

Landeshauptstadt



Hannover

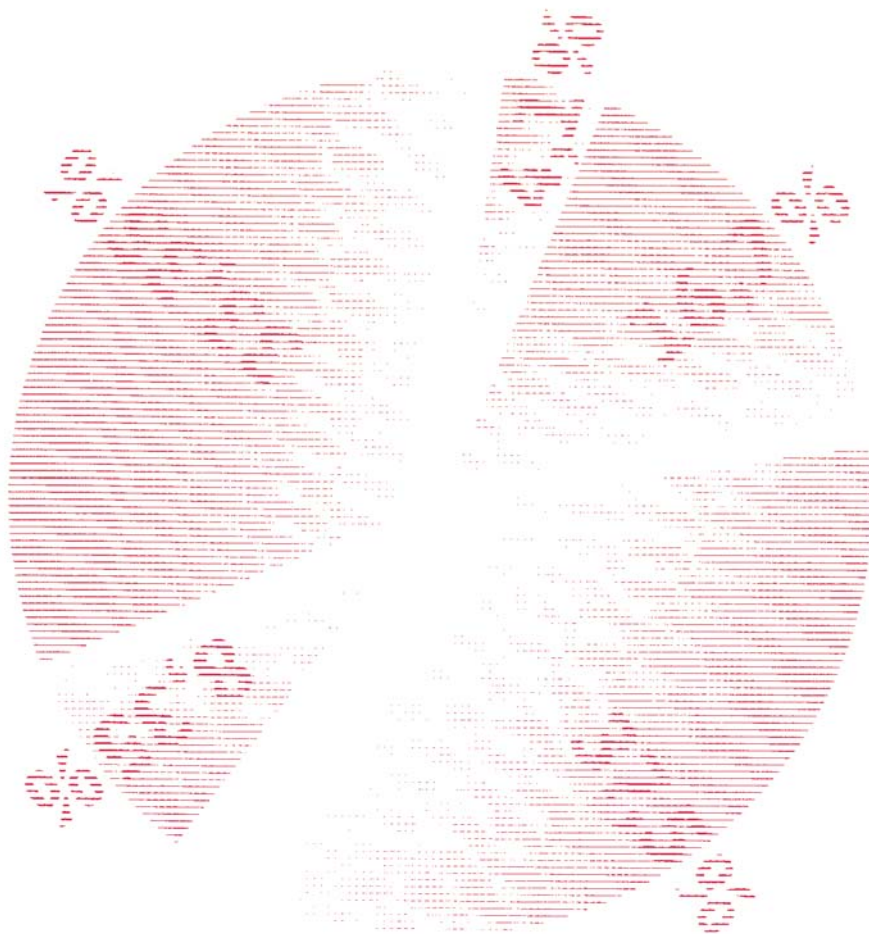
Fachbereich Planen und  
Stadtentwicklung

**SCHRIFTEN ZUR  
STADTENTWICKLUNG**

**133**

**REPRÄSENTATIVERHEBUNG  
2019**

Gesamtergebnis und Vergleichsdaten  
aus früheren Erhebungen



Landeshauptstadt Hannover  
Fachbereich Planen und Stadtentwicklung

# **REPRÄSENTATIVERHEBUNG 2019**

**Gesamtergebnis und Vergleichsdaten  
aus früheren Erhebungen**

Schriften zur Stadtentwicklung 133

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

Fachbereich Planen und Stadtentwicklung  
– Bereich Stadtentwicklung –

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

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

Gestaltung: Janine Wolff

Hannover, Januar 2020

Das Umzugsmotiv zugezogener Einwohner\*innen "Ausbildung/Studium" wurde auf Seite 10 und 78 korrigiert.

	Seite
<b>1. Kurzfassung</b>	<b>5</b>
<b>2. Hinweise zum Verfahren und zur Repräsentativität der Erhebung</b>	<b>13</b>
<b>3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover</b>	<b>19</b>
3.1 Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover	19
3.2 Beurteilung der persönlichen wirtschaftlichen Lage	21
3.3 Größte Probleme Hannovers	23
3.4 Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen	27
<b>4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil</b>	<b>31</b>
4.1 Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil	31
4.2 Vor- und Nachteile des eigenen Stadtteils	33
4.3 Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil	39
4.4 Sicherheit in der Wohngegend	40
4.5 Zufriedenheit mit der Wohnung	43
4.6 Barrierefreiheit	45
<b>5. Blickpunkt Innenstadt</b>	<b>47</b>
5.1 Gesamtzufriedenheit mit der Innenstadt	47
5.2 Vor- und Nachteile der Innenstadt	49
5.3 Bewertungen zu einzelnen Aspekten der Innenstadt	54
5.4 Häufigkeit und Dauer des Innenstadtbesuches	57
5.5 Zweck und Anlass des letzten Innenstadtbesuches	60
5.6 Verkehrsmittelwahl beim Innenstadtbesuch	62
<b>6. Einkaufsverhalten/Online-Shopping</b>	<b>65</b>
6.1 Einkaufsverhalten nach Einkaufsorten und Warengruppen	65
6.2 Online-Shopping	69
<b>7. Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungen</b>	<b>73</b>
<b>8. Umzugsmotive zugezogener Einwohner*innen</b>	<b>77</b>

