähe zur Wohnung ein (oder in einem anderen Stadtteil) (vgl. Tab. 19). Weit abgeschlagen sind Einkaufszentren am Stadtrand mit 12 Prozent der am zweithäufigsten genannte Einkaufsort für diese Produkte des periodischen (regelmäßigen) Bedarfs. Auch bei der Warengruppe Kosmetik/Drogerie/Gesundheit ist der eigene Stadtteil für vier Fünftel (80 %) der Befragten relevant, gefolgt von der Innenstadt (23 %). Bücher und Zeitschriften werden ebenfalls am häufigsten im eigenen (oder einem anderen) Stadtteil gekauft (50 %), gefolgt von der Innenstadt (38 %) und dem Internet (35 %).
- ▶ Zwei Drittel (67 %) der Befragten kaufen Bekleidung in der Innenstadt ein. Jedoch kauft auch über die Hälfte (53 %) Bekleidung im Internet. Auch Schuhe/Lederwaren (62 %), Uhren/Schmuck/Accessoires (60 %) und Artikel aus dem Bereich Sportartikel/Hobby/Freizeit (56 %) werden in erster Linie in der Innenstadt gekauft. In allen drei Warengruppen ist das Internet der zweithäufigste Einkaufsort.
- ▶ Einkaufszentren am Stadtrand haben bei der Warengruppe Möbel/Einrichtung das größte Gewicht, mehr als die Hälfte der Befragten (55 %) kauft diesbezüglich dort ein. Ein Drittel (34 %) kauft diese Waren außerhalb Hannovers ein und ein Viertel (25 %) im Internet. Heimwerkerbedarf ist die zweite Warengruppe, für die Einkaufszentren am Stadtrand eine große Rolle spielen: 39 Prozent der Befragten nennen diesen Einkaufsort für Heimwerkerbedarf. Ebenso häufig wird Heimwerkerbedarf im eigenen oder einem anderen Stadtteil gekauft.
- ▶ Das Internet hat für mehrere Warengruppen eine hohe Bedeutung. 53 Prozent der Befragten kaufen hier Bekleidung ein, 52 Prozent Artikel der Warengruppe Multimedia/Elektronik/Foto, 51 Prozent Sportartikel/Hobby/Freizeit, 43 Prozent Uhren/Schmuck/Accessoires und 41 Prozent Schuhe/Lederwaren.
- ▶ Die bevorzugten Einkaufsorte über alle Warengruppen unterscheiden sich eher wenig zwischen Frauen und Männern. Frauen nennen mit 27 Prozent „in (m)einem Stadtteil“ um 3 Prozentpunkte häufiger als Männer mit 24 Prozent. Auch die Innenstadt nennen Frauen etwas häufiger (29 %, Männer 27 %). Dafür nennen Männer Einkaufszentren am Stadtrand (16 %) etwas öfter als Frauen (14 %) und 7 Prozent entfallen auf Einkaufsorte außerhalb Hannovers (Frauen 6 %). Das Internet wird von beiden Geschlechtern fast gleich häufig genannt: Von 25 Prozent der Männer und von 24 Prozent der Frauen.
- ▶ In Bezug auf die einzelnen Warengruppen zeigen sich hingegen mehrere Unterschiede: Während Bekleidung nur 10 Prozent der befragten Männer im eigenen oder einem anderen Stadtteil kaufen, sind es 17 Prozent der Frauen. Auch das Internet nutzen Männer mit 50 Prozent seltener als Frauen mit 56 Prozent der Befragten zum Kauf, gleichzeitig bedeutet dies aber, dass jeder zweite befragte Mann Bekleidung im Internet erwirbt. Haushaltwaren (Frauen 50 %, Männer 38 %), Bücher/Zeitschriften (Frauen 41 %, Männer 34 %) und Uhren/Schmuck/Accessoires (Frauen 63 %, Männer 57 %) kaufen Frauen häufiger in der Innenstadt als Männer.
- ▶ Bei zwei Warengruppen ist das Verhältnis deutlich umgekehrt: 58 Prozent der Männer kaufen Produkte aus dem Gebiet Multimedia/Elektronik/Foto im Internet, von den Frauen sind es

10 Prozentpunkte weniger (48 %). Heimwerkerbedarf kaufen 42 Prozent der Männer in Einkaufszentren am Stadtrand, von den Frauen nur 36 Prozent. Dafür kaufen Frauen Heimwerkerbedarf häufiger im eigenen oder einem anderen Stadtteil (43 %) als Männer (36 %).

- ▶ Bezüglich der bevorzugten Einkaufsorte über alle Warengruppen kaufen Ältere häufiger im eigenen Stadtteil und in der Innenstadt ein als Jüngere, dafür deutlich seltener im Internet. Auf den eigenen Stadtteil entfallen die Antworten von 30 Prozent der Personen ab 75 Jahren und 28 Prozent der 65- bis 74-Jährigen, bei den übrigen Altersgruppen liegt der Anteil zwischen 25 und 26 Prozent. Die Innenstadt erreicht mit 36 Prozent der Personen ab 75 Jahren ihren höchsten Anteil, gefolgt von den 65- bis 74-Jährigen, die zu einem Drittel (33 %) in der Innenstadt einkaufen. Am dritthäufigsten kaufen mit 30 Prozent die 16- bis 29-Jährigen in der Innenstadt ein (30 bis 44 Jahre 25 % und 45 bis 64 Jahre 27 %).
- ▶ Das Internet nutzen 30 Prozent der 16- bis 29-Jährigen und maximal 32 Prozent der 30- bis 44-Jährigen zum Einkaufen, noch 22 Prozent der 45- bis 64-Jährigen, aber nur 13 Prozent der 65- bis 74-Jährigen und nur 8 Prozent der von den Personen ab 75 Jahren genannten Einkaufsorte fallen auf das Internet. Einkaufszentren am Stadtrand sind für die jüngste Altersgruppe mit 9 Prozent deutlich unterdurchschnittlich relevant, maximal sind es 20 Prozent der 65- bis 74-Jährigen.

Abbildung 23: Verteilung aller Nennungen von Einkaufsorten 2015, 2019, 2021 und 2022
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent*)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Diese räumlichen Präferenzen spiegeln sich in vielen Anteilen nach Altersgruppen in Bezug auf die 11 verschiedenen Warengruppen. Dabei wird das Internet in allen Warengruppen am häufigsten von den 30- bis 44-Jährigen genutzt. Maximal nutzen 72 Prozent dieser Altersgruppe das Internet zum Kauf von Bekleidung, 69 Prozent zum Kauf von Multimedia/Elektronik/Foto und 67 Prozent für

Sportartikel/Hobby/Freizeit. Die jüngste Altersgruppe dagegen kauft 9 der 11 Warengruppen (außer Schuhe/Lederwaren und Uhren/Schmuck/Accessoires) häufiger in der Innenstadt ein als die 30- bis 44-Jährigen. Den höchsten Anteil erreicht hier Bekleidung, die 68 Prozent der 16- bis 29-Jährigen in der Innenstadt kaufen.

- ▶ Die Zeitreihe in Abbildung 23 zeigt den kontinuierlichen Bedeutungsgewinn des Internets seit 2015 bei gleichzeitigem Rückgang der Anteile der Innenstadt bei hoher Konstanz der Anteile der übrigen Einkaufsorte. Neben den Repräsentativerhebungen 2015, 2019 und 2022 wurden hier die Ergebnisse aus der Sondererhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“ ergänzt, um die dynamische Verschiebung zwischen Innenstadt und Internet der letzten Jahre aufzuzeigen.
- ▶ Tabelle 20 (Ergebnisse für den Zeitvergleich umgerechnet auf 100 % der Antworten) verdeutlicht die anteilig sinkenden Innenstadtbesuche der Befragten für Einkäufe sämtlicher Warengruppen sowohl 2019 gegenüber 2015 als auch 2022 gegenüber 2019 (Ausnahme: Anstieg bei Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren 2015 auf 2019 um einen Prozentpunkt).
- ▶ Umgekehrt legten die Anteile der Befragten, die im Internet einkaufen, sowohl 2019 als auch 2022 in jeder Warengruppe zu (Ausnahme: Rückgang bei Kosmetik/Drogerie/Gesundheit 2015 auf 2019 um einen Prozentpunkt). Von 2019 auf 2022 nahmen die Internet-Anteile in sämtlichen Warengruppen außer Lebensmittel/Getränke (ungerundet 2,6 %) um mindestens 3 Prozentpunkte zu. Maximal lag der Zuwachs in drei Warengruppen bei 10 Prozentpunkten: Uhren/Schmuck/Accessoires, Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren.
- ▶ Im Zeitvergleich ist das Internet 2022 zum ersten Mal für eine Warengruppe der häufigste Einkaufsort: 38 Prozent der Warengruppe Multimedia/Elektronik/Foto entfallen auf das Internet, erst mit Abstand folgt die Innenstadt mit 30 Prozent der Antworten. 2019 lag die Innenstadt mit 36 Prozent noch vor dem Internet mit 31 Prozent.
- ▶ Der Zeitvergleich wird leicht dadurch eingeschränkt, dass 2022 anders als 2015 und 2019 der Einkaufsort eigener Stadtteil um andere Stadtteile ergänzt wurden („in (m)einem Stadtteil). Dies führte insbesondere bei Heimwerkerbedarf zu einer Verschiebung.

Tabelle 20: Warengruppen nach Einkaufsorten* 2015, 2019 und 2022

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis = 100 % je Warengruppe und Jahr)

	2015	2019	2022	2015	2019	2022	2015	2019	2022	2015	2019	2022	2015	2019	2022
	in (m)einem Stadtteil**			in der Innenstadt			in Einkaufszentren am Stadtrand			außerhalb der Stadt Hannover			im Internet		
Lebensmittel/Getränke	73	77	76	10	8	6	13	11	10	3	3	3	1	1	4
Bekleidung	9	9	9	54	52	43	10	9	8	6	6	6	21	24	34
Schuhe/Lederwaren	9	10	9	57	54	45	11	11	10	6	5	5	17	20	30
Sportartikel/Hobby/Freizeit	7	7	7	52	49	41	11	11	11	4	5	5	25	28	37
Kosmetik/Drogerie/Gesundheit	58	62	64	27	24	19	7	7	7	2	2	2	6	5	8
Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren	44	40	38	32	33	29	4	4	5	2	2	3	18	20	26
Uhren/Schmuck/Accessoires	13	11	12	61	57	45	6	6	6	4	5	5	16	22	32
Multimedia/Elektronik/Foto	10	9	9	40	36	30	19	20	18	3	5	5	27	31	38
Haushaltswaren/Deko	28	30	30	39	37	32	16	15	13	6	5	5	12	13	20
Möbel/Einrichtung	8	7	8	12	7	6	45	48	42	26	26	26	10	13	19
Heimwerkerbedarf	26	30	33	14	12	10	42	39	33	11	11	11	8	8	13

* optisch hervorgehoben sind Veränderungen je Warengruppe von + / - 3 Prozentpunkten und mehr von 2015 auf 2019 und von 2019 auf 2022

** 2015 und 2019 "in meinem Stadtteil"

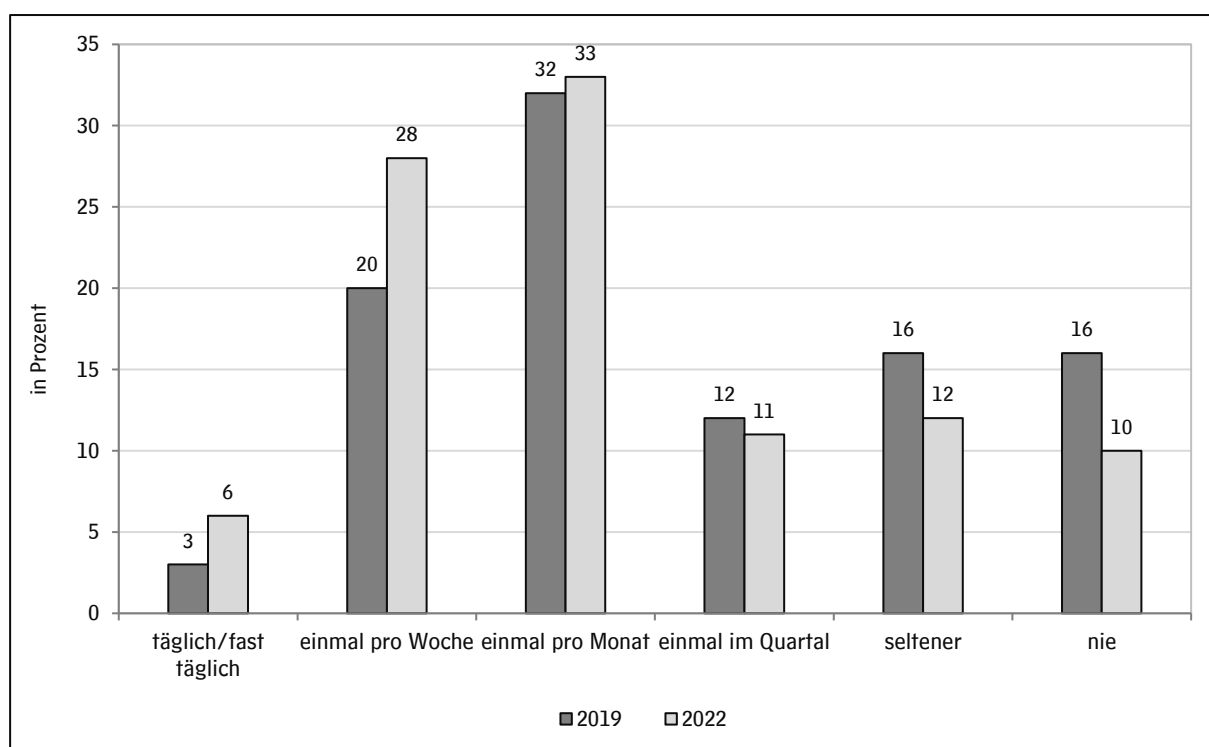
6.2 Online-Shopping

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

- ▶ 6 Prozent der Befragten kaufen täglich oder fast täglich im Internet ein. Deutlich mehr, und zwar gut ein Viertel (28 %), tut dies wöchentlich, und jede dritte Person (33 %) gibt an, einmal im Monat im Internet einzukaufen. Nur 10 Prozent der Befragten kaufen nie online ein (vgl. Abb. 24).

Abbildung 24: Häufigkeit des Online-Shoppings 2019 und 2022

(Angaben in Prozent*)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Online-Shopping ist tendenziell etwas mehr eine männliche als eine weibliche Domäne: 38 Prozent der männlichen Befragten kaufen täglich, fast täglich oder wöchentlich online ein, bei den Frauen sind es mit 31 Prozent 7 Prozentpunkte weniger. Umgekehrt ist der Anteil der Männer, die seltener als quartalsweise oder nie online einkaufen, mit 19 Prozent 5 Prozentpunkte geringer als bei den Frauen (24 %).
- ▶ Jüngere kaufen häufiger online ein als Ältere, dies gilt für alle fünf Altersklassen außer der jüngsten. Die 30- bis 44-Jährigen kaufen fast zur Hälfte (48 %) täglich, fast täglich oder wöchentlich online ein und nur zu 8 Prozent seltener als quartalsweise oder nie. Die älteste Altersgruppe ab 75 Jahren (8 % fast täglich/täglich oder wöchentlich, 67 % seltener als quartalsweise oder nie) unterscheidet sich deutlich von den 65- bis 74-Jährigen (20 % fast täglich/täglich oder wöchentlich, 37 % seltener als quartalsweise oder nie). In der jüngsten Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen kauft jede dritte

Person (34 %) täglich, fast täglich oder wöchentlich online ein und zu 10 Prozent seltener als quartalsweise oder nie.

- ▶ Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Online-Einkaufens und der Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage. Die Befragten, die ihre persönliche wirtschaftliche Lage als sehr gut erachten (vorgegebene Kategorien waren sehr gut – gut – teils, teils – weniger gut – gar nicht gut), kaufen häufiger online ein: 7 Prozent täglich oder fast täglich, 32 Prozent einmal pro Woche, 36 Prozent einmal pro Monat, 10 Prozent einmal pro Quartal, 9 Prozent seltener und 5 Prozent nie.
- ▶ Umgekehrt entfallen bei den Befragten mit der Einschätzung einer weniger guten persönlichen wirtschaftlichen Lage die höchsten Anteile auf „seltener“ (18 %) oder „nie“ (12 %); bei denen mit der Einschätzung einer gar nicht guten wirtschaftlichen Lage sind ebenfalls die Kategorien „seltener“ (26 %) und „nie“ (18 %) am stärksten besetzt – täglich/fast täglich kaufen 6 Prozent von ihnen im Internet ein und von den Befragten mit der Einschätzung einer weniger guten Lage 3 Prozent.
- ▶ Gegenüber 2019 hat sich der Anteil derer, die täglich oder fast täglich online einkaufen, von 3 Prozent auf 6 Prozent verdoppelt. Deutlich gestiegen ist der Anteil der Befragten, die einmal pro Woche im Internet einkaufen – von 20 auf 28 Prozent (vgl. Tab. 21). Dafür ist der Anteil derer, die seltener als einmal im Quartal (von 16 % auf 12 %) oder nie (von 16 % auf 10 %) online einkaufen, spürbar zurückgegangen – nur noch jede zehnte Befragte Person kauft überhaupt nicht im Internet ein, 2015 war es noch jede vierte (24 %).

Tabelle 21: Häufigkeit des Online-Shoppings 2015, 2019 und 2022
(Angaben in Prozent*)

	2015	2019	2022
	in %		
täglich/fast täglich	2	3	6
einmal pro Woche	17	20	28
einmal pro Monat	27	32	33
einmal im Quartal	14	12	11
seltener	16	16	12
nie	24	16	10
insgesamt	100	100	100

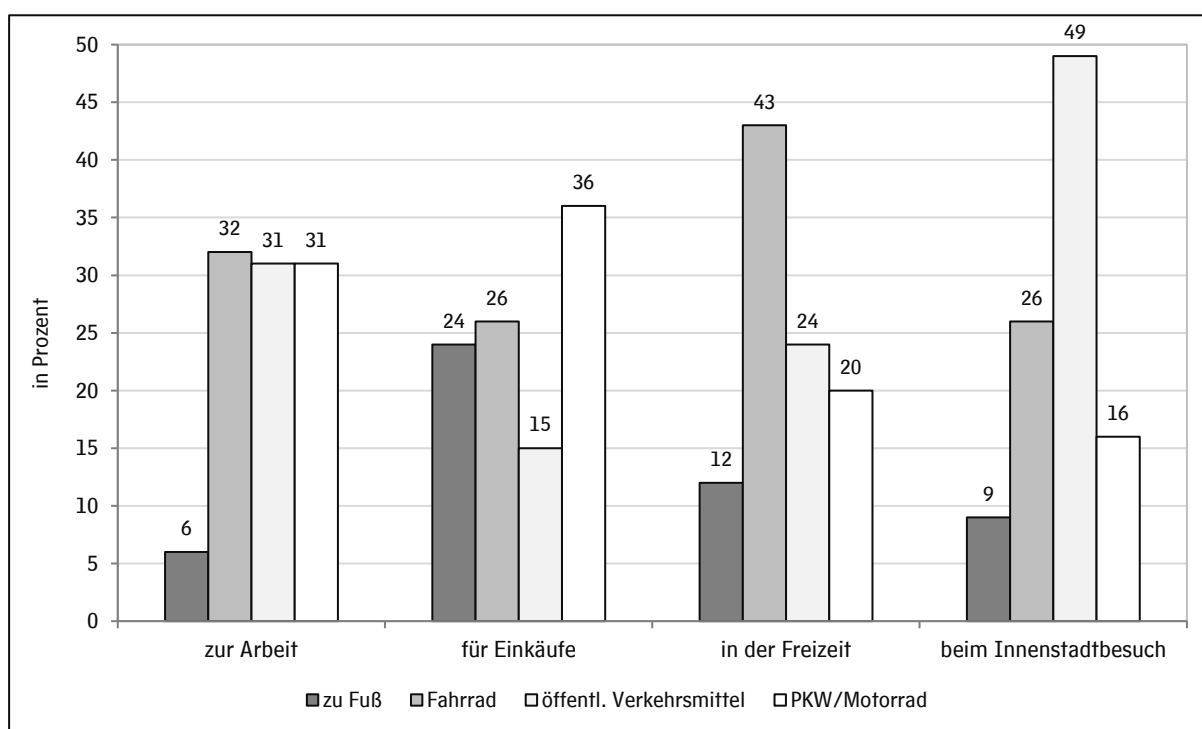
* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

7. Verkehrsmittelwahl

7.1 Verkehrsmittelwahl nach Anlässen

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

Abbildung 25: Verkehrsmittelwahl für verschiedene Wege 2022
(Angaben in Prozent*)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

Die Befragten wurden gebeten, für vier verschiedene Wegearten – zur Arbeits-/Ausbildungsstätte, für Einkäufe/Besorgungen, in der Freizeit und beim Innenstadtbesuch – anzugeben, welches Verkehrsmittel sie dafür am häufigsten nutzen.