## Inhalt

	Seite
<b>9. Verkehrsmittelwahl</b>	<b>79</b>
9.1 Verkehrsmittelwahl nach Anlässen	79
9.2 Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel/Carsharing	82
<b>10. Bewerbung zur „Kulturhauptstadt Europas 2025“</b>	<b>87</b>
<b>11. Digitalisierung</b>	<b>91</b>
11.1 Einschätzungen zu den Auswirkungen der Digitalisierung	91
11.2 Nutzung und Bewertung digitaler Angebote der Stadt Hannover	93
11.3 Zufriedenheit mit der digitalen Infrastruktur in Hannover	98
Tabellenverzeichnis	101
Abbildungsverzeichnis	102
Schriften zur Stadtentwicklung	104

## 1. Kurzfassung

### Datengrundlage der Befragung: 3.718 repräsentative Interviews (ab S. 13)

- ▶ Die Repräsentativerhebung 2019 wurde wie in den Vorjahren schriftlich postalisch durchgeführt. Die Repräsentativerhebungen werden etwa alle 3 Jahre durchgeführt, die letzten Erhebungen stammen aus den Jahren 2008, 2011 und 2015.
- ▶ 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. Daneben enthalten die Repräsentativerhebungen aber auch Fragen zu aktuellen Themen der Stadtpolitik, im Rahmen der Repräsentativerhebung 2019 sind dies die Themen „Bewerbung zur Kulturhauptstadt Europas 2025“, „Digitalisierung“ sowie „Kenntnis und Nutzung digitaler Angebote der Stadt Hannover“.
- ▶ Grundlage der mit diesem Bericht vorgelegten Grundausswertung sind 3.718 repräsentative Interviews von Einwohner\*innen der Stadt Hannover im Alter von 18 Jahren und älter, die zufällig aus dem Melderegister ausgewählt wurden. Die Ergebnisse sind repräsentativ sowohl nach Alter und Geschlecht als auch auf der räumlichen Ebene nach Stadtteilen. Die Rücklaufquote von 40 Prozent liegt deutlich über den anerkannten Richtwerten für schriftliche Befragungen auf postalischem Weg und ist als sehr gut einzustufen.

### 90 Prozent aller Einwohner\*innen leben gern in Hannover (ab S. 19)

- ▶ 2019 leben 90 Prozent aller befragten Einwohner\*innen gern („sehr gern“ und „gern“) in Hannover. Gegenüber 2015 hat sich dieser Anteil zwar sehr leicht um 1 Prozentpunkt verringert, ist aber zugleich der zweithöchste Zufriedenheitswert seit 1999. Allerdings hat sich von 2015 bis 2019 der Anteil von denjenigen, die „sehr gern“ in Hannover leben, um 8 Prozentpunkte auf diejenigen verschoben, die „gern“ in Hannover leben.
- ▶ 70 Prozent aller Befragten bewerten ihre persönliche wirtschaftliche Lage als gut („sehr gut“ und „gut“), davon 14 Prozent als „sehr gut“ und 56 Prozent als „gut“. Damit liegt Hannover im Trend: Bundesweit schätzten im Jahr 2018 71 Prozent der Bevölkerung ihre persönliche wirtschaftliche Lage als „sehr gut“ oder „gut“ ein. Der Anteil derjenigen, die ihre wirtschaftliche Lage als „sehr gut“ einschätzen, liegt in Hannover mit einem Anteil von 14 Prozent sogar über dem bundesweiten Durchschnitt (11 Prozent).

### Größte Probleme der Stadt: „Baustellen, Verkehr, Staus“ und „zu hohe Mieten“ (ab S. 23)

- ▶ Entfielen 2015 bei der Frage nach dem größten Problem Hannovers (ohne Antwortvorgaben) die meisten Nennungen (20 Prozent aller Antworten) auf den Punkt „Flüchtlinge/Ausländer“, wird 2019 am häufigsten der Aspekt „Baustellen, Verkehr, Staus“ als größtes Problem der Stadt (20 Prozent aller Antworten) angesprochen.
- ▶ Auch weitere Nennungen zum größten Problem Hannovers lassen sich dem Themenbereich Mobilität zuordnen: „schlechte Bedingungen für Radfahrer“ (5 Prozent), „Parkplätze/Parkmöglichkeiten“ (4 Prozent), „Ampelschaltungen“ (2 Prozent) sowie „Zustand der Straßen“ (2 Prozent).

- ▶ Als zweitgrößtes Problem der Stadt sprechen 14 Prozent der Befragten das Thema „zu hohe Mieten“ (u.a. „steigende Mieten“, „teure Wohnungen“, „zu wenig günstige Wohnungen“) an.
- ▶ Mit Abstand folgen danach auf den Plätzen 3 bis 5 die Aspekte „Kriminalität/fehlende Sicherheit“ (7 Prozent), „Schmutz/fehlende Sauberkeit“ (6 Prozent) sowie „Nennung einzelner Personengruppen“ (6 Prozent, u.a.: Bettler, Punks, Asylbewerber, Obdachlose).
- ▶ Gegenüber 2015 wurden „Baustellen, Verkehr, Staus“ (+7 Prozentpunkte) sowie „schlechte Bedingungen für Radfahrer“ (+5 Prozentpunkte) deutlich häufiger als größte Probleme der Stadt angesprochen, der Aspekt „Flüchtlinge/Ausländer“ dagegen deutlich seltener (-15 Prozentpunkte).

**Am zufriedensten sind die Einwohner\*innen mit „öffentlichen Verkehrsmitteln“ und der „medizinischen Versorgung“, am unzufriedensten sind sie mit dem „Wohnungsangebot“** (ab S. 27)

- ▶ Bei der Abfrage der Zufriedenheit mit 26 vorgegebenen Aspekten werden die Aspekte „öffentliche Verkehrsmittel“ und „medizinische Versorgung“ jeweils mit einem Anteil von 83 Prozent („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) am besten bewertet.
- ▶ Auch das „Angebot und die Qualität der Parks und Grünflächen“ (79 Prozent), die „Öffentliche Sicherheit am Tage“ (78 Prozent), die „Abfallbeseitigung/Müllabfuhr“ (77 Prozent), „Freizeit- und Unterhaltungsangebote“ (76 Prozent) sowie „kulturelle Einrichtungen/Veranstaltungen“ (76 Prozent) werden sehr positiv eingeschätzt.
- ▶ Am unzufriedensten sind die befragten Einwohner\*innen mit dem „Wohnungsangebot“ in der Landeshauptstadt, nur 17 Prozent aller Befragten sind zufrieden („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) mit diesem Aspekt.
- ▶ Gegenüber 2015 verschlechterte sich vor allem die Zufriedenheit mit den „Alten- und Pflegeheimen“ sowie mit den „Schulen“ (jeweils -20 Prozentpunkte).

**Die Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil liegt auf einem hohen Zufriedenheitsniveau** (ab S. 31)

- ▶ So beurteilen 83 Prozent der Einwohner\*innen die Wohn- und Lebensbedingungen in ihrem Stadtteil als „sehr gut“ oder „gut“, davon liegt der Anteil „sehr guter“ Bewertungen wie 2015 bei 27 Prozent. Mit „gut“ bewerten 56 Prozent der Befragten die Wohn- und Lebensbedingungen in ihrem Stadtteil (-1 Prozentpunkt gegenüber 2015).

**Als Vorteile des eigenen Stadtteils werden am häufigsten eine „gute Verkehrsanbindung des Stadtteils“ sowie die „Nähe von Grün- und Erholungsflächen“ angesprochen, als Nachteile „Lärm, Verkehr, Baustellen“ sowie „wenig Parkplätze/Parkprobleme“** (ab S. 33)

- ▶ Bei der Frage nach den Vorteilen des Stadtteils (ohne Antwortvorgaben) entfallen die meisten Antworten (21 Prozent) auf die „gute Verkehrsanbindung des Stadtteils“, gegenüber 2015 erhöhte sich die Zufriedenheit mit diesem Aspekt um 3 Prozentpunkte. Am zweithäufigsten (20 Prozent aller Antworten) wird 2019 die „Nähe von Grün- und Erholungsflächen“ als Vorteil des Stadtteils genannt.

- ▶ Die 2019 am häufigsten angesprochenen Nachteile des eigenen Stadtteils sind „Lärm, Verkehr, Baustellen“ (17 Prozent aller Antworten) sowie „wenig Parkplätze/Parkprobleme“ (13 Prozent aller Antworten). Häufiger als 2015 werden die Aspekte „schlechte städtebauliche Qualität/schlechte Wohnqualität“ sowie „Unsicherheit/Kriminalität“ (jeweils +3 Prozentpunkte) als Nachteil des Stadtteils genannt.

**Sowohl tagsüber als auch am Abend fühlen sich die Einwohner\*innen sicher in ihrer Wohngegend (ab S. 40)**

- ▶ 95 Prozent der Einwohner\*innen fühlen sich tagsüber in ihrer Wohngegend sicher, 74 Prozent am Abend. Gegenüber 2015 hat sich das subjektive Sicherheitsempfinden in der Wohngegend nicht verändert.

**84 Prozent der Einwohner\*innen sind zufrieden mit ihrer Wohnung, davon sind 40 Prozent sogar „sehr zufrieden“ (ab S. 43)**

- ▶ Gegenüber 2015 verringerte sich die Zufriedenheit mit der Wohnung leicht um 1 Prozentpunkt von 85 auf 84 Prozent.

**Etwa zwei Drittel aller Einwohner\*innen bewerten die Barrierefreiheit außerhalb ihrer Wohnung mit „sehr gut“ oder „gut“ (ab S. 45)**

- ▶ So sind 65 Prozent der Befragten zufrieden mit der „Barrierefreiheit im öffentlichen Raum“, 63 Prozent mit der „Barrierefreiheit in öffentlichen Gebäuden“ und 67 Prozent mit der „Barrierefreiheit in öffentlichen Verkehrsmitteln“.

**Die Zufriedenheit mit der Innenstadt liegt bei 54 Prozent, ein Drittel aller Befragten sieht sowohl Vor- als auch Nachteile (ab S. 47)**

- ▶ 7 Prozent aller Einwohner\*innen bewerten die Innenstadt mit „sehr gut“, 47 Prozent mit „gut“ und 35 Prozent sehen sowohl positive als auch negative Aspekte („teils-teils“). Der Anteil negativer Bewertungen liegt bei 11 Prozent.
- ▶ Gegenüber 2015 verringerte sich die Zufriedenheit mit der Innenstadt um 15 Prozentpunkte von 69 auf 54 Prozent.