- ▶ Zur Arbeits- oder Ausbildungsstätte gehen lediglich 6 Prozent der Befragten zu Fuß, die übrigen verteilen sich gleichmäßig auf je knapp ein Drittel Fahrrad (32 %), ÖPNV und PKW/Motorrad mit je 31 Prozent (vgl. Abb. 25).
- ▶ Für Einkäufe/Besorgungen ist der PKW (oder Motorrad) das meistgenutzte Verkehrsmittel (36 %), gefolgt von je einem Viertel der Befragten, die das Fahrrad verwenden (26 %) oder zu Fuß gehen (24 %). Den ÖPNV nutzen 15 Prozent der Einwohnenden am häufigsten zum Einkaufen.
- ▶ In der Freizeit dominiert als Fortbewegungsmittel das Fahrrad mit 43 Prozent, mit deutlichem Abstand gefolgt vom ÖPNV (24 %) und PKW/Motorrad (20 %).

- ▶ Für einen Innenstadtbesuch nutzt jede*r Zweite (49 %) am häufigsten den ÖPNV – von allen Wegearten und Verkehrsmitteln ist dies der höchste Anteil (gefolgt von 43 Prozent Radnutzung in der Freizeit). Auf Rang 2 des Verkehrsmittels für Besuche der Innenstadt folgt das Fahrrad, das jede*r Vierte (26 %) am häufigsten hierfür nutzt. Lediglich 16 Prozent der Hannoveraner*innen fahren am häufigsten mit dem Auto in die Innenstadt.
- ▶ Nimmt man alle vier Wegezwecke zusammen, so wird das Fahrrad von einem Drittel (32 %) der Befragten am häufigsten genutzt. Es folgen der ÖPNV mit 30 Prozent und das Auto mit 26 Prozent. Zu Fuß gehen 13 Prozent am häufigsten.
- ▶ Männer nutzen für den Arbeitsweg das Auto als häufigstes Verkehrsmittel öfter als Frauen (35 % zu 27 %) und seltener den ÖPNV (27 % zu 34 %). Auch für Einkäufe nutzen Männer mit 40 Prozent das Auto deutlich häufiger als Frauen, die hierfür zu einem Drittel (33 %) das Auto am häufigsten nutzen. Dafür nutzen Männer um 3 Prozentpunkte seltener den ÖPNV und je 2 Prozentpunkte seltener das Fahrrad oder gehen zu Fuß um einzukaufen. In der Freizeit nutzen Männer den ÖPNV zu 21 Prozent am häufigsten, Frauen zu 27 Prozent und damit deutlich häufiger. Das Fahrrad oder den PKW nutzen Männer dafür um je 3 Prozentpunkte häufiger. Auch beim Innenstadtbesuch nehmen Männer häufiger das Auto als Frauen (19 % zu 13 %) und nutzen etwas seltener den ÖPNV (48 % zu 51 %).
- ▶ Nach Altersgruppen betrachtet gibt es die größten Abweichungen vom Schnitt aller Altersklassen bei der jüngsten und ältesten Personengruppe. Für Wege zur Arbeits-/Ausbildungsstätte nutzt die jüngste Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen viel häufiger den ÖPNV als die übrigen Altersgruppen: 51 Prozent dieser Altersklasse stehen einem Schnitt aller Altersklassen von 31 Prozent gegenüber.
- ▶ Umgekehrt nutzt diese Altersgruppe das Auto mit 14 Prozent deutlich seltener am häufigsten als der Schnitt von 31 Prozent, 17 Prozentpunkte weniger. Auch für die übrigen Wegezwecke nutzt die jüngste Altersklasse einen PKW unterdurchschnittlich häufig. Während die Jüngsten häufiger Besorgungen zu Fuß erledigen (35 %) als der Durchschnitt, sind es von den Personen ab 75 Jahren nur 14 Prozent. Diese nutzen den ÖPNV (31 %) am häufigsten für Besorgungen.
- ▶ In der Freizeit nutzt die älteste Altersgruppe das Fahrrad deutlich seltener (26 %) als der Schnitt aller von 43 Prozent. Die jüngste Gruppe nutzt hier den ÖPNV mit 36 Prozent überdurchschnittlich oft (alle: 24 %). Auch für den Innenstadtbesuch nutzen die Ältesten das Rad mit 11 Prozent deutlich seltener am häufigsten als alle mit 26 Prozent. Die jüngste Altersklasse nutzt auch hier den ÖPNV mit 60 Prozent überdurchschnittlich häufig (alle Altersklassen: 49 %), einen PKW seltener (7 % zu 16 %), und die Personen ab 75 Jahren nutzen das Fahrrad seltener für einen Innenstadtbesuch (11 % gegenüber 26 % aller Altersklassen).
- ▶ In der Zeitreihe kann die häufigste Verkehrsmittelwahl für den Innenstadtbesuch nicht direkt mit den vorhergehenden Befragungen verglichen werden, da bis 2019 nicht nach der häufigsten Nutzung, sondern der Nutzung beim letzten Innenstadtbesuch gefragt wurde. Wichtigster Trend im Zeitverlauf ist der Bedeutungsgewinn des Fahrrads bei gleichzeitig sinkender Nutzung des PKWs zwischen 2019 und 2022 bei allen drei Wegearten Arbeit, Einkauf und Freizeit.
- ▶ Für den Weg zur Arbeit wird das Rad heute viel stärker als 2019 am häufigsten genutzt, und zwar von jeder dritten Person (32 %), das sind 8 Prozentpunkte mehr als 2019 (24 %). Je vier Prozentpunkte weniger sind es zeitgleich für den ÖPNV und das Auto (je 31 %), die damit gegenüber 2019 als häufigste Verkehrsmittelwahl hinter das Fahrrad zurückgefallen sind (vgl. Tab. 22).

Tabelle 22: Häufigste Verkehrsmittelwahl für die Wege zur Arbeit/Ausbildung, für Einkäufe und in der Freizeit 2011 bis 2022

(Angaben in Prozent)

zur Arbeits-/Ausbildungsstätte	2011	2015	2019	2022
	in %			
zu Fuß	6	5	6	6
Fahrrad	23	25	24	32
öffentliche Verkehrsmittel	35	33	35	31
PKW/Motorrad	36	36	35	31
insgesamt	100	100	100	100

für Einkäufe/Besorgungen	2011	2015	2019	2022
	in %			
zu Fuß	25	28	29	24
Fahrrad	24	24	23	26
öffentliche Verkehrsmittel	11	10	9	15
PKW/Motorrad	40	39	40	36
insgesamt	100	100	100	100

in der Freizeit	2011	2015	2019	2022
	in %			
zu Fuß	13	13	12	12
Fahrrad	36	40	39	43
öffentliche Verkehrsmittel	25	24	26	24
PKW/Motorrad	27	23	23	20
insgesamt	100	100	100	100

- ▶ Bei Einkäufen/Besorgungen hat der ÖPNV am stärksten an Bedeutung gewonnen: 15 Prozent der Befragten – gegenüber 9 Prozent 2019 – nutzen ihn am häufigsten um einzukaufen. Dies ist aber weiterhin seltener als mit den übrigen Verkehrsmitteln. Zu Fuß zum Einkaufen gehen 2022 noch 24 Prozent statt 29 Prozent. Auch das Auto wird mit 36 Prozent gegenüber 40 Prozent 2019 seltener am häufigsten genutzt, liegt damit aber noch um 10 Prozentpunkte vor dem Fahrrad (26 %, 3 Prozentpunkte mehr als 2019) – 2019 betrug der Unterschied noch deutlichere 17 Prozentpunkte.
- ▶ In der Freizeit zeigt sich ein ähnlicher Trend wie bei Wegen zur Arbeit: Der Anteil derer, die am häufigsten zu Fuß gehen, blieb gegenüber 2019 konstant (12 %), PKW (von 23 % auf 20 %) und ÖPNV (von 26 % auf 24 %) verloren Anteile und Gewinner ist das Fahrrad, das 2019 von 39 Prozent der Befragten, 2022 dagegen bereits von 43 Prozent am häufigsten für Wege in der Freizeit genutzt wird.

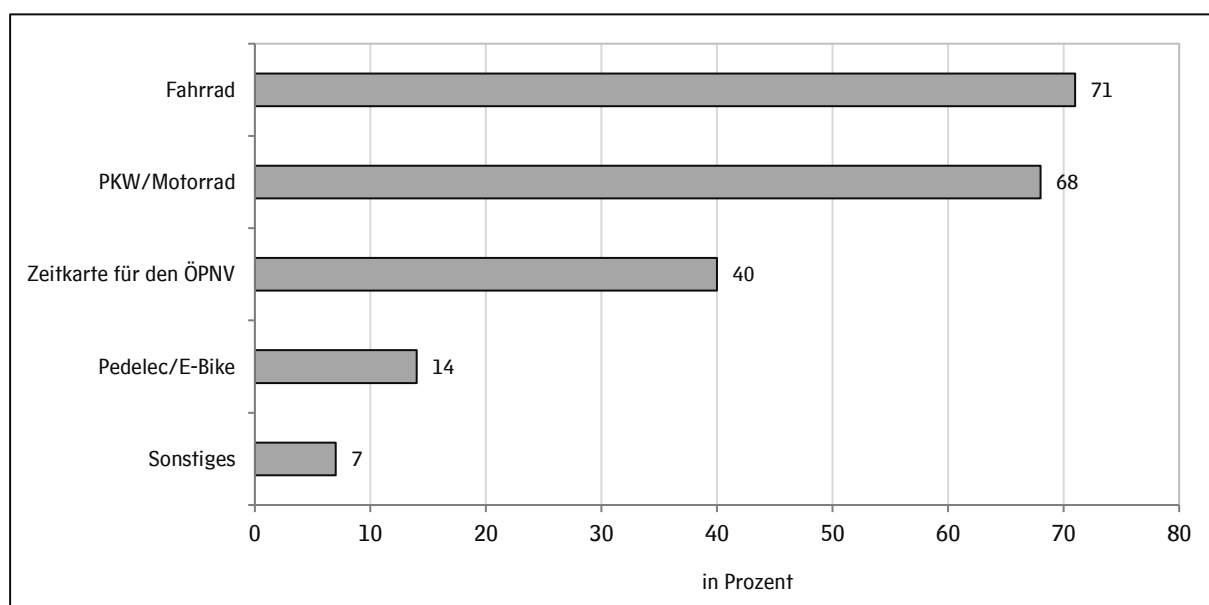
7.2 Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel

Frage: „Welche Verkehrsmittel stehen Ihnen in Ihrem Haushalt zur Verfügung?“

Mehrfachantworten waren hier möglich. Im Schnitt wurden 2,0 verschiedene Verkehrsmittel genannt. Bei dem Ergebnis zu dieser Frage ist zu berücksichtigen, dass nur das Vorhandensein der unterschiedlichen Verkehrsmittel im Haushalt abgefragt wurde, nicht aber die genaue Anzahl der jeweils im Haushalt zur Verfügung stehenden Verkehrsmittel.

Abbildung 26: Im Haushalt verfügbare Verkehrsmittel 2022

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Befragten)



- ▶ 71 Prozent der Haushalte der Befragten verfügen über ein Fahrrad, 68 Prozent über einen PKW (oder Motorrad). In 40 Prozent der Haushalte gibt es eine Zeitkarte für den ÖPNV und 14 Prozent haben ein Pedelec oder E-Bike (vgl. Abb. 26).
- ▶ Männliche Befragte geben häufiger (72 %) an als weibliche (65 %), dass im Haushalt ein Auto zur Verfügung steht.
- ▶ Die älteste Altersgruppe der Personen ab 75 Jahren verfügt deutlich seltener über ein Fahrrad im Haushalt (45 %) als der Durchschnitt, die jüngste der 16- bis 29-Jährigen mit 78 Prozent häufiger. Eine Zeitkarte für den ÖPNV ist in den Haushalten der jüngsten Altersgruppe mit 63 Prozent um 23 Prozentpunkte deutlich häufiger vertreten als im Schnitt von 40 Prozent. Umgekehrt verfügen diese Haushalte seltener über einen PKW oder ein Motorrad (56 % der Haushalte) oder ein Pedelec/E-Bike (4 %) als die Gesamtheit. Den höchsten Anteil der Verfügbarkeit des Verkehrsmittels Pedelec/E-Bike im Haushalt weisen die 45- bis 64-jährigen mit 22 Prozent auf, dicht gefolgt von den 64- bis 75-Jährigen mit 21 Prozent (Personen ab 75 Jahren: 14 %).

- Während die Verfügbarkeit eines Fahrrads 2022 gegenüber 2019 von 85 Prozent um 14 Prozentpunkte auf 71 Prozent der Haushalte gesunken ist, hat sich parallel der Besitz eines Pedelecs/E-Bikes von 6 auf 14 Prozent mehr als verdoppelt (vgl. Tab. 23). Eine Zeitkarte für den ÖPNV geben 2022 40 Prozent der Haushalte an, 2019 waren es mit 51 Prozent deutlich mehr. Über einen PKW oder ein Motorrad verfügen 2022 5 Prozentpunkte weniger Haushalte als 2019 (68 % zu 73 %).

Tabelle 23: Im Haushalt verfügbare Verkehrsmittel 2015, 2019 und 2022
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Befragten)

	2015	2019	2022
Fahrrad	86	85	71
Pedelec/E-Bike	3	6	14
Pkw/Motorrad	70	73	68
Zeitkarte für den ÖPNV	47	51	40
Sonstiges	*	*	7
insgesamt	206	214	201

* nicht abgefragt

8. Sport- und Bewegungsangebote

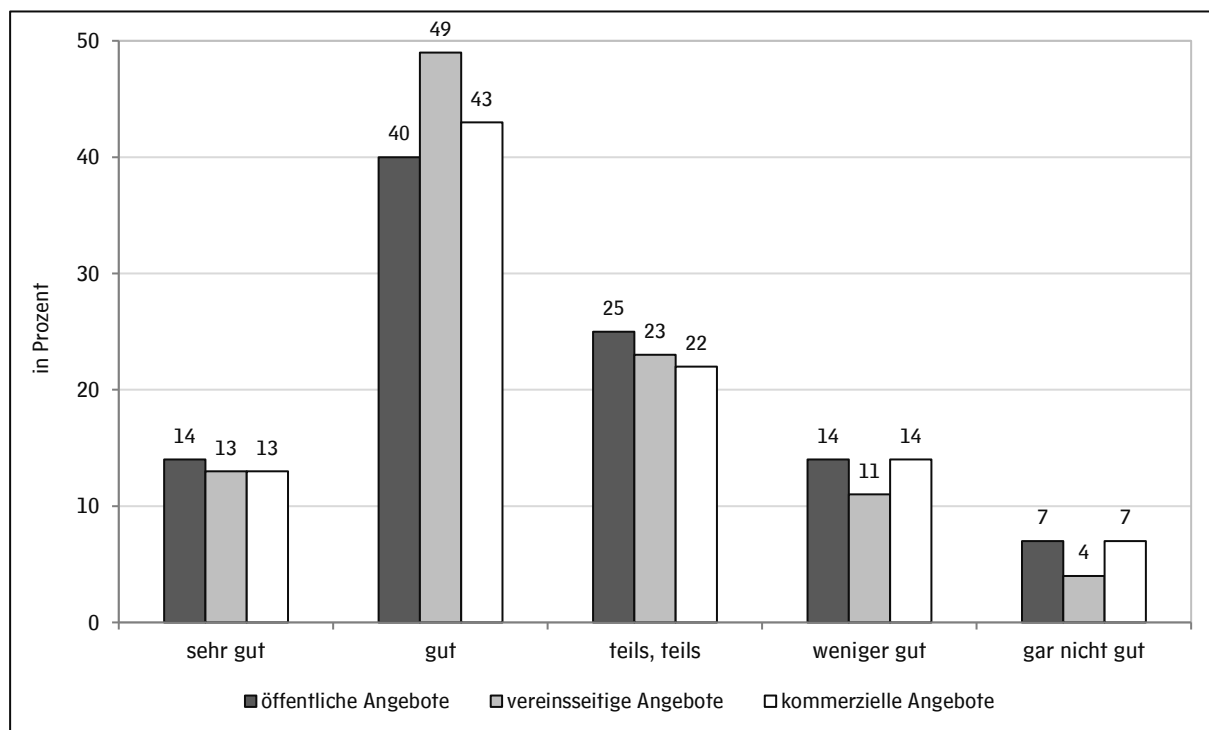
Die Befragten wurden gebeten, die Sport- und Bewegungsangebote einerseits in ihrem Stadtteil zu benoten und andererseits in Hannover insgesamt. Diese wurden unterschieden nach öffentlichen (z. B. Fitnessparcours, Laufstrecken, öffentliche Schwimmbäder), vereinsseitigen und kommerziellen Sport- und Bewegungsangeboten (z. B. Fitnessstudios, Tanzschulen, Yogastudios).

Beurteilung der Sport- und Bewegungsangebote im eigenen Stadtteil

Frage: „Wie beurteilen Sie die Sport- und Bewegungsangebote in Ihrem Stadtteil?“

- Knapp ein Drittel (31 %) aller 2.468 Befragten hat die vereinsseitigen Sport- und Bewegungsangebote nicht bewertet (d. h. „weiß nicht“ angekreuzt oder übersprungen), damit fußt die Auswertung auf 1.692 Benotungen. Die kommerziellen Angebote hat ein Viertel (25 %) der Befragten nicht bewertet, die öffentlichen jede*r Sechste nicht (17 %).