**Als Vorteil der Innenstadt werden am häufigsten die „guten Einkaufsmöglichkeiten“ genannt, als Nachteil am häufigsten „persönliche Belästigungen/Anbetteln“ (ab S. 49)**

- ▶ Bei den positiven Aspekten der Innenstadt (ohne Antwortvorgaben) werden von den befragten Einwohner\*innen mit Abstand am häufigsten die „guten Einkaufsmöglichkeiten“ (26 Prozent aller Antworten) angesprochen.
- ▶ Danach werden die „Überschaubarkeit“ (13 Prozent), die „gute Erreichbarkeit“ (10 Prozent) sowie die „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ (9 Prozent) am häufigsten als Vorteil wahrgenommen.



- ▶ Bei den Nachteilen der Innenstadt (ohne Antwortvorgaben) wird 2019 der Aspekt „persönliche Belästigungen/Anbetteln“ am häufigsten angesprochen (12 Prozent aller Antworten).
- ▶ Der am zweithäufigsten genannte negative Aspekt der Innenstadt ist aus der Sicht der Befragten die „Struktur des Einzelhandels“ (10 Prozent aller Antworten). Hier zeigt sich, dass die Angebotsstruktur in der Innenstadt sehr ambivalent wahrgenommen wird: So werden die „guten Einkaufsmöglichkeiten“ in der Innenstadt zugleich am häufigsten als positiver Aspekt der Innenstadt genannt. Am dritthäufigsten wird „Unsauberkeit“ mit einem Anteil von 9 Prozent (aller Antworten) als negativer Aspekt der Innenstadt angesprochen.
- ▶ 8 Prozent aller Nennungen zu den Nachteilen der Innenstadt beziehen sich auf die „architektonische und städtebauliche Gestaltung“. Auch dieser Aspekt wird ähnlich wie die Angebotsstruktur in der Innenstadt sehr ambivalent bewertet, auch er wird sowohl als Vor- als auch als Nachteil der Innenstadt genannt.
- ▶ Gegenüber 2015 hat vor allem der Aspekt „persönliche Belästigungen/Anbetteln“ (+9 Prozentpunkte) deutlich an Bedeutung hinzugewonnen.

**Bei der Bewertung von 22 vorgegebenen Einzelaspekten zur Innenstadt werden die Aspekte „Erreichbarkeit mit dem ÖPNV“, „Erreichbarkeit mit dem Fahrrad“ sowie „Auswahl des Warenangebotes“ am besten bewertet (ab S. 54)**

- ▶ 95 Prozent aller Befragten sind zufrieden mit der „Erreichbarkeit mit dem ÖPNV“ und 84 Prozent mit der „Erreichbarkeit mit dem Fahrrad“.
- ▶ Jeweils etwa drei Viertel aller Einwohner\*innen bewerten die „Auswahl des Warenangebotes“ (77 Prozent), die „kulturellen Angeboten“ (76 Prozent), die „Restaurants/Cafés“ (74 Prozent) sowie die „Sicherheit am Tage“ (74 Prozent) positiv.

**Die „Parkmöglichkeiten für PKW“ sowie die „Art des Publikums“ werden am schlechtesten benotet (ab S. 55)**

- ▶ Mit den „Parkmöglichkeiten für PKW“ sind nur 26 Prozent, mit der „Art des Publikums“ nur 24 Prozent aller befragten Einwohner\*innen Befragten zufrieden.

**Knapp die Hälfte (48 Prozent) aller Einwohner\*innen kommt mindestens einmal pro Woche in die Innenstadt, davon kommen 11 Prozent täglich bzw. fast täglich.**

**80 Prozent aller Einwohner\*innen kommen in die Innenstadt, um dort einzukaufen (ab S. 57)**

- ▶ Im Vergleich zum Jahr 2015 kommen die Befragten seltener in die Innenstadt: Der Anteil derjenigen, die mindestens einmal pro Woche die Innenstadt besuchen, verringerte sich um 6 Prozentpunkte von 54 auf 48 Prozent.
- ▶ Der wichtigste Anlass für den Besuch der Innenstadt ist der Einkauf: 80 Prozent aller Einwohner\*innen kommen in die Innenstadt, um dort etwas einzukaufen.

- ▶ In der Regel ist der Innenstadtbesuch aber mit mehreren Anlässen verbunden: So besucht jeweils etwa die Hälfte aller Besucher\*innen die Innenstadt auch, um dort etwas zu essen oder zu trinken (50 Prozent), sich mit Freund\*innen oder Bekannten zu treffen (46 Prozent) oder einen Stadtbummel zu unternehmen (45 Prozent). 34 Prozent der Innenstadtbesucher\*innen nutzen ein Kulturangebot.