Abbildung 27: Beurteilung der Sport- und Bewegungsangebote im eigenen Stadtteil
(Angaben in Prozent*)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- Die vereinsseitigen Sport- und Bewegungsangebote im eigenen Stadtteil werden insgesamt etwas besser beurteilt als die Angebote in kommerzieller oder öffentlicher Trägerschaft. Die Note „gut“ wird für vereinsseitige Angebote von jeder zweiten Person (49 %) vergeben, für kommerzielle (43 %)

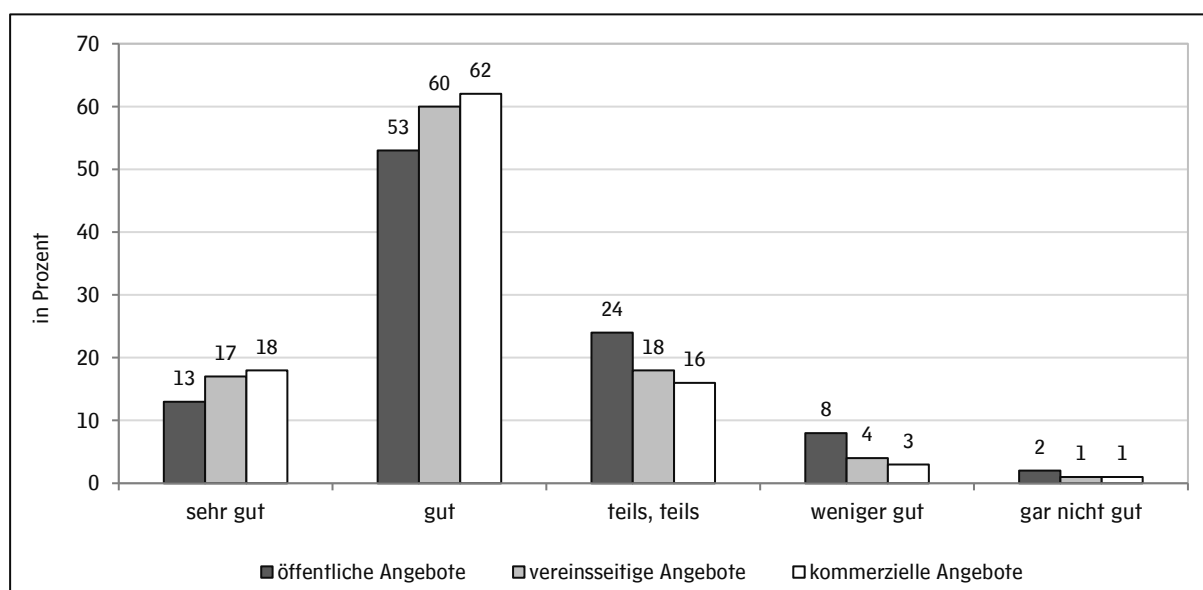
und öffentliche (40 %) weniger oft (vgl. Abb. 27). 62 Prozent aller Befragten beurteilen die vereinsseitigen Sport- und Bewegungsangebote im eigenen Stadtteil als „sehr gut“ oder „gut“, die kommerziellen 57 Prozent und die öffentlichen 54 Prozent. Dies ist jeweils mehr als die Hälfte.

- ▶ Als „weniger gut“ oder „gar nicht gut“ beurteilen nur 15 Prozent der Befragten die vereinsseitigen Sport- und Bewegungsangebote. Bei den kommerziellen und öffentlichen ist es jeweils jede*r Fünfte (21 %) und damit ein höherer Anteil der Befragten.
- ▶ Männer sind mit den Sport- und Bewegungsangeboten im eigenen Stadtteil insgesamt etwas zufriedener als Frauen: Die vereinsseitigen finden 65 Prozent der Männer und 60 Prozent der Frauen „sehr gut“ oder „gut“, die kommerziellen Angebote 60 Prozent der Männer und 55 Prozent der Frauen und die öffentlichen Angebote 56 Prozent der Männer und 52 Prozent der Frauen.
- ▶ Hinsichtlich der Altersklassen gibt es bei allen drei Trägerschaften der Sport- und Bewegungsangebote im eigenen Stadtteil die klare Tendenz, dass die Beurteilung mit steigendem Alter immer positiver wird. Die Anteile von „sehr gut“ oder „gut“ reichen bei den vereinsseitigen Angeboten von 57 Prozent bei den 16- bis 29-Jährigen bis zu 70 Prozent der Personen ab 75 Jahren. Bei den kommerziellen Angeboten sind es zwischen 55 Prozent und 67 Prozent und bei den öffentlichen reicht die Spanne von 52 Prozent „sehr gut“ oder „gut“ in der jüngsten bis zu 59 Prozent in der ältesten Altersgruppe.

Beurteilung der Sport- und Bewegungsangebote in Hannover

Frage: „Wie beurteilen Sie die Sport- und Bewegungsangebote in Hannover insgesamt?“

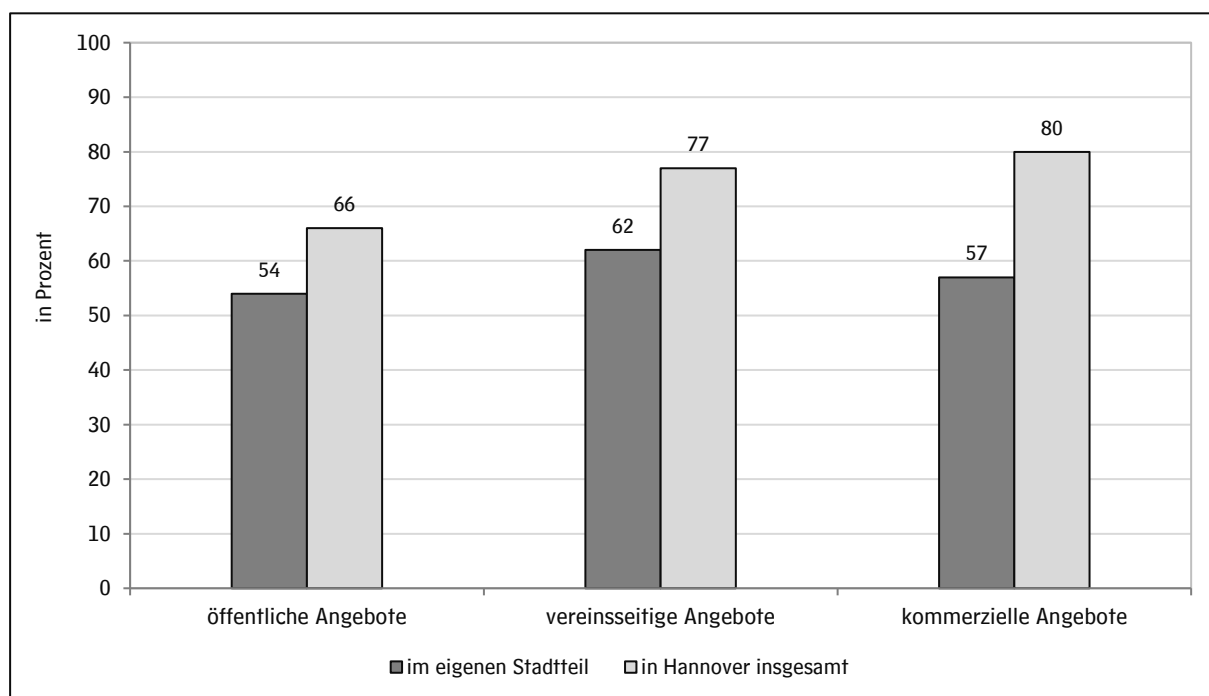
Abbildung 28: Beurteilung der Sport- und Bewegungsangebote in Hannover
(Angaben in Prozent)



- ▶ 80 Prozent der Befragten beurteilen die kommerziellen Sport- und Bewegungsangebote in Hannover insgesamt als „sehr gut“ (18 %) oder „gut“ (62 %) (vgl. Abb. 28). Bei den vereinsseitigen sind es 77 Prozent und bei den öffentlichen immerhin zwei Drittel (66 Prozent). Dies ist – anzunehmender Weise durch die höhere Auswahl bzw. das größere Angebot – jeweils eine noch deutlich bessere Beurteilung als im eigenen Stadtteil (vgl. Abb. 29).

Abbildung 29: Beurteilung der Sport- und Bewegungsangebote im eigenen Stadtteil und in Hannover insgesamt

(Anteile „sehr gut“ oder „gut“, Angaben in Prozent)



- ▶ Geschlechterspezifisch gibt es keine nennenswerten Unterschiede bei der Beurteilung. Anders als auf Ebene des eigenen Stadtteils, bei der je älter desto positiver geurteilt wurde, ist dies bei den Sport- und Bewegungsangeboten in Hannover insgesamt nicht so: 69 Prozent der 16- bis 44-Jährigen vergeben bei den öffentlichen Angeboten die Beurteilung „sehr gut“ oder „gut“, bei den Senior*innen ab 65 Jahren sind es mit 65 Prozent 4 Prozentpunkte weniger. Bei den kommerziellen Angeboten urteilen die beiden jüngeren Altersgruppen mit 80 Prozent ebenfalls etwas besser als die beiden ältesten Altersklassen mit 78 Prozent (vereinsseitige Angebote: 79 % gegenüber 78 %).

9. Klimaschutz und Energiewende

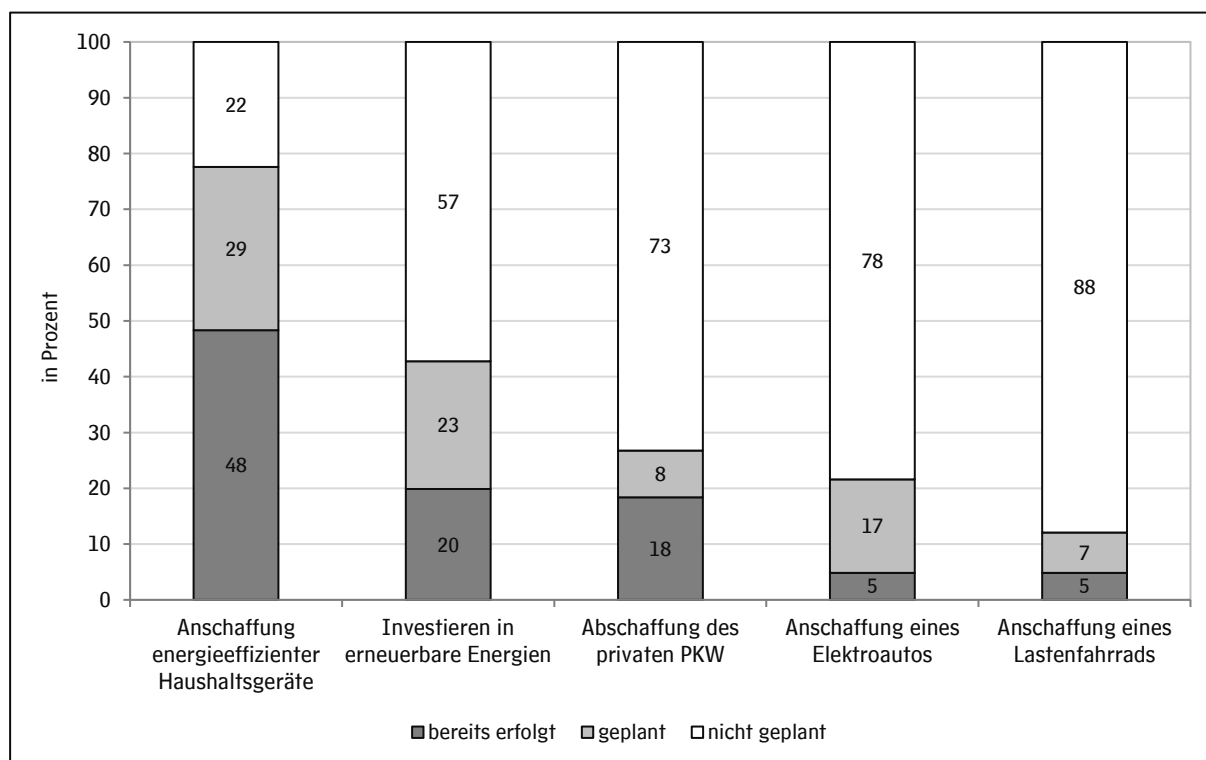
Vor dem Hintergrund, dass die Landeshauptstadt Hannover anstrebt, bis zum Jahr 2035 klimaneutral zu werden, wurden einige Fragen zum Themenkomplex Klimaschutz und Energiewende gestellt.

Maßnahmen im Haushalt im Bereich Klimaschutz/Energiewende

Frage: „Wie sieht es in Ihrem Haushalt mit Maßnahmen im Bereich Klimaschutz/ Energiewende aus?“

Abbildung 30: Maßnahmen im Bereich Klimaschutz und Energiewende

(Angaben in Prozent)



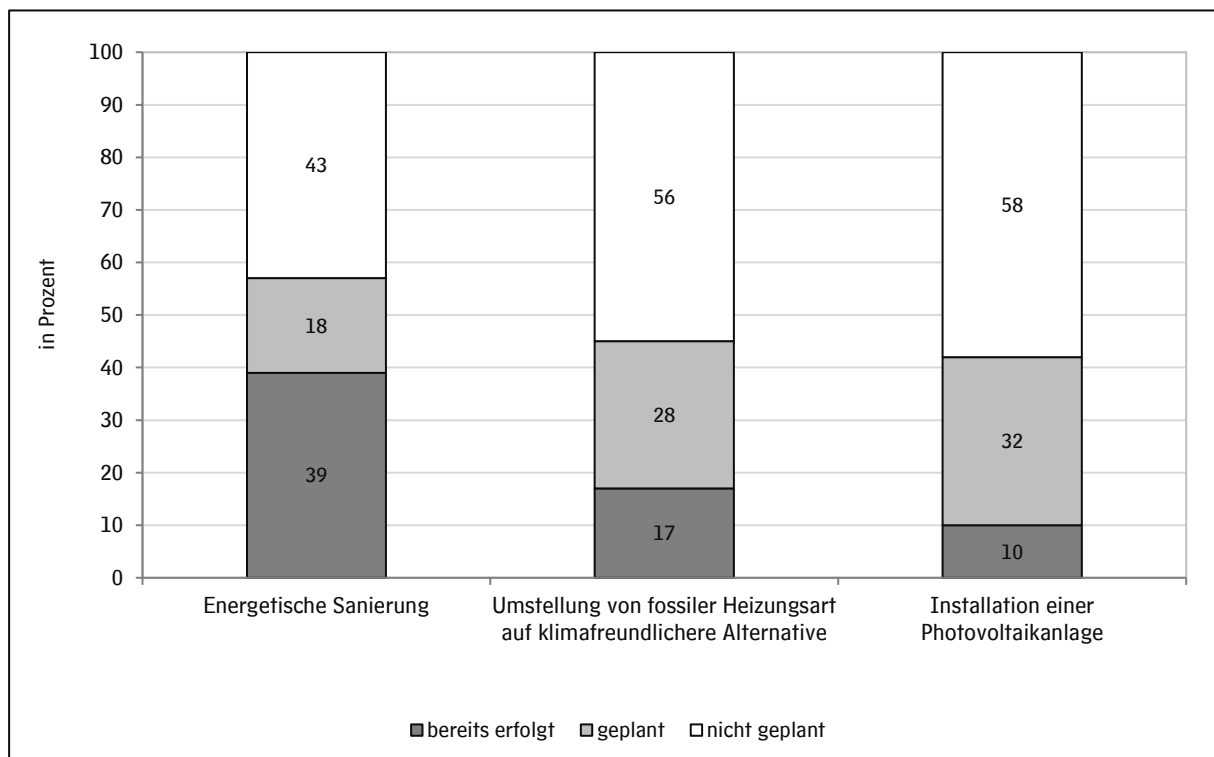
- ▶ Die Anschaffung energieeffizienter Haushaltsgeräte ist bereits in fast jedem zweiten Haushalt (48 %) erfolgt und wird in 29 Prozent der Haushalte geplant. In nur gut einem Fünftel (22 %) aller Haushalte ist dies nicht geplant (vgl. Abb. 30).
- ▶ 43 Prozent der Befragten haben in ihrem Haushalt entweder schon in erneuerbare Energien (z. B. Nachhaltigkeitsfonds) investiert (20 %) oder planen dies (23 %).
- ▶ 18 Prozent der Befragten haben in ihrem Haushalt den privaten PKW abgeschafft, weitere 8 Prozent planen dies, zusammen ist dies gut ein Viertel der Befragten (27 %). 73 Prozent planen keine Abschaffung ihres Autos.

- ▶ Die Anschaffung eines Elektroautos planen gut drei Viertel (78 %) nicht, in 17 Prozent der Haushalte ist die Anschaffung dagegen geplant und in 5 Prozent bereits erfolgt.
- ▶ Die Anschaffung eines Lastenfahrrads wird von den abgefragten Maßnahmen am seltensten geplant (5 %) oder ist bereits erfolgt (7 %) – zusammen 12 Prozent der Befragten, während die deutlich Mehrheit der Haushalte (88 %) keine Anschaffung plant.
- ▶ 6 Prozent der Männer gegenüber 4 Prozent der Frauen haben bereits ein Elektroauto angeschafft. Dafür haben 20 Prozent der Frauen gegenüber 17 Prozent der Männer ihren privaten PKW abgeschafft.
- ▶ Tendenziell werden Maßnahmen im Bereich Klimaschutz/Energiewende von den älteren Haushalten seltener umgesetzt oder geplant als von jüngeren.
- ▶ Die Anschaffung eines Elektroautos wird von Haushalten der Personen ab 75 Jahren deutlich seltener geplant (6 %) als insgesamt, den höchsten Anteil weisen hier die 30- bis 44-Jährigen mit fast einem Viertel der Haushalte (24 %) auf. Den höchsten Anschaffungsanteil gibt es bei den 45- bis 64-Jährigen (7 %).
- ▶ Die 30- bis 44-Jährigen planen am häufigsten die Anschaffung eines Lastenfahrrads (11 % der Haushalte) und haben dies auch deutlich am häufigsten umgesetzt (9 %). Für Personen ab 75 Jahren ist ein Lastenfahrrad praktisch keine Option (1 % angeschafft, 1 % geplant). Dafür haben die Haushalte der ältesten Altersgruppe am häufigsten (22 %) ihren privaten PKW bereits abgeschafft oder planen dies (11 %, genauso häufig planen es auch die 65- bis 74-Jährigen).
- ▶ Die Altersklasse der 45- bis 64-Jährigen hat in ihrem Haushalt am häufigsten energieeffiziente Haushaltsgeräte angeschafft (57 %); am seltensten ist dies bei den 16- bis 29-Jährigen (36 %) und den Personen ab 75 Jahren (38 %) erfolgt.
- ▶ Die Anschaffung eines Elektroautos hängt stark mit der Einschätzung der persönlichen wirtschaftlichen Lage zusammen: je besser die Lage eingeschätzt wird, umso häufiger ist die Anschaffung bereits erfolgt (maximal 10 Prozent der Haushalte bei Einschätzung als „sehr gut“, minimal jeweils 1 % bei Einschätzung als „weniger gut“ oder „gar nicht gut“) oder geplant (maximal 25 Prozent der Haushalte bei Einschätzung als „sehr gut“, minimal 10 % bei Einschätzung als „gar nicht gut“). Die Anschaffung energieeffizienter Haushaltsgeräte ist am seltensten (29 %) bei den Haushalten erfolgt, die die wirtschaftliche Lage als „gar nicht gut“ einschätzen – maximal sind es 55 Prozent der Haushalte, die die persönliche Lage als „sehr gut“ bezeichnen.

Energetische Maßnahmen an Immobilien

Frage: „Falls Sie über die Immobilie bestimmen können, in der Sie wohnen, wie sieht es hier mit folgenden Maßnahmen aus?“

Abbildung 31: Energetische Maßnahmen an selbst bewohnten Immobilien
(Angaben in Prozent*)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

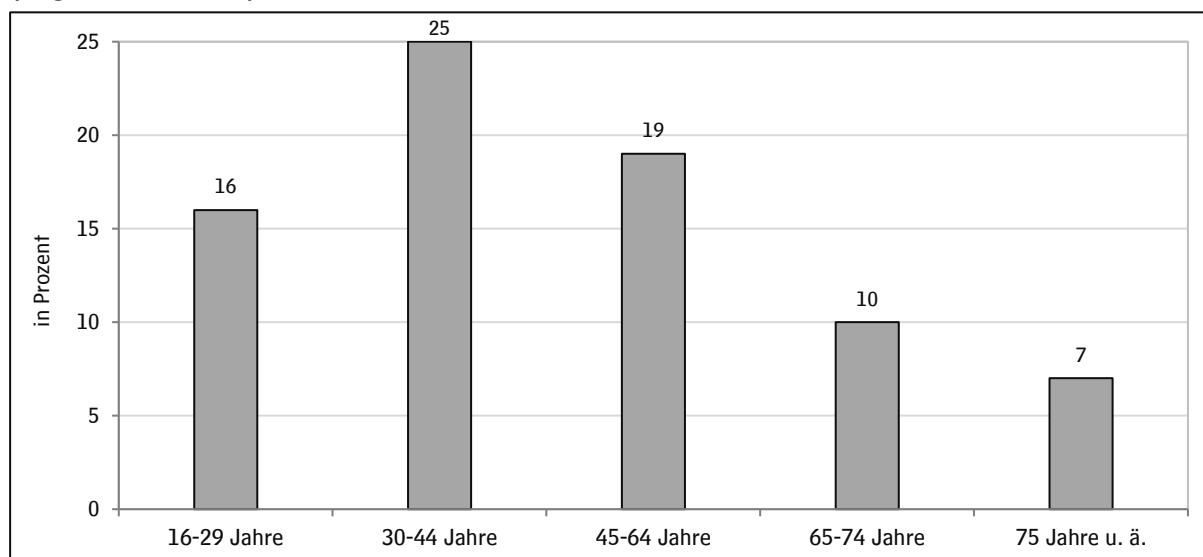
- ▶ 39 Prozent der Befragten haben bereits eine energetische Sanierung (z. B. Dachdämmung, Fassaden­dämmung) an ihrer Immobilie durchgeführt, weitere 18 Prozent planen dies. 43 Prozent planen dies nicht (vgl. Abb. 31).
- ▶ Die Umstellung von einer fossilen Heizungsart (Öl, Gas) auf eine klimafreundlichere Alternative (z. B. Fernwärme, Solarthermie, Wärmepumpe) wurde bereits von 17 Prozent der Befragten durchgeführt, weitere 28 Prozent planen dies – zusammen sind dies 45 Prozent aller Immobilienbesitzer*innen.
- ▶ 10 Prozent derer, die über die Immobilie bestimmen können, in der sie wohnen, haben die Installation einer Photovoltaikanlage (z. B. Dach, Fassade, Balkonkraftwerk) bereits durchgeführt, und ein weiteres Drittel (32 %) plant dies zu tun. 58 Prozent planen dies nicht.
- ▶ Während es bei der Installation einer PV-Anlage kaum Altersunterschiede bei bereits realisierten Anlagen gibt, planen dies ältere Menschen deutlich seltener: 23 Prozent der 65- bis 74-Jährigen und 18 Prozent der Personen ab 75 Jahren. Maximal planen es 37 Prozent der 30- bis 44-Jährigen.

- ▶ Auch die Umstellung einer fossilen Heizungsart auf eine klimafreundlichere Alternative planen Ältere weniger häufig als Jüngere: Von den beiden ältesten Altersgruppen sind es jeweils 22 Prozent, von den drei jüngeren Altersgruppen zwischen 28 und 31 Prozent.
- ▶ Eine energetische Sanierung haben die 16- bis 29-Jährigen zwar mit Abstand am seltensten durchgeführt (24 %, der zweitgeringste Anteil entfällt mit 34 % auf die 30- bis 44-Jährigen). Dafür planen sie dies mit 29 Prozent deutlich häufiger als die übrigen Altersgruppen.
- ▶ Je besser die persönliche wirtschaftliche Lage eingeschätzt wird, umso häufiger planen die Befragten die Installation einer PV-Anlage: Der Anteil reicht von 13 Prozent derer, die die Lage als „gar nicht gut“ einstufen bis zu 36 Prozent derer, die ihre Lage als „sehr gut“ einschätzen. Letztere Gruppe hat mit 20 Prozent auch den deutlich höchsten Anteil derer, die bereits eine Photovoltaik-Anlage installiert haben.
- ▶ Auch die Umstellung einer fossilen Heizungsart auf eine klimafreundlichere Alternative haben die Befragten, die ihre persönliche wirtschaftliche Lage als „sehr gut“ einschätzen, mit 24 Prozent deutlich häufiger umgesetzt als die Altersgruppen, die sie als „weniger gut“ (8 %) oder „gar nicht gut“ (5 %) bezeichnen. Das gleiche Bild zeigt sich bei einer energetischen Sanierung: Fast die Hälfte (48 %) derer mit der besten Einschätzung ihrer wirtschaftlichen Lage haben eine energetische Sanierung bereits durchgeführt. Von denen mit der Einschätzung „weniger gut“ sind es nur 23 Prozent, mit der Einschätzung „gar nicht gut“ 22 Prozent.

Anschaffung eines Elektroautos

Frage: „Nutzen Sie bereits ein Elektroauto oder planen Sie eines anzuschaffen?“

Abbildung 32: Befragte, die bereits ein Elektroauto nutzen oder planen eines anzuschaffen, nach Altersgruppen
(Angaben in Prozent)



- ▶ 17 Prozent der Befragten nutzen bereits ein Elektroauto oder planen eine Anschaffung. Diese 17 Prozent verteilen sich auf 19 Prozent der Männer und 16 Prozent der Frauen.
- ▶ Die stärkste Nutzung eines Elektroautos bzw. Planung einer Anschaffung gibt es bei den 30- bis 44-Jährigen mit einem Viertel der Befragten (25 %). Mit steigendem Alter nimmt der Anteil ab, und zwar von 19 Prozent der 45- bis 64-Jährigen über 10 Prozent der 65- bis 74-Jährigen bis auf lediglich 7 Prozent der Personen ab 75 Jahre, die ein Elektroauto nutzen oder planen eines anzuschaffen. In der jüngsten Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen sind es 16 Prozent der Befragten (vgl. Abb. 32).

Auflademöglichkeiten eines Elektroautos

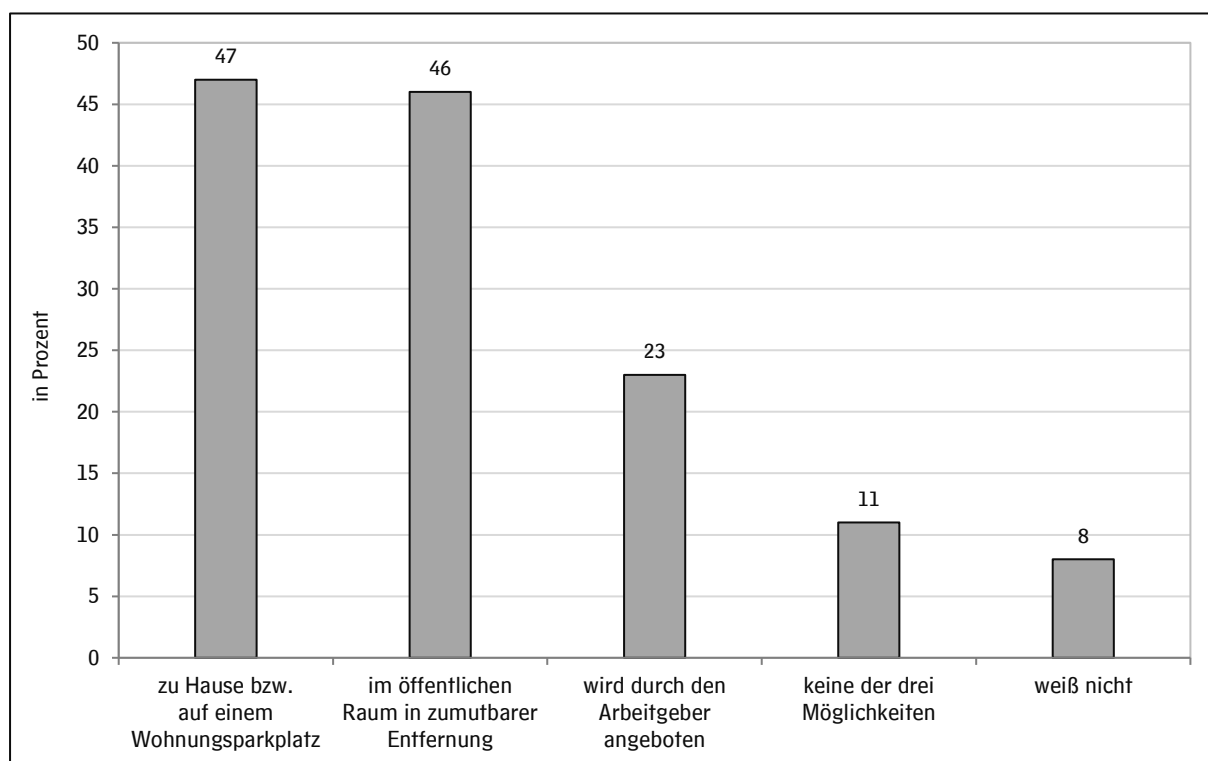
An die 17 Prozent der Befragten, die bereits ein Elektroauto nutzen oder eine Anschaffung planen, richtete sich die Folgefrage:

Frage: „Falls ja, wo könn(t)en Sie es aufladen?“

Bei dieser Frage waren Mehrfachantworten möglich, und im Schnitt hat jede*r der 383 Befragten, die die Frage beantwortet haben, 1,4 Antworten gegeben.

Abbildung 33: Mögliche Orte zum Aufladen eines Elektroautos

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Befragten)



- ▶ Fast jede zweite Person kann oder könnte ihr Elektroauto zu Hause bzw. auf einem Wohnungsparkplatz (47 %) oder im öffentlichen Raum in zumutbarer Entfernung (46 %) aufladen. Fast ein Viertel (23 %) der Befragten hat die Möglichkeit hierzu beim Arbeitgeber. 11 Prozent bietet sich keine dieser 3 Möglichkeiten, und 8 Prozent wissen es nicht (vgl. Abb. 33).
- ▶ Sowohl die Möglichkeit, ein Elektroauto beim Arbeitgeber (51 % aller Männer, 43 % aller Frauen) aufzuladen als auch zu Hause (28 % aller Männer, 19 % aller Frauen) ist bei Männern deutlich häufiger gegeben. Im öffentlichen Raum in zumutbarer Entfernung ist der Unterschied mit 47 Prozent der der Männer und 45 Prozent der Frauen gering. Frauen haben mit 11 Prozent mehr als doppelt so häufiger wie Männer (5 %) „weiß nicht“ angekreuzt.
- ▶ Am häufigsten (72 %) können Senior*innen ab 65 Jahren ein Elektroauto zu Hause aufladen (62 % der Personen zwischen 65 und 74 Jahren und 85 % aller Personen ab 75 Jahren). Diese Altersgruppe ist allerdings eher gering besetzt: Nur 10 Prozent der Befragten (39 von 383 Personen), die sich zu der Frage geäußert haben, wo sie ein Elektroauto aufladen könn(t)en, sind 65 Jahre und älter. Von den 45- bis 64-Jährigen können 60 Prozent ein Elektroauto zu Hause aufladen, bei den 30- bis 44-Jährigen sind es 34 Prozent und bei den 16- bis 29-Jährigen 33 Prozent, das heißt jeweils ein Drittel der Befragten hat diese Möglichkeit.
- ▶ Die Altersgruppen der Berufstätigen könn(t)en am häufigsten ihr Elektroauto bei ihrem Arbeitgeber aufladen: 31 Prozent der 30- bis 44-Jährigen und 25 Prozent der 45- bis 64-Jährigen geben dies an. Von den 16- bis 29-Jährigen geben 16 Prozent diese Möglichkeit an. Bei den Personen ab 65 Jahren sind es absolut nur 3 Befragte.
- ▶ Tabelle 24 führt die möglichen Orte zum Aufladen eines Elektroautos neben der Verteilung auf die Befragten (Mehrfachnennungen möglich) auch umgerechnet auf 100 Prozent der Antworten auf.

Tabelle 24: Mögliche Orte zum Aufladen eines Elektroautos
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	in % der Antworten	in % der Befragten
zu Hause bzw. auf einem Wohnungsparkplatz	35	47
im öffentlichen Raum in zumutbarer Entfernung	34	46
wird durch meinen Arbeitgeber angeboten	17	23
keine der drei Möglichkeiten	8	11
weiß nicht	6	8
insgesamt*	100	135

* Mehr als 100 Prozent = Mehrfachnennungen

Reduzierung der eigenen Autonutzung

Frage: „In den Medien wird immer wieder darüber diskutiert, ob sich die Autonutzung reduzieren ließe. Wie wäre das für Sie persönlich? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?“

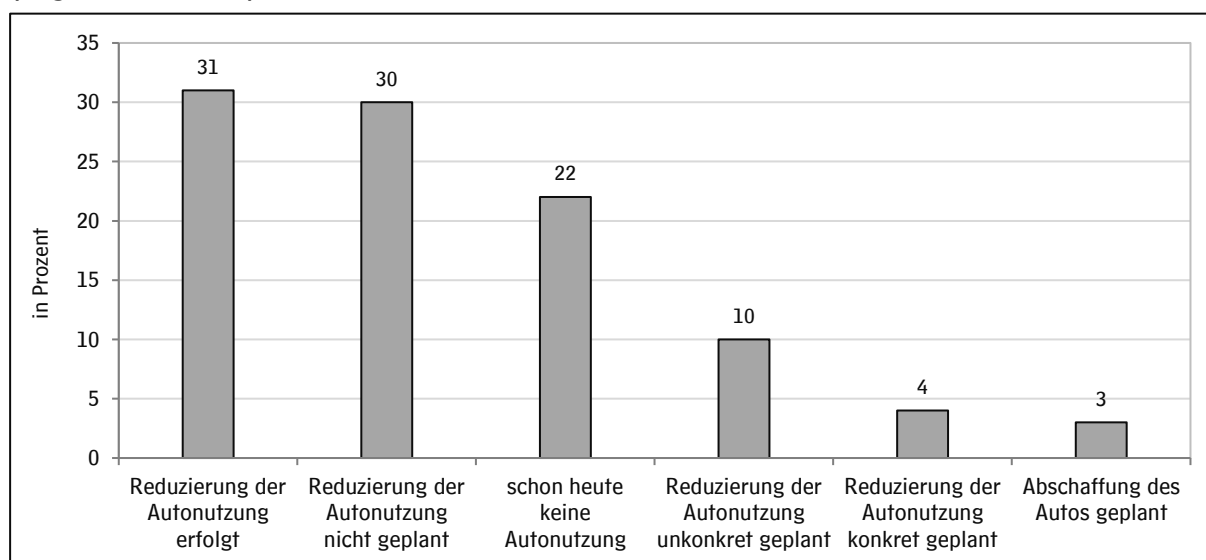
Die Befragten wurden gebeten, zum Thema der Reduzierung ihrer Autonutzung eine der sechs folgenden Positionen auszuwählen, die am ehesten ihre Position zum Ausdruck bringt:

- ▶ Ich bin mit meiner Autonutzung zufrieden und sehe keine Notwendigkeit, daran etwas zu ändern. [*=Reduzierung der Autonutzung nicht geplant*]
- ▶ Zurzeit benutze ich noch oft das Auto. Ich überlege aber, weniger Auto zu fahren. Ich bin mir aber noch nicht sicher, ob und wie ich dieses Ziel erreichen kann. [*=Reduzierung der Autonutzung unkonkret geplant*]
- ▶ Zurzeit benutze ich zwar noch oft das Auto, ich habe aber fest vor, weniger Auto zu fahren. Ich weiß auch schon genau, wie ich dieses Ziel erreiche, ich muss meinen Plan nur noch in die Tat umsetzen. [*=Reduzierung der Autonutzung konkret geplant*]
- ▶ Ich habe mich bewusst entschieden, anstelle des Autos möglichst oft andere Verkehrsmittel zu benutzen. Auch in Zukunft werde ich meine geringe Autonutzung beibehalten bzw. noch weiter verringern. [*=Reduzierung der Autonutzung erfolgt*]
- ▶ Ich plane, künftig auf einen privaten PKW zu verzichten. [*=Abschaffung des Autos geplant*]
- ▶ Ich verzichte schon heute auf die Nutzung eines privaten PKW. [*=keine Autonutzung*]

Lediglich 8 Prozent aller Befragten haben diese Frage übersprungen, 92 Prozent bzw. 2.260 Personen haben eine Position bezogen.

Abbildung 34: Reduzierung der eigenen Autonutzung

(Angaben in Prozent)



- ▶ Für die deutliche Mehrheit von 70 Prozent spielt die Verringerung oder Aufgabe der Autonutzung eine Rolle. Die größte Gruppe der Befragten, 31 Prozent, hat ihre Autonutzung bereits reduziert (vgl. Abb. 34). Weitere 22 Prozent nutzen schon heute kein Auto. 10 Prozent spielen mit dem Gedanken, ihre Autonutzung zu reduzieren, aber (noch) nicht konkret. Weitere 4 Prozent planen konkret eine Reduzierung ihrer Autonutzung, und 3 Prozent planen, zukünftig ganz auf einen PKW zu verzichten. 30 Prozent der Befragten bezogen die Position, ihre Autonutzung nicht reduzieren zu wollen.
- ▶ Männer sind mit ihrer Autonutzung deutlich häufiger zufrieden und sehen keine Notwendigkeit, daran etwas zu ändern (37 % aller Männer) als Frauen (23 % aller Frauen). Die am stärksten entgegengesetzte Position, schon heute kein Auto zu nutzen, wird umgekehrt von einem Viertel (25 %) aller Frauen vertreten, von Männern nur zu 18 Prozent und damit um 7 Prozentpunkte seltener. Auch eine bereits erfolgte Reduzierung der Autonutzung trifft häufiger auf Frauen zu (34 %) als auf Männer (28 %).
- ▶ Die Position, die eigene Autonutzung nicht ändern zu wollen, ist bei der ältesten Altersgruppe der Personen ab 75 Jahren am stärksten ausgeprägt (44 % der Befragten dieser Altersgruppe) und bei der jüngsten zwischen 16 und 29 Jahren am geringsten (17 %). Sowohl bei den 45- bis 64-Jährigen als auch den 64- bis 75 ist es jeweils ein Drittel (33 %), bei den 30- bis 44-Jährigen sind es 28 Prozent.
- ▶ Die jüngste Altersgruppe verzichtet auch mit Abstand am häufigsten auf eine Autonutzung (36 %). Der zweithöchste Anteil entfällt mit 27 Prozent auf die Personen ab 75 Jahren, während es bei den 65- bis 74-Jährigen nur 18 Prozent sind.
- ▶ Die Fragestellung zur Reduktion einer Autonutzung erfasste lediglich den Sachverhalt, es wurden keine Gründe oder Motive abgefragt. So kann die geringe Autonutzung der Jüngsten auch finanzielle statt z. B. ökologische Gründe haben, und der stärkere Autoverzicht der Ältesten gegenüber der Klasse der 65- bis 74-Jährigen teilweise mit gesundheitlichen Aspekten zusammenhängen.

10. Teilhabe

Vor dem Hintergrund des Strategiepapiers „Migration und Teilhabe“ der Landeshauptstadt Hannover enthielt die Repräsentativerhebung 2022 fünf Fragen zu diesem Themenkomplex. Eine Leitlinie des Strategiepapiers besagt, dass die gleichberechtigte Teilhabe und Chancengleichheit im wirtschaftlichen, politischen, kulturellen und sozialen Leben für alle in Hannover angestrebt wird.

Teilhabemöglichkeiten in Hannover

Die Teilhabemöglichkeiten sollten einerseits aus dem Blickwinkel der Befragten beurteilt werden und andererseits mit Blick auf die Teilhabemöglichkeiten aller in Hannover.