#### **Das bevorzugte Verkehrsmittel zum Besuch der Innenstadt ist der ÖPNV (ab S. 62)**

- ▶ 55 Prozent aller Besucher\*innen benutzten bei ihrem letzten Innenstadtbesuch ein öffentliches Verkehrsmittel, 21 Prozent einen PKW und 17 Prozent ein Fahrrad. Sieben Prozent aller Einwohner\*innen kamen zu Fuß in die Innenstadt.
- ▶ Im Vergleich zum Jahr 2015 nutzten mehr Einwohner\*innen öffentliche Verkehrsmittel für den Innenstadtbesuch (+6 Prozentpunkte), während sich zugleich der Anteil der PKW-Nutzer\*innen um 2 Prozentpunkte und der Anteil der Fahrradfahrer\*innen um 4 Prozentpunkte verringerte. Möglicherweise gründet sich diese Veränderung aber auf unterschiedliche Befragungszeiten der Repräsentativerhebungen: Im Jahr 2015 erfolgte diese in den Monaten September bis Oktober, im Jahr 2019 in den Monaten Januar bis März.

#### **Die Innenstadt ist nach wie vor der wichtigste Einkaufsort für Artikel aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck, Sport/Hobby/Freizeit, Haushaltswaren/Deko sowie Multimedia/Elektronik/Foto (ab S. 66)**

- ▶ Obwohl der Online-Einkauf weiter an Bedeutung hinzugewonnen hat, werden Artikel der Warengruppen Bekleidung (83 Prozent), Schuhe/Lederwaren (76 Prozent), Uhren/Schmuck/Accessoires (76 Prozent), Sport/Hobby/Freizeit (72 Prozent), Haushaltswaren/Dekoartikel (52 Prozent) sowie Multimedia/Elektronik/Foto (51 Prozent) am häufigsten in der Innenstadt gekauft.
- ▶ Gegenüber 2015 verringerte sich der Anteil der in der City gekauften Artikel am deutlichsten bei Artikeln aus dem Bereich Multimedia/Elektronik/Foto (-5 Prozentpunkte), aber auch Artikel der Warengruppen Kosmetik/Drogerie/Gesundheit, Möbel/Einrichtung sowie Uhren/Schmuck/Accessoires wurden seltener in der Innenstadt gekauft (jeweils -4 Prozentpunkte).

#### **Der Anteil der Online-Einkäufe erhöhte sich gegenüber 2015 für fast alle Warengruppen (ab S. 67)**

- ▶ Artikel der Warengruppen Multimedia/Elektronik/Foto (43 Prozent), Sportartikel/Hobby/Freizeit (39 Prozent) sowie Bekleidung (38 Prozent) werden am häufigsten online gekauft. Gegenüber 2015 nahm beim Anteil der Online-Einkäufe innerhalb der jeweiligen Warengruppe am deutlichsten (+6 Prozentpunkte) die Warengruppe Uhren/Schmuck/Accessoires an Bedeutung hinzu.

#### **Lebensmittel/Getränke sowie Drogerieartikel werden überwiegend im eigenen Stadtteil gekauft (ab S. 65)**

- ▶ 91 Prozent aller Einwohner\*innen kaufen Lebensmittel und Getränke und 81 Prozent Artikel aus dem Bereich Kosmetik/Drogerie/Gesundheit im eigenen Stadtteil. Gegenüber 2015 haben sich die Anteile dieser überwiegend im Stadtteil gekauften Warengruppen um 4 bzw. um 3 Prozentpunkte erhöht.

### **Knapp ein Viertel aller Einwohner\*innen kauft mindestens einmal pro Woche online ein (ab S. 69)**

- ▶ 3 Prozent aller befragten Einwohner\*innen kaufen täglich, 23 Prozent mindestens einmal pro Woche online ein. Im Vergleich zu 2015 erhöhte sich der Anteil derjenigen, die mindestens einmal pro Woche online shoppen, um 3 Prozentpunkte von 20 auf 23 Prozent.
- ▶ Trotz der Möglichkeit, viele Artikel auch online einkaufen zu können, kommen 63 Prozent aller Befragten nach eigener Einschätzung genauso häufig wie früher zum Einkaufen in die Innenstadt. Davon geben 39 Prozent an, dass sich ihr Einkaufsverhalten überhaupt nicht verändert hat.

### **Die Herrenhäuser Gärten und das Maschseefest werden am häufigsten besucht (ab S. 73)**

- ▶ 65 Prozent aller Einwohner\*innen haben in den letzten 12 Monaten die Herrenhäuser Gärten besucht und 56 Prozent waren ein- oder mehrmals auf dem Maschseefest. Der 2019 am dritthäufigsten (46 Prozent) besuchte Veranstaltungsort ist der Zoo.
- ▶ Ein gutes Drittel aller Einwohner\*innen (35 Prozent) war zum Besuch des Schützen-, Frühlings- oder Oktoberfestes ein- oder mehrmals auf dem Schützenplatz und 30 Prozent waren in der HDI-Arena (Stadion), um dort ein Fußballspiel zu sehen oder ein Konzert zu besuchen.
- ▶ Häufiger als 2015 besuchten die Einwohner\*innen vor allem das Sprengel-Museum (+6 Prozentpunkte von 18 auf 24 Prozent), möglicherweise gründet sich diese Zunahme auf das Interesse am Erweiterungsbau des Museums, der im September 2015 fertiggestellt wurde. Auch das Schauspielhaus wurde häufiger als 2015 besucht (+4 Prozentpunkte von 15 auf 19 Prozent).