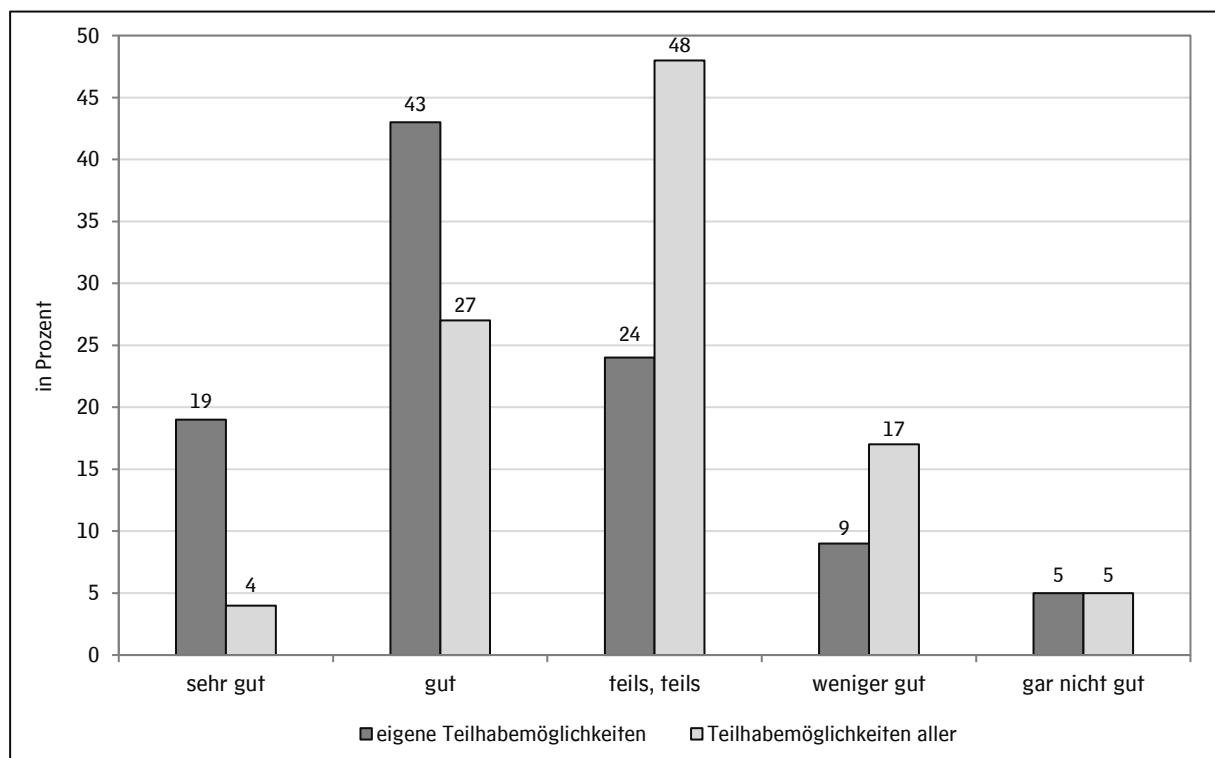
Frage: „Wie beurteilen Sie Ihre eigenen Teilhabemöglichkeiten in Hannover?“

Frage: „Und wie beurteilen Sie die Teilhabemöglichkeiten aller in Hannover allgemein?“

Die Beurteilung der eigenen Teilhabemöglichkeiten wurde von knapp drei Vierteln der Befragten (74 %) vorgenommen, die der Teilhabemöglichkeiten aller in Hannover allgemein von zwei Dritteln (65 %) – die übrigen antworteten mit „weiß nicht“ oder übersprangen die Frage.

Abbildung 35: Beurteilung der eigenen Teilhabemöglichkeiten und der Teilhabemöglichkeiten aller in Hannover

(Angaben in Prozent*)



* Abweichungen von 100 Prozent durch Rundungen

- ▶ Die Beurteilung der eigenen Teilhabemöglichkeiten der Befragten fällt deutlich positiver aus als die aller Menschen in Hannover: 62 Prozent halten ihre eigenen Teilhabemöglichkeiten für „sehr gut“ (19 %) oder „gut“ (43 %). Die aller werden nur halb so oft (31 %) für „sehr gut“ (4 %) oder „gut“ (27 %) gehalten. Die Beurteilung mit „teils, teils“ erfolgt doppelt so oft für die Teilhabemöglichkeiten aller (48 %) wie für die eigenen Teilhabemöglichkeiten. „Weniger gut“ beurteilen 9 Prozent der Befragten die eigenen Teilhabemöglichkeiten, fast doppelt so viele (17 %) die aller. Auf „gar nicht gut“ entfallen jeweils 5 Prozent der Beurteilungen (vgl. Abb. 35).
- ▶ Ein Drittel der Männer (34 %) beurteilt die Teilhabemöglichkeit aller als „sehr gut“ oder „gut“ – dies tun mit 27 Prozent Frauen um 7 Prozentpunkte seltener. Ein umgekehrter Trend, wenn auch schwächer ausgeprägt, zeigt sich bei den eigenen Teilhabemöglichkeiten: Diese beurteilen Frauen mit 65 Prozent „sehr gut“ oder „gut“ um 5 Prozentpunkte besser als Männer mit 60 Prozent.
- ▶ Die Beurteilung der eigenen Teilhabemöglichkeit ist bei den Jüngeren deutlich besser als bei den Älteren: 69 Prozent der 16- bis 29-Jährigen halten sie für „sehr gut“ oder „gut“, in der ältesten Altersgruppe der Personen ab 75 Jahren sind es mit 55 Prozent deutlich weniger, wenngleich mehr als die Hälfte. In den drei Altersgruppen dazwischen sind es ausgeglichen 61 Prozent (30- bis 44-Jährige und 65- bis 74-Jährige) bzw. 60 Prozent (45- bis 64-Jährige). Die Beurteilung mit „weniger gut“ oder „gar nicht gut“ reicht von 12 Prozent der 16- bis 29-Jährigen bis zu 19 Prozent der Über-75-Jährigen.
- ▶ Die Beurteilung der Teilhabemöglichkeit aller in Hannover ist bei der ältesten Altersgruppe der Personen ab 75 Jahren ebenfalls am kritischsten: Nur ein Viertel (24 %) findet sie „sehr gut“ oder „gut“, während es bei den 45- bis 64-Jährigen (33 %) und den 16- bis 29-Jährigen (32 %) jeweils ein Drittel ist. Die Beurteilung mit „weniger gut“ oder „gar nicht gut“ äußern 20 Prozent der 45- bis 64-Jährigen, maximal sind es 24 Prozent der Über-75-Jährigen.

Persönliche Kontakte zu in Deutschland und im Ausland Geborenen

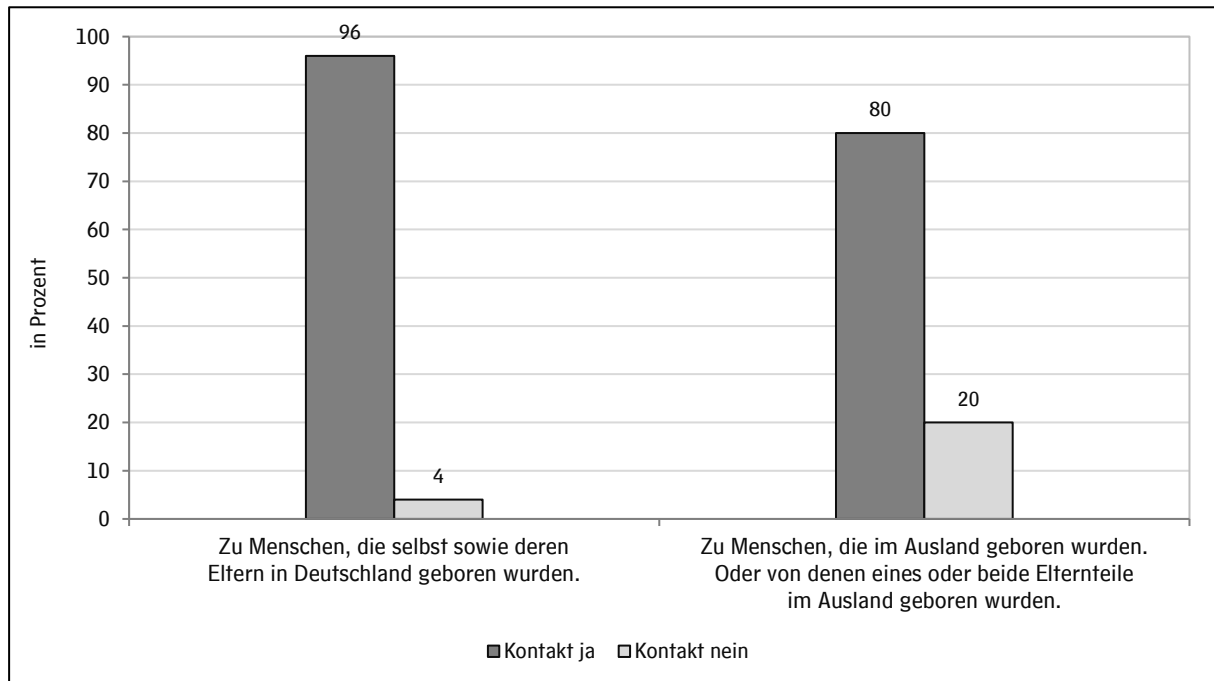
Frage: „Zu welchen Personen in Ihrem Freundes- oder Bekanntenkreis hatten Sie im letzten Vierteljahr näheren persönlichen Kontakt?“

Im Rahmen der Fragen zum Thema Migration und Teilhabe wurde auch erfragt, ob persönliche Kontakte zu Freunden und Bekannten mit dem Migrationshintergrund der Menschen zusammenhängen. Als Merkmal für einen Migrationshintergrund wurde der Geburtsort verwendet.

Diese Frage sollte zum einen beantwortet werden für Kontakte zu Menschen, die selbst sowie deren Eltern in Deutschland geboren wurden. Zum anderen sollte die Frage für Menschen, die im Ausland geboren wurden, oder von denen eines oder beide Elternteile im Ausland geboren wurden, beantwortet werden.

- ▶ Die erste Frage wurde von 86 Prozent aller Befragten inhaltlich beantwortet, die übrigen 14 Prozent antworteten mit „weiß nicht“ (4 %) oder übersprangen die Frage (10 %).

Abbildung 36: Näherer persönlicher Kontakt zu Personen im Freundes- oder Bekanntenkreis im letzten Vierteljahr
(Angaben in Prozent)



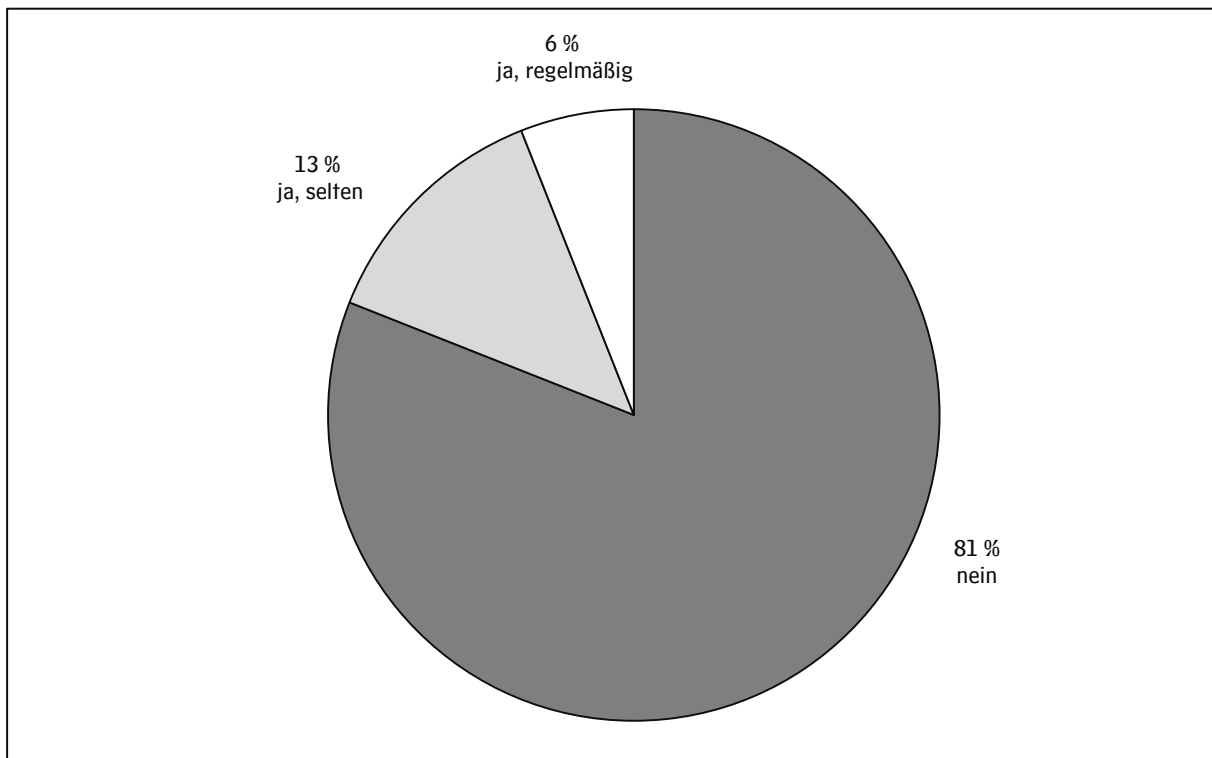
- ▶ Fast alle Befragten (96 % aller, die die Frage mit „ja“ oder „nein“ beantwortet haben) hatten in ihrem Freundes- oder Bekanntenkreis im letzten Vierteljahr näheren persönlichen Kontakt zu Menschen, die selbst sowie deren Eltern in Deutschland geboren wurden. 80 Prozent hatten solchen näheren Kontakt zu Menschen, die im Ausland geboren wurden, oder von denen eines oder beide Elternteile im Ausland geboren wurden. Ein Fünftel (20 %) verneinte einen solchen Kontakt (vgl. Abb. 36).
- ▶ Während das Geschlecht der Befragten kaum Einfluss auf die Antworten hat, gibt es einen klaren Zusammenhang nach Altersklassen bei der Häufigkeit des persönlichen näheren Kontakts zu Menschen, die im Ausland geboren wurden, oder von denen eines oder beide Elternteile im Ausland geboren wurden: In den jüngeren Altersklassen 16 bis 29 Jahre und 30 bis 44 Jahre haben jeweils 85 Prozent der Befragten die Frage nach einem solchen Kontakt im letzten Vierteljahr bejaht. In der mittleren Altersklasse der 45- bis 64-Jährigen sind es 77 Prozent, und in den beiden ältesten Altersgruppen noch einmal deutlich weniger: Von den 65- bis 74-Jährigen hatten 70 Prozent und von den Personen ab 75 Jahren 72 Prozent näheren persönlichen Kontakt zu Personen mit Migrationshintergrund.
- ▶ Die Häufigkeit des Kontakts hängt auch davon ab, ob die Befragten selbst einen Migrationshintergrund haben oder ob nicht: Von den Befragten, die im Ausland geboren wurden, oder von denen eines oder beide Elternteile im Ausland geboren wurden, hatten 92 Prozent im letzten Vierteljahr näheren persönlichen Kontakt zu Menschen, auf die dies ebenfalls zutrifft. Von den Befragten ohne den so definierten Migrationshintergrund (d. h. Befragte, die selbst und deren Eltern in Deutschland geboren wurden) waren es mit drei Vierteln der Befragten (76 %) deutlich weniger.
- ▶ Von den Befragten ohne Migrationshintergrund hatten 98 Prozent Kontakt zu ihresgleichen und zu 90 Prozent zu Personen mit Migrationshintergrund.

Finanzielle Schwierigkeiten beim Zahlen der laufenden Wohnkosten und deren Auswirkungen

Steigende Wohnkosten betreffen Menschen bzw. Haushalte in Hannover mehr oder weniger stark. Vor diesem Hintergrund wurden im Abschnitt Migration und Teilhabe des Fragebogens Schwierigkeiten bei der Zahlung der laufenden Wohnkosten abgefragt sowie deren mögliche Auswirkungen.

Frage: „Hatten Sie bereits vor der jetzigen Energiekrise – also ca. vor einem Jahr – finanzielle Schwierigkeiten, Ihre laufenden Wohnkosten zu zahlen (z. B. Miete, Nebenkosten, laufende Baudarlehen)?“

Abbildung 37: Finanzielle Schwierigkeiten beim Zahlen der laufenden Wohnkosten
(Angaben in Prozent)



- ▶ Vier Fünftel (81 %) der Befragten hatten vor der zum Zeitpunkt der Befragung im Winter 2022/2023 herrschenden Energiekrise mit hohen Energiekosten keine finanziellen Schwierigkeiten, ihre laufenden Wohnkosten zu zahlen. Bei 13 Prozent traten Schwierigkeiten selten und bei 6 Prozent regelmäßig auf (vgl. Abb. 37).
- ▶ Männer haben mit 83 Prozent etwas häufiger keine finanziellen Schwierigkeiten als Frauen mit 80 Prozent. Von seltenen Schwierigkeiten sind Frauen mit 14 Prozent häufiger betroffen als Männer mit 11 Prozent, regelmäßige Schwierigkeiten betreffen Frauen wie Männer gleichermaßen zu 6 Prozent.

- ▶ Je älter die Befragten sind, umso häufiger haben sie keine finanziellen Schwierigkeiten, ihre laufenden Wohnkosten zu zahlen. Der Anteil reicht von 72 Prozent der 16- bis 29-Jährigen über 80 Prozent der 30- bis 44-Jährigen bis hin zu 89 Prozent der Personen ab 65 Jahren. Umgekehrt liegt der Anteil derer, die regelmäßig finanzielle Schwierigkeiten haben, bei den Über-75-Jährigen lediglich bei 2 Prozent und bei den 64- bis 75-Jährigen bei 3 Prozent. Der Anteil erhöht sich über 6 Prozent der 45- bis 64-Jährigen und 7 Prozent der 30- bis 44-Jährigen bis auf 9 Prozent der jüngsten Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen.