### **21 Prozent der Einwohner\*innen (im Alter von 18 Jahren und älter, ohne Migrationshintergrund) sind innerhalb der letzten 5 Jahre nach Hannover zugezogen (ab S. 77)**

- ▶ Davon kamen jeweils 37 Prozent aus Niedersachsen (außerhalb der Region Hannover) bzw. aus Deutschland (außerhalb von Niedersachsen). 23 Prozent der befragten Einwohner\*innen zogen aus dem Umland (Region Hannover ohne die Stadt Hannover) zu, 2 Prozent kamen aus dem Ausland.
- ▶ Wichtigster Grund für den Zuzug (43 Prozent aller Antworten) waren berufliche Gründe, die die befragte Person betrafen. Danach entfielen 30 Prozent aller Antworten auf den Beginn oder die Fortsetzung einer Ausbildung oder eines Studiums. Weitere 18 Prozent aller Antworten bezogen sich auf berufsbezogene Gründe der Partnerin/des Partners.
- ▶ Ein Fünftel aller Zuzüge gründete sich auf private Gründe und bei 10 Prozent aller Befragten hatte der Zuzug wohnungsbezogene Gründe.

### **Wichtigste Verkehrsmittel für den Weg zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte sind PKW und ÖPNV, für Einkäufe und Besorgungen wird am häufigsten der PKW genutzt. Bei Freizeitaktivitäten ist das Fahrrad das wichtigste Verkehrsmittel (ab S. 79)**

- ▶ Um zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte zu kommen, werden PKW/Motorrad (35 Prozent) und ÖPNV (32 Prozent) fast gleich häufig genutzt. Ein gutes Viertel (26 Prozent) aller Einwohner\*innen fährt mit dem Fahrrad zur Arbeit/Ausbildung.

- ▶ Bevorzugtes Verkehrsmittel für Einkäufe und Besorgungen ist mit einem Anteil von 40 Prozent der PKW. 28 Prozent aller Einwohner\*innen erledigen ihre Einkäufe zu Fuß und 24 Prozent mit dem Fahrrad.
- ▶ Bei Freizeitaktivitäten ist das Fahrrad (41 Prozent) das mit Abstand am häufigsten genutzte Verkehrsmittel. Jeweils knapp ein Viertel aller Befragten nutzt in der Freizeit den ÖPNV (24 Prozent) oder PKW/Motorrad (23 Prozent).

**87 Prozent aller Haushalte können über ein Fahrrad verfügen, 75 Prozent über einen PKW oder ein Motorrad (ab S. 82)**

- ▶ Zudem ist in fast jedem zweiten Haushalt (47 Prozent) eine Monatskarte (üstra-GVH-Mobilcard) vorhanden und 7 Prozent aller Haushalte können über ein E-Bike/Pedelec verfügen.
- ▶ Gegenüber 2015 erhöhte sich vor allem der Anteil der Haushalte, denen eine Monatskarte zur Verfügung steht (+ 4 Prozentpunkte von 43 auf 47 Prozent). Auch der Anteil der Haushalte mit einem E-Bike/Pedelec wuchs von 2015 bis 2019 um 3 Prozentpunkte von 4 auf 7 Prozent.
- ▶ 6 Prozent aller Haushalte nutzen Carsharing.

**47 Prozent der Einwohner\*innen ist bekannt, dass sich Hannover um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ bewirbt (ab S. 87)**

- ▶ 71 Prozent aller Einwohner\*innen bewertet die Bewerbung Hannovers um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ positiv, 18 Prozent der Befragten sehen sowohl Vor- als auch Nachteile und 11 Prozent aller Einwohner\*innen beurteilt die Bewerbung negativ.
- ▶ Zwei Drittel der Befragten (66 Prozent) glauben, dass sich die Bewerbung Hannovers positiv auf die Entwicklung der Stadt auswirken wird, 19 Prozent stimmen dieser Aussage teilweise zu („teils/teils“). 5 Prozent aller Einwohner\*innen befürchten negative Auswirkungen. Weitere 11 Prozent aller Befragten meint, dass die Bewerbung überhaupt keine Auswirkungen auf die Entwicklung der Stadt haben wird.

**Mit dem Thema Digitalisierung verbinden die Befragten eher Sorgen als Hoffnungen (ab S. 91)**

- ▶ So liegt der Anteil derjenigen, die mit dem Thema Digitalisierung eher Sorgen verbinden, bei 58 Prozent, 18 Prozent der Einwohner\*innen verbindet mit dem Thema eher Hoffnungen. Weitere 16 Prozent der Befragten sehen sowohl positive als auch negative Auswirkungen und 8 Prozent der Einwohner\*innen geben an, dies nicht beurteilen zu können.
- ▶ 58 Prozent der Befragten meinen, dass die Digitalisierung ihr alltägliches Leben bisher stark verändert hat, während 37 Prozent die bisherigen Auswirkungen der Digitalisierung eher als gering einschätzen. 5 Prozent der Befragten können oder wollen dies nicht beurteilen.

**75 Prozent der Einwohner\*innen halten es für wichtig, dass Behörden und öffentliche Einrichtungen Dienstleistungen und Informationen über das Internet anbieten (ab S. 93)**

- ▶ 10 Prozent halten ein solches Angebot eher für weniger wichtig und 16 Prozent geben zu dieser Frage eine neutrale Bewertung ab („teils-teils“).