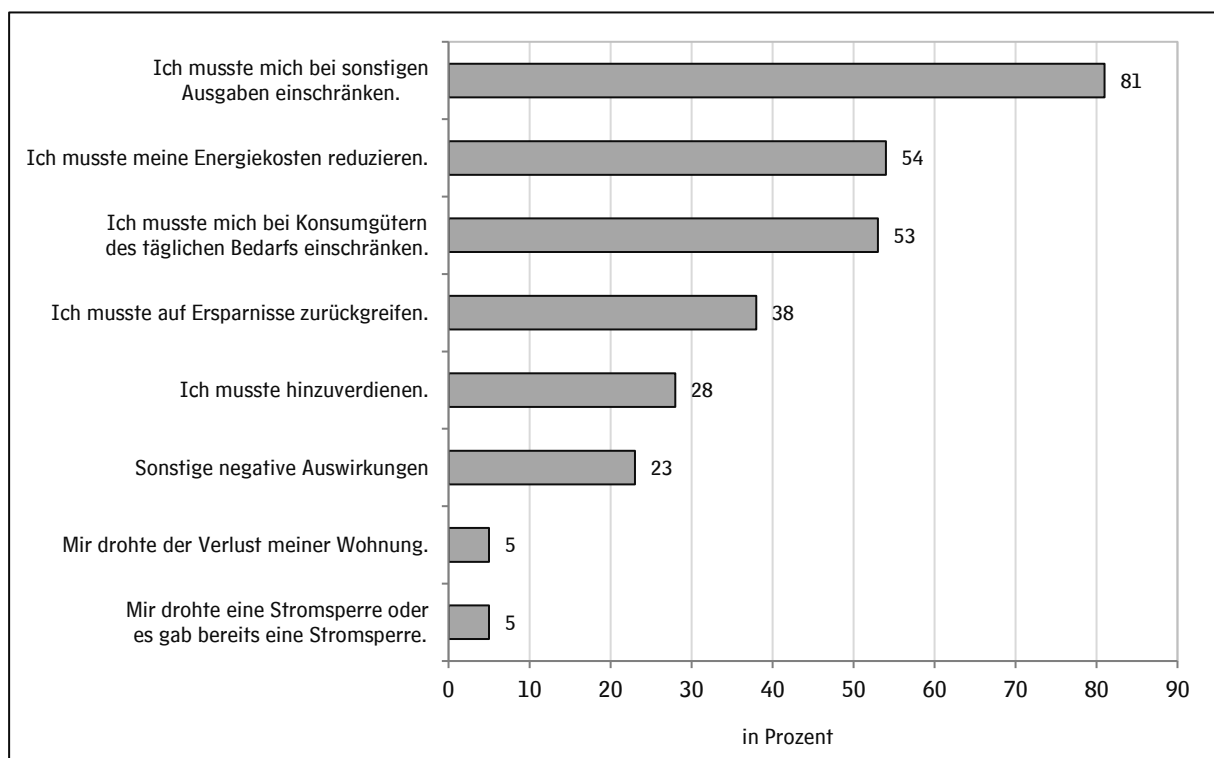
Auswirkungen der finanziellen Schwierigkeiten beim Zahlen der laufenden Wohnkosten

Frage: „Falls ja, wie wirkten sich die finanziellen Schwierigkeiten für Sie aus?“

Die Befragten, die in der vorangegangenen Frage angegeben hatten, regelmäßig oder selten finanzielle Schwierigkeiten bei der Zahlung der laufenden Wohnkosten zu haben, konkretisierten, auf welche Art sich diese Schwierigkeiten auf sie auswirken. Hier waren Mehrfachantworten möglich, und die 432 Befragten, die diese Frage beantwortet haben, gaben im Schnitt 2,9 Antworten bei insgesamt acht Antwortmöglichkeiten.

Abbildung 38: Art der Auswirkungen finanzieller Schwierigkeiten, die laufenden Wohnkosten zu zahlen, auf die Befragten

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Befragten)



- ▶ Mit Abstand am häufigsten müssen sich die Befragten bei sonstigen (finanziellen) Ausgaben einschränken – die nicht von den vorgegebenen möglichen Auswirkungen „Energiekosten reduzieren“ und „Konsumgüter des täglichen Bedarfs einschränken“ umfasst werden. Vier von fünf Befragten (81 %) wählte diese Art der Auswirkung aus (vgl. Abb. 38). Hierunter können reduzierte Ausgaben wie z. B. für Urlaube und Produkte fallen, die nicht dem täglichen Bedarf dienen.
- ▶ Gut jede*r zweite Befragte musste seine Energiekosten reduzieren (54 %) oder sich bei den Konsumgütern des täglichen Bedarfs einschränken (53 %). 38 Prozent mussten auf Ersparnisse zurückgreifen und 28 Prozent hinzuverdienen. Sonstige negative Auswirkungen der finanziellen Schwierigkeiten bei der Zahlung der laufenden Wohnkosten gaben 23 Prozent der Befragten an. Die seltensten Auswirkungen mit einem Anteil von je 5 Prozent waren der drohende der Verlust der Wohnung oder eine drohende oder bereits erfolgte Stromsperre.
- ▶ 56 Prozent der Befragten, die sich zu den negativen Auswirkungen der finanziellen Schwierigkeiten bei der Zahlung der laufenden Wohnkosten äußerten, sind weiblich. Am deutlichsten unterscheiden sich die sonstigen negativen Auswirkungen: Diese geben 27 Prozent der Männer an, aber nur 20 Prozent der Frauen. Auch die Reduzierung der Energiekosten betraf Männer (57 %) häufiger als Frauen (51 %). Dafür mussten 40 Prozent aller Frauen gegenüber 35 Prozent der Männer auf Ersparnisse zurückgreifen. Sie müssen sich auch öfter bei sonstigen Ausgaben einschränken (83 % gegenüber 79 % der Männer) und müssen auch etwas häufiger hinzuverdienen (29 %) als Männer (26 %).
- ▶ Je älter die Befragten, umso häufiger mussten sie ihre Energiekosten reduzieren. Von 42 Prozent der 16- bis 29-Jährigen mit finanziellen Schwierigkeiten, die laufenden Wohnkosten zu zahlen, steigt der Anteil über 60 Prozent der 45- bis 64-Jährigen bis auf 71 Prozent aller Personen ab 75 Jahren.
- ▶ Auf ihre Ersparnisse zurückgreifen müssen umgekehrt Jüngere häufiger als Ältere: Von 18 Prozent der Personen ab 75 Jahren steigt der Anteil auf 39 Prozent der 45- bis 64-Jährigen und maximal auf 44 Prozent der 16- bis 29-Jährigen.
- ▶ Hinzuverdienen müssen besonders häufig die 16- bis 29-Jährigen mit finanziellen Schwierigkeiten, die laufenden Wohnkosten zu zahlen – 43 Prozent gaben dies an gegenüber 28 Prozent im Durchschnitt aller Altersklassen.
- ▶ Tabelle 25 führt die Auswirkungen der finanziellen Schwierigkeiten beim Zahlen der laufenden Wohnkosten neben der Verteilung auf die Befragten (Mehrfachnennungen möglich) auch umgerechnet auf 100 Prozent der Antworten auf.

Tabelle 25: Auswirkungen finanzieller Schwierigkeiten, die laufenden Wohnkosten zu zahlen
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	in % der Antworten	in % der Befragten
Ich musste mich bei sonstigen Ausgaben einschränken.	28	81
Ich musste meine Energiekosten reduzieren.	19	54
Ich musste mich bei Konsumgütern des täglichen Bedarfs einschränken.	18	53
Ich musste auf Ersparnisse zurückgreifen.	13	38
Ich musste hinzuverdienen.	10	28
Sonstige negative Auswirkungen	8	23
Mir drohte eine Stromsperre oder es gab bereits eine Stromsperre.	2	5
Mir drohte der Verlust meiner Wohnung.	2	5
insgesamt*	100	287

* mehr als 100 Prozent = Mehrfachnennungen

11. Offene Anmerkungen am Ende des Fragebogens

Am Ende des Fragebogens gab es die Möglichkeit, nach freier Entscheidung weitere Anmerkungen zu verfassen. Die Frage hierzu lautete:

Frage: „Was möchten Sie uns noch mit auf den Weg geben?“

„Wenn Sie noch zusätzliche Anmerkungen machen möchten, benutzen Sie bitte den freien Raum“.

- ▶ Die Bemerkungen waren an keine vorgegebenen Themen gebunden. Dieses Angebot wurde stark angenommen. Mit 1.629 der Befragten haben 39 Prozent der 4.191 Personen, die an der Repräsentativerhebung 2022 teilgenommen haben, hier eine oder mehrere Anmerkungen aufgeschrieben. Im Zuge der Repräsentativerhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“ haben am Ende des Fragebogens knapp die Hälfte, derer die an der Befragung teilgenommen haben, eine oder mehrere Anmerkungen gemacht. Damit liegt die Prozentzahl dieses Jahr deutlich (10 Prozentpunkte) unter der aus dem letzten Jahr. Eine Begründung könnte darin liegen, dass die Repräsentativerhebung 2021 eine Sonderbefragung war und die Themen Innenstadt und Mobilität für die Bürger*innen Hannovers von großem Interesse sind.
- ▶ Aus den 1.629 Fragebögen wurden insgesamt 3.052 Anmerkungen ausgewertet, das sind knapp zwei Anmerkungen pro Person, die hier etwas notiert haben (vgl. Tab. 26).

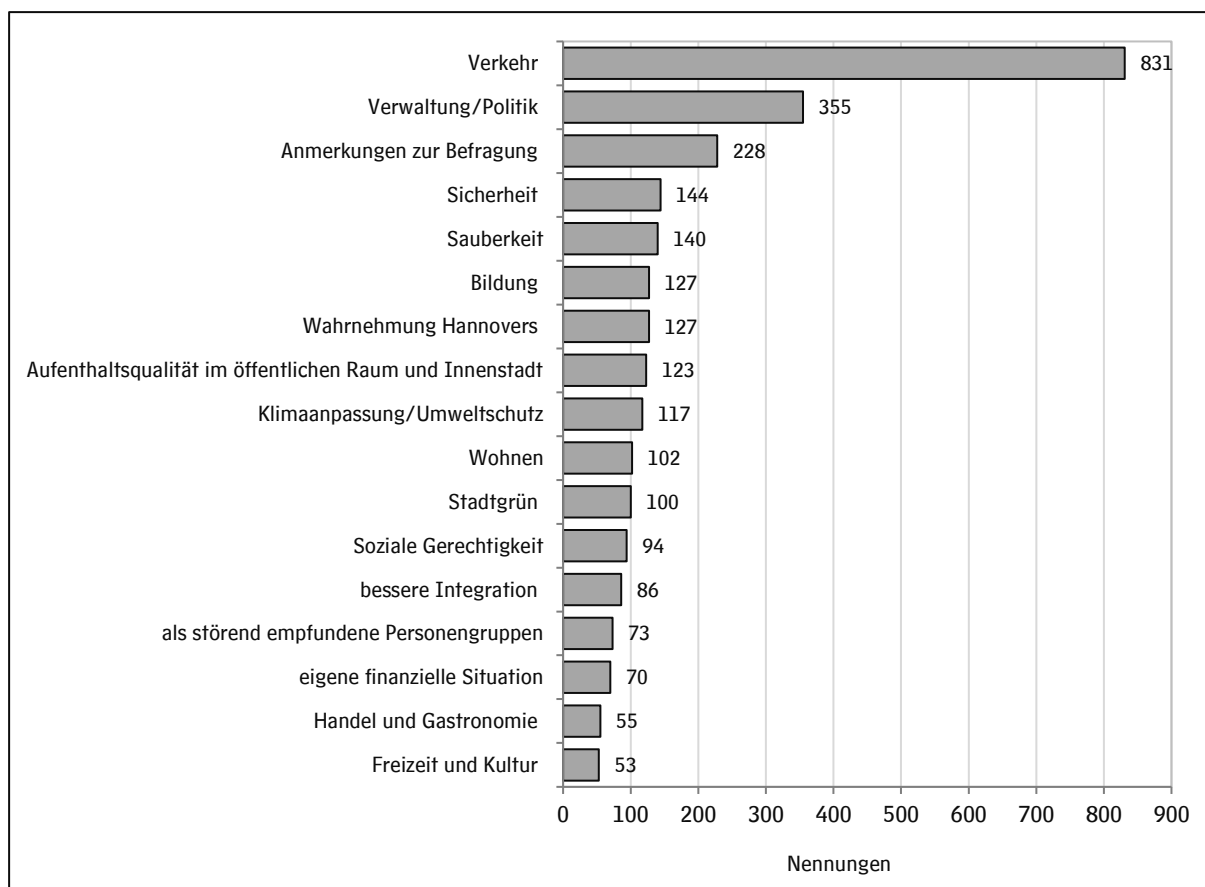
Tabelle 26: Übersicht der Zahl der Anmerkungen bezogen auf alle Fragebögen

	Fragebögen insgesamt	Fragebögen mit Anmerkung	Anmerkungen insgesamt	Anmerkungen je Fragebogen
Online	869	326	569	1,7
Papier	3.322	1.303	2.483	1,9
insgesamt	4.191	1.629	3.052	1,9

Die hohe Zahl von über 3.000 Anmerkungen bietet eine sehr gute Möglichkeit zu erfahren, welche stadtentwicklungsrelevanten Themen die Hannoveraner*innen 2022 bewegen. Das Themenspektrum ist aufgrund der Offenheit der Frage groß. Abbildung 39 listet alle Themenbereiche mit mindestens 50 Nennungen auf.

- ▶ Das mit Abstand am häufigsten angesprochene Thema ist Verkehr: 27 Prozent aller Nennungen entfallen hierauf (absolut 831 Anmerkungen). Die meisten Anmerkungen beziehen sich dabei auf den Autoverkehr (285), gefolgt von Radverkehr (176) und ÖPNV (151). Schon in der Repräsentativerhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“ war Verkehr das mit Abstand meist genannte Thema in den offenen Anmerkungen am Ende des Fragebogens (35 % aller Anmerkungen). 2021 bezog sich die Befragung explizit auf die Themenfelder Verkehr und Innenstadt und es ist anzunehmen, dass aufgrund der spezifischeren Befragung am Ende zahlreiche Anmerkungen zu Verkehrsthemen gemacht wurden. Diese Repräsentativerhebung 2022 ohne thematischen Schwerpunkt zeigt, dass Verkehr das Thema ist, das Hannoveraner*innen am meisten beschäftigt.

Abbildung 39: Angesprochene Themenbereiche der offenen Anmerkungen mit mindestens 50 Nennungen (Angaben in Nennungen absolut)



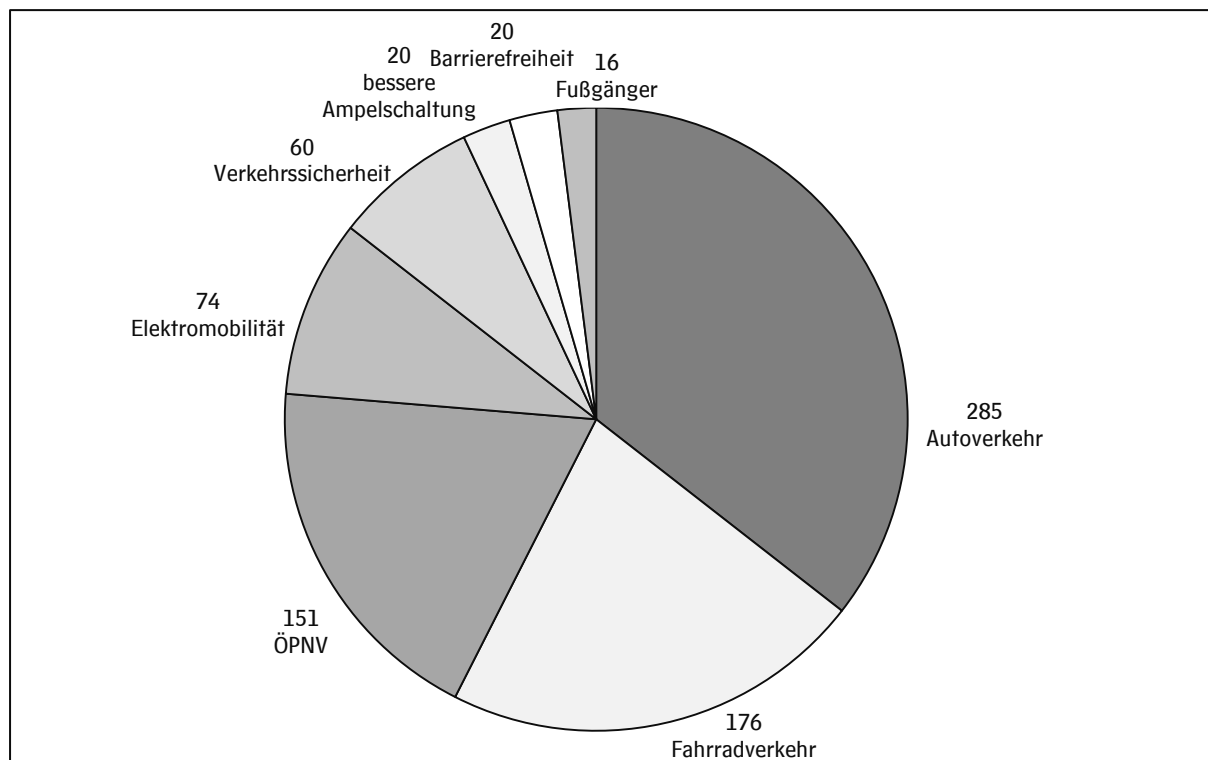
- Das zweitwichtigste Thema ist Verwaltung und Politik (355 Nennungen). Die drittmeisten Bemerkungen betreffen die Befragung selbst (228). Mit deutlichem Abstand in der Anzahl der Nennungen folgen Sicherheit (144) und Sauberkeit (140). Bildung und die Wahrnehmung Hannovers erreichen jeweils 127 Nennungen. Es folgen die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum (123), Klimaanpassung/Umweltschutz (117), Wohnen (102) und Stadtgrün (100). Weitere Themen, die mindestens 50 Mal genannt wurden, sind soziale Gerechtigkeit (94), bessere Integration (86), als störend empfundene Personengruppen (73), die eigene finanzielle Situation (70), Handel und Gastronomie (55) und Freizeit und Kultur (53). Die übrigen Kategorien umfassen weniger als 50 Nennungen, dabei sind Sport (46) und Städtebau (42) die meistgenannten.

11.1 Verkehr

- Abbildung 40 zeigt die Verteilung der Nennungen verschiedener Verkehrsthemen auf. Die mit Abstand meisten Anmerkungen entfallen auf den Autoverkehr (285 Anmerkungen), den Fahrradverkehr (176) und den ÖPNV (151); bei der Repräsentativerhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“ lag der Fahrradverkehr noch auf Rang 3 hinter dem ÖPNV. Mit deutlichem Abstand folgen Elektromobilität mit 74 Nennungen und Verkehrssicherheit mit 60 Nennungen. Einige wenige Anmerkungen gibt es zu Ampelschaltungen (20), Barrierefreiheit im Verkehr (20) und Fußgängerverkehr (16).

Abbildung 40: Offene Anmerkungen zum Thema Verkehr

(Angaben in Nennungen absolut)

**11.1.1 Autoverkehr**

- ▶ 49 Prozent der Anmerkungen zum Autoverkehr beziehen sich auf bessere Bedingungen für Autofahrende (141 Nennungen). Dem stehen 48 Prozent autokritische Stimmen (137) und einige neutrale Aussagen gegenüber. Das Verhältnis von Pro- und Contra-Meinungen zum Autoverkehr ist damit ausgeglichen.
- ▶ Die Anmerkungen beider Positionen beziehen sich sowohl auf die Innenstadt als auch auf die gesamte Stadt Hannover. In der Repräsentativerhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“ gab es noch ein deutliches Überwiegen von Pro-Meinungen (58 %) gegenüber Contra-Meinungen (39 %) zum Autoverkehr.
- ▶ Wichtigster Wunsch hinsichtlich **besserer Bedingungen für Autofahrende** ist mit einem Drittel der Wunsch nach mehr Parkraum (32 % der Pro-Meinungen zum Autoverkehr, 45 Nennungen absolut). Zweitwichtigster Aspekt ist, das Auto nicht komplett zu verteufeln bzw. zu verdrängen (28 % der Pro-Meinungen zum Autoverkehr, 39 Nennungen absolut). Beispiel: „Die geplante Reduzierung der KFZ, ob Verbrenner oder E-Antrieb, geht für mich total an den Bedürfnissen und Wünschen der Bürger*innen vorbei“. Der Wunsch nach mehr Parkraum bezieht sich in erster Linie auf die Stadtteile (insb. List, Südstadt, Linden) und umfasst sowohl die Bitte neue Parkmöglichkeiten zu schaffen als auch vorhandene Parkplätze nicht zu entfernen. Parkraum in der Innenstadt soll nicht weiter eingeschränkt werden (wie z. B. hinter der Markthalle) und soll bezahlbar bleiben. Ein weiterer Aspekt mit 20 Nennungen ist die negative Situation der Straßenbaustellen in Hannover. Diese dauern den Befragten zu lange und sind zeitlich vermeintlich nicht aufeinander abgestimmt. Durch die vielen Baustellen komme es zu Staus. Es wurde auch der Wunsch geäußert, dass in Zukunft

besser über Baustellen informiert wird, sodass diese gegebenenfalls gemieden werden können. Mit einer ähnlichen Anzahl an Nennungen wurden außerdem Anmerkungen für mehr Autofreundlichkeit in der Innenstadt als Gegenposition zur autofreien Innenstadt (18 absolut) und zur Notwendigkeit des Autos für mobilitätseingeschränkte Personen (19) gemacht (Bürger*innen, die aus gesundheitlichen Gründen auf ihr Auto angewiesen sind, sollen nicht ausgeschlossen werden und Facharztpraxen, die überwiegend in der Innenstadt liegen, weiterhin mit dem Auto erreichbar sein).

- ▶ Die **autokritischen Stimmen** setzen sich in erster Linie für eine autoarme oder autofreie (Innen-) Stadt ein („Mehr Mut zu Maßnahmen, die nicht allen Autofahrern gefallen“). Davon entfallen 62 Nennungen auf ein autoärmeres Hannover auf gesamtstädtischer Ebene (45 % der autokritischen Meinungen), 40 Nennungen konkret auf eine autofreie Innenstadt (29 % der autokritischen Meinungen) und 19 Nennungen auf eine Verkehrswende (14 % der autokritischen Meinungen) durch den konsequenten Ausbau des ÖPNVs und des Fahrradnetzes, z. B. nach dem Vorbild Kopenhagens/Dänemarks. Die autofreie Innenstadt solle endlich umgesetzt werden, es kommt u. a. der Vorschlag Hauptverkehrsstraßen an Sonntagen autofrei zu halten und es wird sich mehrmals gegen den Ausbau des Südschnellwegs ausgesprochen. Außerdem werden in 14 Nennungen Anmerkungen zum rücksichtslosen Parken der Autos insbesondere auf Bürgersteigen und Radwegen gemacht, wodurch die Verkehrssicherheit der anderen Verkehrsteilnehmer*innen gefährdet werde.

11.1.2 Fahrradverkehr

- ▶ Vier Fünftel (79 %, 139 Nennungen absolut) der 176 Anmerkungen zum Radverkehr beziehen sich auf den Ausbau und die Verbesserung der Radinfrastruktur. Wichtigster Aspekt zur Entwicklung der Radinfrastruktur sind die Radwege selbst und ihr Ausbau. 75 Nennungen hierzu fordern bessere und sichere Radwege („Etliche der vorhandenen Fahrradwege sind in einem schlechten Zustand“). Neben der Qualität und Sicherheit, der Sauberkeit, der Breite und Beleuchtung der Radwege werden außerdem 42 Anmerkungen zum Ausbau des Radwegenetzes gemacht. Darunter fallen lediglich 5 Nennungen konkret auf den Ausbau der Velorouten.
- ▶ Andere Anmerkungen fordern eine bessere Anbindung der Radwege an die Region Hannover und mehr Radwege in der Innenstadt. 22 Mal werden zudem sonstige Verbesserungen der Infrastruktur gewünscht, darunter überwiegend mehr und sicherere Fahrradabstellmöglichkeiten (Bügel, Fahrradgaragen, Fahrradparkhäuser). 19 Prozent bzw. 33 Nennungen zum Radverkehr sind kritische Anmerkungen. Sie fordern insbesondere, dass Radfahrende sich an die Regeln halten sollen (21 Nennungen) und lehnen weitere Radwege ab („Abschaffung der Velorouten auf der Hildesheimer Straße! Die Radfahrer, die dort fahren kann man an einer Hand abzählen!“) (12 Nennungen).

11.1.3 ÖPNV

- ▶ Die 151 Anmerkungen zum ÖPNV konzentrieren sich auf zu hohe Fahrpreise (65 Nennungen, 43 % aller Anmerkungen zum ÖPNV), den Ausbau des ÖPNV (62 Nennungen, 41 % aller Anmerkungen zum ÖPNV) sowie sonstigen Anmerkungen, beispielsweise zum guten Service der Üstra oder fehlenden Hochbahnsteigen (24 Nennungen). Die Forderung nach günstigeren Fahrpreisen (auch:

Forderung nach kostenlosem ÖPNV) wurden entweder allgemein formuliert oder spezifiziert, z. B. für Studierende, für Senior*innen und für Familien. Genannt wurde auch das sogenannte „49-Euro-Ticket“ und das „365-Euro-Ticket“. Zum Zeitpunkt der Befragung im Dezember 2022/Januar 2023 liefen erst die Verhandlungen zu diesen Ticketangeboten und eine Realisierung und damit verbundene günstigere Preise für den ÖPNV waren noch nicht beschlossen.

- ▶ Die 62 Nennungen zum Ausbau des ÖPNV beziehen sich primär auf bessere Taktungen (weniger Warte- und Umsteigezeiten, auch am Wochenende und nachts) sowie bessere Verbindungen (z. B. Querverbindungen zwischen den Stadtteilen („Ringbahn“) und eine bessere Anbindung an die Region).

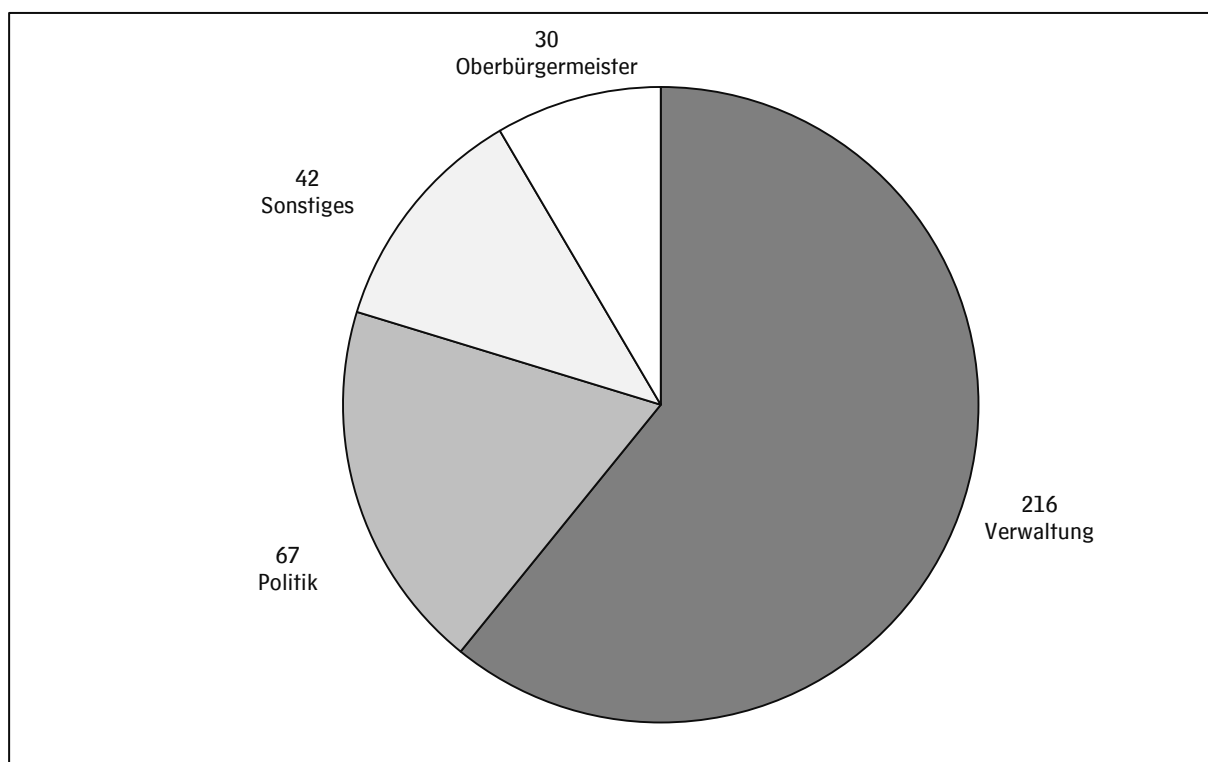
11.1.4 Weitere Anmerkungen zum Verkehr

- ▶ Die 74 Anmerkungen zur **Elektromobilität** umfassen sowohl die kritische als auch die positive Perspektive. 55 Prozent der Anmerkungen zur Elektromobilität (41 Nennungen) und damit gut die Hälfte sind kritisch und merken an, dass E-Mobilität ein Fehler und das E-Auto eine „Totgeburt“ sei. Ein großer Teil dieser Anmerkungen entfällt dabei auch auf die Thematik der E-Roller, die überall in der Stadt herumstehen und -liegen und als störend und gefährlich eingestuft werden. Die eher positiven 33 Nennungen (45 % der Anmerkungen zur Elektromobilität) wünschen sich mehr E-Ladesäulen in den Stadtteilen und eine stärkere finanzielle Unterstützung beim Kauf eines Elektroautos.
- ▶ Die 60 Anmerkungen zur **Verkehrssicherheit** beziehen sich gleichermaßen auf die Sicherheit für Fußgänger*innen (24 Anmerkungen), für Autofahrende (19 Anmerkungen) und für Radfahrende (17 Anmerkungen). Es sollen sicherere Fußwege und Kreuzungen geschaffen werden. Vor allem für Schulkinder müsse der Schulweg zu Fuß sicherer werden. Kritisiert werden fehlende Zebrastreifen und das rücksichtslose Befahren der Fußwege von Fahrradfahrenden und E-Rollern. Tempolimits in der Stadt sollen verschärft werden und bestehende Geschwindigkeitsbegrenzungen und allgemeine Verkehrsregeln durch (Ampel-)Blitzer stärker kontrolliert und bei Nichteinhaltung höher bestraft werden. Für Fahrradfahrende sollen vor allem Kreuzungen (Linksabbieger) sicherer gestaltet werden. Außerdem wurde mehrfach die Bitte nach sichereren Vorfahrtsregelungen und die räumliche Trennung vom Autoverkehr geäußert.
- ▶ Die 20 Anmerkungen zu besserer und intelligenterer **Ampelschaltung** beziehen sich sowohl auf Autos („für flüssigeren Verkehr“, „grüne Welle“) als auch auf den Radverkehr. Ampeln sollen nachts abgeschaltet werden und Baustellenampeln an das tatsächliche Verkehrsaufkommen angepasst werden.
- ▶ Die 20 Anmerkungen zu mehr **Barrierefreiheit** hinsichtlich des Verkehrs fordern die Instandsetzung von Gehwegen, weniger Kopfsteinpflaster und eine Verbesserung der Barrierefreiheit im ÖPNV.
- ▶ Die 16 Anmerkungen zum **Fußgänger*innenverkehr** thematisieren die Qualität und den Ausbau der Wege. Es solle mehr Platz für Fußwege geben, die Wege dürfen nicht zugeparkt/zugestellt sein und in den Zentren der einzelnen Stadtteile sollten reine Fußgänger*innenzonen geschaffen werden.
- ▶ Weitere 29 Anmerkungen sind der Kategorie „Sonstiges“ zuzuordnen. Hier geht es primär um Sharing-Angebote und die Gleichberechtigung aller Verkehrsarten.

11.2 Verwaltung und Politik

- ▶ Unter den 355 Anmerkungen zur Stadtverwaltung und Politik gab es mit 61 Prozent und 216 Nennungen die meisten Anmerkungen zur Stadtverwaltung. 67 Anmerkungen wurden allgemein zur Politik gemacht und 30 Anmerkungen richteten sich direkt an den Oberbürgermeister. Die Befragten äußern dabei sowohl Kritik als auch Lob.
- ▶ Des Weiteren wurden 42 Anmerkungen gemacht, die der Unterkategorie „Sonstiges“ zuzuordnen sind, weil sie häufig sowohl Verwaltung als auch Politik betreffen. Hier geht es hauptsächlich um „unnötige Haushaltsausgaben der Stadt“ bzw. „Steuergeldverschwendung“ (16). Auch sollte die Stadt sich stärker um ihre Bürger*innen und weniger um sich selber kümmern. Abbildung 41 zeigt die Verteilung der Anmerkungen im Themenfeld Verwaltung und Politik.

Abbildung 41: Offene Anmerkungen zum Thema Verwaltung und Politik
(Angaben in Nennungen absolut)



- ▶ In Bezug auf die **Stadtverwaltung** wird mit Abstand am häufigsten der Wunsch nach mehr Service bzw. Kritik am Service der Behörden geäußert (98 Nennungen). Dies umfasst in erster Linie weniger Wartezeit, bessere Öffnungszeiten, mehr Personal, weniger Bürokratie, freundlichere Mitarbeitende, gute Erreichbarkeit, verständlichere Texte und Englischkenntnisse in der Ausländerbehörde. Häufig wurden dabei die Bürgerämter, Zulassungsstellen und die Ausländerbehörde genannt.
- ▶ 29 Befragte fordern mehr Digitalisierung in der Verwaltung. Das Online-Angebot und der digitale Bürger*innenservice müssten zügig ausgebaut werden. Jeweils ca. 20 Bemerkungen entfallen auf folgende vier Aspekte: weiter so/dran bleiben/Lob; Aufhören mit Gendern („die * sind schrecklich“); durchdachte Umsetzung mit klaren Konzepten und mehr Bürger*innenbeteiligung (mit

Information, Kommunikation und Transparenz). 14 Mal schließlich wird die Verwaltung zu mehr Mut aufgefordert, auch gerade bei unpopulären Entscheidungen („Bitte kündigt weniger Veränderungen an, sondern handelt“).

- ▶ 46 der 67 Anmerkungen zum Thema **Politik** unabhängig von der Stadtverwaltung äußern Kritik an der aktuellen Politik. Die Entscheidungen seien häufig nicht transparent und es werde ein falscher Fokus verfolgt. Die Politik solle sich weniger mit Ideologien beschäftigen und sich mehr um die Einwohnenden kümmern. Wahlversprechen sollen eingehalten werden. Weitere Anmerkungen fordern mehr Unterstützung für Kinder und Jugendliche (17) und nur 4 Nennungen loben die aktuelle Politik.
- ▶ Die 30 Anmerkungen zum **Oberbürgermeister** teilen sich auf in ein Drittel Lob („ein grüner ist Oberbürgermeister der richtige Weg“) und zwei Drittel Kritik („angekündigte Maßnahmen werden nicht schnell genug umgesetzt“, „das Handeln ist nicht transparent genug“, „einseitige Maßnahmen“).

11.3 Anmerkungen zur Befragung

- ▶ Auch zur Befragung selbst wurden viele Anmerkungen gemacht: 58 Prozent davon sind positiv (133 Nennungen), 39 Prozent kritisch (88 Nennungen) und 3 Prozent bezweifeln generell den Einfluss der Bürger*innen auf die Kommunalpolitik. Die meisten positiven Stimmen (84) loben die Befragung als sinnvoll, finden den Fragebogen gut aufgebaut, bedanken sich für das Beteiligen und erklären Bürger*innenbeteiligung für sinnvoll. 35 Befragte wünschen viel Erfolg bei der Auswertung und auch der Umsetzung, teilweise verbunden mit dem Wunsch, dass die Stadt durch solche Umfragen besser werde. Die übrigen positiven bzw. konstruktiven Kommentare beziehen sich auf die Bekanntgabe/Veröffentlichung der Ergebnisse der Befragung.
- ▶ Die kritischen Anmerkungen beziehen sich meist auf den Fragebogen: Er sei zu lang, teilweise fehle es an Antwortmöglichkeiten, einige Fragen seien suggestiv und die Befragung sei so komplex bzw. anspruchsvoll, dass sie Menschen ausschließe.

11.4 Sicherheit

Die 144 Anmerkungen zur Sicherheit – die damit das viertwichtigste Thema bei den offenen Anmerkungen ist – lassen sich in fünf Themenbereiche aufgliedern:

- Gesamtstadt (49 % der Nennungen, 70 Nennungen absolut)
- Innenstadt (20 %, 29 Nennungen)
- Frauen und andere Personengruppen (12 %, 17 Nennungen)
- Licht (11 %, 16 Nennungen)
- abends/nachts (8 %, 12 Nennungen)

- ▶ Die 70 Nennungen zur Sicherheit in der gesamten Stadt Hannover fordern eine höhere Präsenz von Polizei, Security und dem Ordnungsamt. Es wird eine steigende Kriminalität bemängelt und der Wunsch geäußert, dass „angemessen auf die steigende Kriminalität reagiert und nicht weiter weggesehen wird“. Außerdem wird die Kriminalität von Jugendlichen, die „vandalieren und andere Menschen belästigen“ vermehrt angesprochen.
- ▶ Die 29 Hinweise, die sich explizit auf die Innenstadt beziehen, fordern ebenfalls eine höhere Präsenz von Ordnungskräften und nennen besonders unsichere Orte (Raschplatz, Hauptbahnhof, Steintor).
- ▶ Weitere Anmerkungen thematisieren besonders gefährdete/sich besonders unsicher föhlende Personengruppen (Frauen, Kinder, Senior*innen, LGBTQIA+). Bemängelt wird außerdem die „fehlende oder zu dunkle Straßenbeleuchtung in vielen Stadtteilen“, die dazu föhrt, dass die Sicherheit abends/nachts erheblich nachlasse.

11.5 Sauberkeit

- ▶ Ähnlich viele Anmerkungen wie zur Sicherheit gibt es zum Thema Sauberkeit. Die Nennungen teilen sich auch hier in die Themenbereiche Sauberkeit Gesamtstadt (71 % der Nennungen, 99 Nennungen absolut) und als kleinerer Teilaspekt Sauberkeit Innenstadt (9 %, 13 Nennungen) auf. Zusätzlich gibt es noch 27 Nennungen zu den gelben Säcken/gelben Tonnen und dem allgemeinen Service vom kommunalen Entsorgungsunternehmen Zweckverband Abfallwirtschaft Region Hannover (aha). Diese mehrfache Nennung der gelben Säcke/gelben Tonnen hängt sicherlich mit der Umstellung auf die gelbe Tonne im Januar 2023 zusammen.
- ▶ Die zahlreichen Anmerkungen zur Gesamtstadt wünschen sich häufig mehr Mülleimer (an öffentlichen Plätzen und z. B. in der Eilenriede). In den Wohngebieten befänden sich „private Müllkippen auf den Gehwegen“, Spielplätze seien vermüllt und durch herumliegende Glasscherben nicht mehr nutzbar. Öffentliche Parkanlagen seien u. a. durch Grillen vermüllt. Eine Taubenplage wird thematisiert und in einigen Stadtteilen seien „immer wieder Ratten zu sehen“. Die Anmerkungen zur Sauberkeit der Innenstadt beziehen sich auf eine allgemeine „Verdreckung“. Mülleimer sollten häufiger geleert werden und Straßen häufiger gereinigt.

11.6 Bildung

Das Thema Bildung – insb. die Situation an Schulen – hat im Vergleich zur letzten Befragung 2021 deutlich an Bedeutung gewonnen. Die 127 Anmerkungen teilen sich auf in die drei Themenbereiche:

- Infrastruktur an Schulen (57 % der Nennungen, 72 Nennungen absolut)
 - Allgemeine Bildung (23 %, 29 Nennungen)
 - Kinderbetreuung (20 %, 26 Nennungen)
- ▶ Die Befragten fordern im Themenbereich Infrastruktur an Schulen eine „bessere Ausstattung der aktuell maroden und dreckigen Schulgebäude“. Schulen müssten dringend saniert werden, es müsse etwas gegen den Lehrer*innenmangel und die vielen Unterrichtsausfälle getan werden. Es sollten

Schulen mehr Gelder zur Verfügung gestellt und Brennpunktschulen dürften nicht noch weiter belastet werden. Von einigen wird auch mehr Digitalisierung für sinnvoll erachtet. Die meisten Anmerkungen zur allgemeinen Bildung beschreiben das aktuelle Bildungssystem für Kinder und Jugendliche als „katastrophal“. Im Themenbereich Kinderbetreuung geht es vor allem darum, die Betreuungssituation für Kleinkinder auszubauen (nachmittags) und kostenfrei zu machen.