**91 Prozent der Befragten kennen die Online-Terminreservierung bei den Bürgerämtern, 90 Prozent die Informationssuche unter [www.hannover.de](http://www.hannover.de) (ab S. 94)**

- ▶ Auch die Online-Terminreservierung bei der Kfz-Zulassungsstelle (77 Prozent) und der Formularserver der Stadt Hannover (76 Prozent) sind vielen Einwohner\*innen bekannt. 58 Prozent aller Befragten kennen den Online-Ausleihservice der Stadtbibliothek/der Stadtteilbibliotheken.
- ▶ Maximal 30 Prozent aller Einwohner\*innen kennen die Online-Kinderbetreuungsbörse (30 Prozent), die Online-Beteiligungsmöglichkeiten zu öffentlichen Themen und Projekten (28 Prozent) sowie die Möglichkeit, Online-Stellungnahmen zu Bebauungsplanverfahren abzugeben (21 Prozent).

**Von den digitalen Angeboten der Stadt Hannover werden die Informationssuche unter [www.hannover.de](http://www.hannover.de) (77 Prozent) sowie die Online-Terminvereinbarung bei Bürgerämtern (65 Prozent) mit Abstand am häufigsten genutzt (ab S. 95)**

- ▶ Die danach am häufigsten genutzten digitalen Angebote sind der Formularserver der Stadt Hannover (37 Prozent) sowie die Online-Terminreservierung der Kfz-Zulassungsstelle (28 Prozent). Bei allen weiteren Angeboten liegt die Nutzungsquote bei maximal 20 Prozent.

**Am zufriedensten sind die Nutzer\*innen mit dem Online-Ausleihservice der Stadtbibliothek/der Stadtteilbibliotheken (78 Prozent), der Online-Termin-Vereinbarung bei den Bürgerämtern (73 Prozent) sowie dem Online-Terminreservierungs-Service der Kfz-Zulassungsstelle (71 Prozent) (ab S. 96)**

- ▶ 66 Prozent der Nutzer\*innen sind zufrieden mit dem Formularserver der Stadt Hannover und 62 Prozent mit der Informationssuche unter [www.hannover.de](http://www.hannover.de). Am unzufriedensten sind die Nutzer\*innen mit der Online- Kinderbetreuungsbörse (22 Prozent).

**Knapp zwei Drittel der Befragten sind zufrieden mit dem Mobilfunknetz und dem Internet-/ Breitbandzugang zu Hause, die geringste Zufriedenheit hinsichtlich der digitalen Infrastruktur findet sich bei öffentlichen WLAN-Zugängen und der Ausstattung der Schulen (ab S. 98)**

- ▶ 65 Prozent der Einwohner\*innen sind zufrieden mit dem Mobilfunknetz, 63 Prozent mit dem Internet-/ Breitbandzugang zu Hause. Die Zufriedenheit mit den mobilen Datennetzen (mobiles Internet) liegt bei 56 Prozent. Mit den öffentlichen Internetplätzen zum kostenlosen Surfen in der Stadtbibliothek bzw. in den Stadtteilbibliotheken sind 51 Prozent der Befragten zufrieden.
- ▶ Dagegen ist nur jeweils ca. ein Fünftel der Befragten zufrieden mit den WLAN-Zugängen im öffentlichen Raum (22 Prozent) und den WLAN-Zugängen in öffentlichen Gebäuden (20 Prozent). Die Zufriedenheit mit der Ausstattung der Schulen mit Internetzugängen, WLAN und Computern liegt bei 18 Prozent.

## 2. Hinweise zum Verfahren und zur Repräsentativität der Erhebung

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 2019 wird diese Reihe fortgeführt, die letzten Befragungen fanden in den Jahren 2008, 2011 und 2015 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.

Zum andern werden im Rahmen der Repräsentativerhebungen auch aktuelle Fragestellungen zu wichtigen Themen der Stadtpolitik aufgegriffen. Im Rahmen der Repräsentativerhebung 2019 sind dies u.a. die Themen „Bewerbung Hannovers zur Kulturhauptstadt Europas 2025“, „Digitalisierung“ sowie „Kenntnis und Nutzung digitaler Angebote der Stadt Hannover“.

Im Mittelpunkt dieses Berichtes steht die Grundausswertung aller in der Repräsentativerhebung 2019 angesprochenen Fragen im Vergleich - soweit vorhanden - mit den Ergebnissen aus den vorausgegangenen Befragungen. Eine ergänzende Auswertung der Ergebnisse nach soziodemografischen Merkmalen (u.a. Geschlecht, Altersgruppen, Haushaltstyp, Schulabschluss, Einkommen und Migrationshintergrund) sowie nach Stadtteilen wird im Anschluss an diese Grundausswertung erarbeitet.

### Untersuchungsdesign und Stichprobenausschöpfung

Wie in den Vorjahren wurde die Repräsentativerhebung 2019 als schriftliche postalische Befragung durchgeführt. Der Fragebogen enthielt insgesamt 52 Fragen, sowohl sog. „geschlossene Fragen“ (mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten) als auch sog. „offene Fragen“, bei denen die Befragten ihre Antworten frei formulieren konnten. Diese wurden im Rahmen der Auswertung inhaltlich zu Kategorien zusammengefasst.