11.7 Wahrnehmung Hannovers

- ▶ Die Wahrnehmung Hannovers wird in den offenen Anmerkungen von genauso vielen Befragten thematisiert wie das Thema Bildung. Zwei Drittel (67 %, 85 Nennungen) der Nennungen beschreiben die Wahrnehmung Hannovers positiv. Die Befragten leben gerne hier und sehen „Hannover auf dem richtigen Weg als eine Stadt mit viel Potenzial“. Hannover sei eine Stadt des „dritten Blickes, unaufgeregt aber mit jeglichem Komfort einer Großstadt“. Veränderungen gingen in die richtige Richtung.
- ▶ Das andere Drittel beschreibt die Wahrnehmung Hannovers negativ (33 %, 42 Nennungen). Die Lebensqualität habe in den letzten Jahren deutlich abgenommen und man fühle sich nicht mehr wohl. Die Stadt insgesamt und auch Stadtteile hätten einen schlechten Ruf/ein schlechtes Image und Hannover sei wenig attraktiv. „Die graue Maus unter den Großstädten“ sei langweilig und eintönig.

11.8 Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum

- ▶ 123 Anmerkungen beziehen sich auf die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum. Mehr als die Hälfte dieser Nennungen (57 %, 70 absolut) thematisiert den Attraktivitätsverlust der Innenstadt. Es wird sich wieder „mehr Alltag und mehr Lebendigkeit in die Innenstadt zu bekommen“ gewünscht. Es sei unschön mit anzusehen wie die Innenstadt nach und nach kaputt gehe und die Aufenthaltsqualität dort immer weiter sinke. Ein kleiner Teil dieser Anmerkungen zur Innenstadt fordert eine höhere Nutzungsvielfalt, um die Orte zu beleben, und weniger Konsumzwang.
- ▶ Die andere Hälfte der Anmerkungen zur Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum bezieht sich darauf Infrastruktur für alle Alters- und Personengruppen anzubieten (17 %, 21 Nennungen), mehr Sitzgelegenheiten zu schaffen (11 %, 13 Nennungen), allgemein mehr Orte für menschliche Begegnungen im Stadtraum zu haben (11 %, 13 Nennungen) und sonstige Aspekte wie mehr Flair und eine bessere Atmosphäre.

11.9 Klimaanpassung/Umweltschutz

Im Bereich Klimaanpassung und Umweltschutz wurden die meisten Anmerkungen allgemein zum Klimaschutz und zur Nachhaltigkeit gemacht (43 %, 50 Nennungen) („Hannover muss alles dafür tun eine klimagerechte Stadt zu werden“). Etwas mehr als ein Viertel der Anmerkungen zu Klimaanpassung/Umweltschutz bezieht sich konkret auf das Themenfeld Energie (26 %, 31 Nennungen). Es solle ein schnellerer Ausbau von erneuerbaren Energien stattfinden und ökologisch nachhaltig

geheizt werden.

- ▶ Ein drittes Themenfeld ist der Lärmschutz und die Lärmreduzierung (18 %, 21 Nennungen). Vor allem in Wohngebieten sei die Lärmbelastung (nachts) hoch. Die hänge zum einen mit Verkehrslärm, aber in einigen Stadtteilen (z. B. Linden) auch mit einer lärmbelästigenden Partysituation zusammen. Einige wenige Anmerkungen beziehen sich auf sonstige umweltrelevante Themen wie das Silvesterfeuerwerk oder die Förderung der Insektenvielfalt.

11.10 Wohnen

- ▶ Das Thema Wohnen hat im Vergleich zur Repräsentativerhebung 2021 „Innenstadt und Mobilität“ ebenfalls deutlich an Bedeutung gewonnen. 102 Anmerkungen fordern günstigeren bzw. bezahlbaren Wohnraum (77) („Es sollte noch mehr in bezahlbaren Wohnraum investiert werden“) und mehr Wohnraum (22) („Statt dem vielen Gewerbe sollte lieber mehr Wohnraum geschaffen werden“).

11.11 Stadtgrün

- ▶ Ähnlich viele Anmerkungen wie zum Thema Wohnen wurden auch zum Thema Stadtgrün gemacht (100 absolut). Die Hälfte dieser Anmerkungen bezieht sich auf die Schaffung von mehr Grünflächen und deren Pflege (50 Nennungen). Vor allem in der Innenstadt mangle es an Grünflächen und Parks. Die vorhandenen Grünflächen in der gesamten Stadt sollten besser gepflegt/geschützt und ausgebaut werden. Knapp ein Drittel der Anmerkungen zum Stadtgrün bezieht sich allgemein auf mehr Begrünung (29 Nennungen). Der Straßenbaumbestand solle erhöht werden und Dachbegrünung sollte eine größere Rolle spielen.
- ▶ Die restlichen Anmerkungen zum Stadtgrün (21 Nennungen) beziehen sich auf eine stärkere Entsigelung des Stadtraums und sprechen Lob für die vorhandenen Grünanlagen und Stadtwälder aus.

11.12 Soziale Gerechtigkeit

- ▶ Insgesamt wurden 94 Anmerkungen zur sozialen Gerechtigkeit gemacht, von denen die Mehrheit die Teilhabe aller Menschen und aller sozialen Schichten am gesellschaftlichen Leben fordert (63 %, 59 Nennungen). Es solle ein „Hannover für ALLE“ geschaffen werden.
- ▶ Andere Anmerkungen beziehen sich konkreter auf die Teilhabe älterer Menschen (30 %, 28 Nennungen). Senior*innen sollen weiterhin in die Gesellschaft integriert werden und Altersarmut müsse bekämpft werden. Außerdem solle der soziale Zusammenhalt und das soziale Miteinander zwischen den Generationen und sozialen Schichten gestärkt werden. Hierzu gehört auch die Begegnung von Ausländerfeindlichkeit und Rassismus.

11.13 Integration

- ▶ 86 Anmerkungen beziehen sich insgesamt auf das Thema bessere Integration, davon 50 Nennungen auf eine bessere Integration ausländischer Menschen und 36 Nennungen auf die Förderung Obdachloser, Bettelnder, Drogenabhängiger und Alkoholkranker. Gemein ist den Anmerkungen die wertschätzende, konstruktive Perspektive. Für Einwandernde werden bessere Integrationsmöglichkeiten und Angebote, d.h. eine bessere Integrationspolitik gefordert. Bedürfnisse und Ängste von Geflüchteten sollen ernst genommen werden, und es bedürfte der Aufklärung über unterschiedliche Kulturen.
- ▶ Sprachförderung der deutschen Sprache komme eine hohe Bedeutung zu. Für die oben genannten übrigen Personengruppen müsse es mehr Anlaufstellen und Unterstützung geben, diese Menschen sollten eine Perspektive haben.

11.14 Als störend empfundene Personengruppen

- ▶ Insgesamt wurden 73 Anmerkungen zu als störend empfundene Personengruppen gemacht. Die Hälfte dieser Anmerkungen entfällt auf ausländische Menschen („es gibt zu viele Ausländer*innen und der Wille zur Integration fehlt“). Die andere Hälfte verteilt sich auf Obdachlose, Alkoholiker*innen, Drogenabhängige, Bettelnde und Punks („Die öffentliche Trinker- und Drogen-szene ist zu groß“).

11.15 Eigene finanzielle Situation

- ▶ Die 70 Anmerkungen zur **eigenen finanziellen Situation** beziehen sich hauptsächlich auf den Anstieg der Wohn- und Lebenshaltungskosten und die zunehmende Inflation der letzten Jahre. Es wird gefordert unterschiedliche Personengruppen (Familien, Alleinerziehende, Senior*innen, Studierende, Sozialhilfeleistungsempfangende) finanziell zu entlasten („Ich fühle mich mit drei kleinen Kindern wie auf dem Standstreifen abgestellt“).

11.16 Sonstige Themenfelder

- ▶ Neben diesen 15 Hauptthemen wurden noch jeweils zwischen 50 und 70 Anmerkungen zu den Themen Handel und Gastronomie (55) und Freizeit und Kultur (53) gemacht.
- ▶ Die 55 Anmerkungen zu **Handel und Gastronomie** thematisieren hauptsächlich den Handel (80 %, 44 Nennungen). Es wird die Bitte ausgesprochen mehr Einkaufsmöglichkeiten in den Stadtteilen zu schaffen, die im besten Fall fußläufig zu erreichen sein sollten. Die Einkaufsmöglichkeiten in der Innenstadt sollten „eine gesteigerte Qualität und mehr Vielfalt“ haben und es sollte „weniger Ketten“ geben. Die Innenstadt sei außerdem „durch die vielen Leerstände gefährdet“. Weiterhin wird gefordert, das gastronomische Angebot zu erweitern und auszubauen, auch in den Stadtteilen.
- ▶ Die 53 Anmerkungen zu **Freizeit und Kultur** beziehen sich vor allem auf die Stärkung der Angebote. Gewünscht werden sich mehr niedrigschwellige und kostengünstige Veranstaltungen (auch speziell

für Jugendliche) („Stadtteulfeste sollen in Zukunft wieder häufiger stattfinden“, „mehr Kulturzentren in den Stadtteilen“).

- ▶ Die beiden meistgenannten Themen unterhalb von 50 Nennungen betreffen Sport (46 Anmerkungen) und Städtebau (42 Anmerkungen). Zum Thema **Sport** wünschen sich die Befragten mehr Sportangebote und den Ausbau und die Sanierung der Sportanlagen. Vor allem für Kinder und Jugendliche gebe es zu wenig Sportangebote. Schwimmbäder müssten dringend saniert werden und es dürften nicht noch mehr Hallenbäder geschlossen werden. Es fehle auch an öffentlichen Sportanlagen bzw. -angeboten wie zum Beispiel dem Fitnessparcours in der Eilenriede.
- ▶ Die 42 Anmerkungen zum **Städtebau** kritisieren in erster Linie das architektonische Erscheinungsbild Hannovers. Die Innenstadt sei zu grau, Hannover habe kein Gesicht und „langjährige Baustellen zerstören das Stadtbild“.
- ▶ 31 Anmerkungen befassen sich mit sonstigen **sozialen Themen** und 22 mit Hannover als **Wirtschaftsstandort**. Die übrigen 86 Bemerkungen verteilen sich auf diverse Splitterthemen.

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tabelle 1: Vergleich der Altersklassen der Befragten der Grundstichprobe mit der Bevölkerung ab 16 Jahren am 31.12.2022	14
Tabelle 2: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 2011 bis 2021	17
Tabelle 3: Größte Herausforderungen in Hannovers 2011 bis 2022	21
Tabelle 4: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2015, 2019 und 2022	25
Tabelle 5: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 2011 bis 2022	28
Tabelle 6: Vorteile des eigenen Stadtteils 2011 und 2022	30
Tabelle 7: Nachteile des eigenen Stadtteils 2011 bis 2022	32
Tabelle 8: Zufriedenheit mit den Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2019 und 2022	34
Tabelle 9: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 2011 bis 2022	36
Tabelle 10: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 2011 bis 2022	38
Tabelle 11: Zufriedenheit mit der Wohnung 2011 bis 2022	40
Tabelle 12: Beurteilung der Barrierefreiheit im öffentlichen Raum, in öffentlichen Gebäuden und in öffentlichen Verkehrsmitteln 2019 und 2022	43
Tabelle 13: Zufriedenheit mit der Innenstadt von Hannover 2011 bis 2022	45
Tabelle 14: Vorteile der Innenstadt 2011 bis 2022	47
Tabelle 15: Nachteile der Innenstadt 2011 bis 2022	50
Tabelle 16: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2011 bis 2022	55
Tabelle 17: Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2015, 2019 und 2022	57
Tabelle 18: Überwiegender Zweck oder Anlass des Innenstadtbesuches 2015, 2019 und 2022	61
Tabelle 19: Warengruppen nach Einkaufsorten 2022	62
Tabelle 20: Warengruppen nach Einkaufsorten 2015, 2019 und 2022	65
Tabelle 21: Häufigkeit des Online-Shoppings 2015, 2019 und 2022	67
Tabelle 22: Häufigste Verkehrsmittelwahl für die Wege zur Arbeit/Ausbildung, für Einkäufe und in der Freizeit 2011 bis 2022	70
Tabelle 23: Im Haushalt verfügbare Verkehrsmittel 2015, 2019 und 2022	72
Tabelle 24: Mögliche Orte zum Aufladen eines Elektroautos	81
Tabelle 25: Auswirkungen finanzieller Schwierigkeiten, die laufenden Wohnkosten zu zahlen	90
Tabelle 26: Übersicht der Zahl der Anmerkungen bezogen auf alle Fragebögen	91

Abbildungsverzeichnis

	Seite	
Abbildung 1:	Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 2019 und 2022	16
Abbildung 2:	Zufriedenheit mit der persönlichen wirtschaftlichen Lage 2019 und 2022	18
Abbildung 3:	Größte Herausforderungen Hannovers 2022	20
Abbildung 4:	Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2022	22
Abbildung 5:	Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 2019 und 2022	27
Abbildung 6:	Vorteile des eigenen Stadtteils 2022	29
Abbildung 7:	Nachteile des eigenen Stadtteils 2022	31
Abbildung 8:	Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2022	33
Abbildung 9:	Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 2019 und 2022	35
Abbildung 10:	Sicherheitsgefühl in der Wohngegend abends und tagsüber 2022	37
Abbildung 11:	Zufriedenheit mit der Wohnung 2022	39
Abbildung 12:	Anteil der Befragten mit Mobilitätseinschränkung nach Altersklassen	40
Abbildung 13:	Beurteilung der Barrierefreiheit in Bezug auf öffentliche Verkehrsmittel, öffentliche Gebäude, den öffentlichen Wohnraum und die eigene Wohnung	41
Abbildung 14:	Beurteilung der Barrierefreiheit der eigenen Wohnung nach Altersklassen	43
Abbildung 15:	Zufriedenheit mit der Innenstadt in Hannover 2019, 2021 und 2022	44
Abbildung 16:	Vorteile der Innenstadt 2022	46
Abbildung 17:	Nachteile der Innenstadt 2022	48
Abbildung 18:	Zufriedenheit mit der Innenstadt 2022 in Bezug auf vier Themenbereiche	51
Abbildung 19:	Zufriedenheit mit verschiedenen Gesichtspunkten in der Innenstadt	52
Abbildung 20:	Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2022	56
Abbildung 21:	Dauer des Innenstadtbesuches 2019 und 2022	58
Abbildung 22:	Überwiegender Zweck oder Anlass des Innenstadtbesuches 2022	59
Abbildung 23:	Verteilung aller Nennungen von Einkaufsorten 2015, 2019, 2021 und 2022	64
Abbildung 24:	Häufigkeit des Online-Shoppings 2019 und 2022	66
Abbildung 25:	Verkehrsmittelwahl für verschiedene Wege 2022	68
Abbildung 26:	Im Haushalt verfügbare Verkehrsmittel 2022	71
Abbildung 27:	Beurteilung der Sport- und Bewegungsangebote im eigenen Stadtteil	73

	Seite
Abbildung 28:	Beurteilung der Sport- und Bewegungsangebote in Hannover 74
Abbildung 29:	Beurteilung der Sport- und Bewegungsangebote im eigenen Stadtteil und in Hannover insgesamt 75
Abbildung 30:	Maßnahmen im Bereich Klimaschutz und Energiewende 76
Abbildung 31:	Energetische Maßnahmen an selbst bewohnten Immobilien 78
Abbildung 32:	Befragte, die bereits ein Elektroauto nutzen oder planen eines anzuschaffen, nach Altersgruppen 79
Abbildung 33:	Mögliche Orte zum Aufladen eines Elektroautos 80
Abbildung 34:	Reduzierung der eigenen Autonutzung 82
Abbildung 35:	Beurteilung der eigenen Teilhabemöglichkeiten und der Teilhabemöglichkeiten aller in Hannover 84
Abbildung 36:	Näherer persönlicher Kontakt zu Personen im Freundes- oder Bekanntenkreis im letzten Vierteljahr 86
Abbildung 37:	Finanzielle Schwierigkeiten beim Zahlen der laufenden Wohnkosten 87
Abbildung 38:	Art der Auswirkungen finanzieller Schwierigkeiten, die laufenden Wohnkosten zu zahlen, auf die Befragten 88
Abbildung 39:	Angesprochene Themenbereiche der offenen Anmerkungen mit mindestens 50 Nennungen 92
Abbildung 40:	Offene Anmerkungen zum Thema Verkehr 93
Abbildung 41:	Offene Anmerkungen zum Thema Verwaltung und Politik 96

Schriften zur Stadtentwicklung

- Band 144 Repräsentativerhebung 2022 – Gesamtergebnis und Vergleichsdaten aus früheren Erhebungen – Hannover November 2023
- Band 143 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2022 – Hannover Juli 2023
- Band 142 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2021 – Hannover Juli 2022
- Band 141 Repräsentativerhebung 2021 – Innenstadt und Mobilität – Hannover November 2021
- Band 140 Wanderungen der Landeshauptstadt Hannover – Hannover September 2021
- Band 139 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2020 – Hannover Juli 2021
- Band 138 Wohnungsmarktbeobachtung in den Stadtteilen der Landeshauptstadt Hannover 2020 – Hannover Juni 2021
- Band 137 Wohnungsmarktbeobachtung 2019 – Hannover November 2020
- Band 136 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2019 – Hannover November 2020
- Band 135 Repräsentativerhebung 2019 – Sonderauswertung nach Soziodemografie und Stadtteilen – Hannover Oktober 2020
- Band 134 Bevölkerungsprognose für die Region Hannover, die Landeshauptstadt Hannover und die Städte und Gemeinden des Umlands 2019 bis 2030 – Hannover Januar 2020
- Band 133 Repräsentativerhebung 2019 – Gesamtergebnis und Vergleichsdaten aus früheren Erhebungen – Hannover Januar 2020
- Band 132 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2018 – Hannover Mai 2019
- Band 131 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2017 – Hannover Mai 2018
- Band 130 Kleinräumige Wohnungsmarktbeobachtung in der Landeshauptstadt Hannover – Auswertung der Angebote von Mietwohnungen und Wohnimmobilien in Hannover 2012 bis 2017 – Hannover Mai 2018
- Band 129 Wandermotivbefragung 2017 – Hannover April 2018
- Band 128 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2016 – Hannover Juni 2017
- Band 127 Kleinräumige Wohnungsmarktbeobachtung in der Landeshauptstadt Hannover 2015/2016 – Hannover November 2016
- Band 126 Repräsentativerhebung 2015 – Sonderauswertung nach Soziodemografie und Stadtteilen – Hannover November 2016
- Band 125 Lagebericht zur Stadtentwicklung 2015 – Hannover Juni 2016
- 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 Gemeinden 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
- 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
- Band 84 Repräsentativerhebung 1999 – Gesamtergebnis und Vergleichsdaten aus früheren Erhebungen – Hannover Mai 2000
- Band 83 Die Landeshauptstadt Hannover auf dem Weg in die Informationsgesellschaft – Hannover April 2000
- Band 82 Lagebericht zur Stadtentwicklung 1999 – Hannover November 1999
- Band 1 bis 81vergriffen
-