Die Auswahl der zu befragenden Personen erfolgte wie bei den vorausgegangenen Repräsentativerhebungen durch eine Zufallsstichprobe aus dem Melderegister. Die Grundgesamtheit bestand dabei aus allen Einwohner\*innen im Alter von 18 Jahren und älter, die zum Ziehungszeitpunkt mit Hauptwohnsitz in der Stadt Hannover gemeldet waren.

Am 16. Januar 2019 wurden insgesamt 20.088 Fragebögen zusammen mit einem Anschreiben und einem Rückantwort-Umschlag per Infopost versandt. Die Angeschriebenen wurden zudem über die Freiwilligkeit der Teilnahme, die Rechtsgrundlagen der Befragung sowie die Anonymität bei der Datenauswertung informiert. Bis zum Ende der Durchführungsphase am 8. März 2019 erreichten insgesamt 6.628 auswertbare Fragebögen die Statistikstelle der Stadt Hannover.

Allen ausgewählten Einwohner\*innen stand während des Erhebungszeitraumes eine Telefon-Hotline in der Statistikstelle der Stadt Hannover zur Verfügung, an die sie sich bei Fragen und Problemen wenden konnten. Einwohner\*innen mit Sprachproblemen wurde auf deren Wunsch ein Kontakt zu Mitarbeiter\*innen der Stadtverwaltung mit mutter- oder fremdsprachlichen Kenntnissen vermittelt, die ihnen eine Hilfestellung beim Ausfüllen des Fragebogens geben konnten.

Seit 1999 werden Einwohner\*innen mit Migrationshintergrund im Rahmen einer eigenen Stichprobe befragt. Da die Ergebnisse dieser Gruppe seit 1999 fast durchgängig (Ausnahme: 2011) nicht repräsentativ ausfielen, liegen für diese Gruppe keine validen Zeitreihen vor. Im Rahmen der Stichprobe von Einwohner\*innen mit Migrationshintergrund wurden 2019 insgesamt 4.365 Einwohner\*innen angeschrieben, von denen 657 bzw. 16,0 Prozent den Fragebogen ausgefüllt zurücksendeten. Auch 2019 fiel das Ergebnis der Stichprobe der Einwohner\*innen mit Migrationshintergrund nicht repräsentativ aus. Aus diesem Grunde bleiben diese Ergebnisse bei der Grundausswertung unberücksichtigt und werden erst bei den weiteren vertiefenden Auswertungen, die im Anschluss erarbeitet werden, nachrichtlich dargestellt.

Um die Ergebnisse der Befragung auch auf Stadtteilebene differenzieren zu können, ist eine Mindestzahl ausgefüllter Fragebögen (N=50) für jeden Stadtteil erforderlich. Da die Stadtteile Hannovers nach der Zahl ihrer Einwohner\*innen unterschiedlich groß sind und die erforderliche Mindestzahl in kleineren Stadtteilen durch die Grundstichprobe nicht erreicht werden kann, wurde für die nach Bevölkerungszahl kleineren Stadtteile eine Ergänzungs-Stichprobe gezogen, um die absolute Fallzahl für diese Stadtteile zu erhöhen. Im Rahmen dieser Stichprobe wurden weitere 6.314 Einwohner\*innen per Zufallsverfahren aus dem Melderegister ausgewählt, von denen 2.253 den Fragebogen beantworteten. Auch die Ergebnisse der Ergänzungs-Stichprobe für die Stadtteile werden im Rahmen der Grundausswertung nicht berücksichtigt und erst im Rahmen der weiteren differenzierenden Auswertungen analysiert.

**Tabelle 1: Ausschöpfungsquoten der Repräsentativerhebung 2019**

	Anzahl Fragebögen/Quote		
	Grund-Stichprobe	Ergänzungs-Stichprobe Stadtteile	Migrant*innen-Stichprobe
Ausgangsstichprobe	9.409	6.314	4.365
stichprobenneutrale Ausfälle*	49	122	269
bereinigte Bruttostichprobe	9.360	6.192	4.096
<b>auswertbare Fragebögen</b>	<b>3.718</b>	<b>2.253</b>	<b>657</b>
<b>Ausschöpfungsquote in %</b>	<b>39,7</b>	<b>36,4</b>	<b>16,0</b>

\* verstorben, verzogen, nicht befragungsfähig u. a.

Quelle: Landeshauptstadt Hannover, Repräsentativerhebung 2019

Da die Ergebnisse der Migrant\*innen-Stichprobe nicht repräsentativ ausgefallen sind (vgl. Seite 14), beziehen sich die mit diesem Bericht vorgelegten Ergebnisse der Grundstichprobe lediglich auf deutsche Einwohner\*innen. Im Rahmen der Grundstichprobe wurden insgesamt 9.409 Fragebögen verschickt, von denen 3.718 ausgefüllt an die Stadt zurückgesendet wurden. Die Rücklaufquote von 39,7 Prozent liegt deutlich über den anerkannten Richtwerten für schriftliche Befragungen auf postalischem Weg und ist als sehr gut einzustufen.

### Repräsentativität der Befragungsergebnisse

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

**Tabelle 2: Alter und Geschlecht der Einwohner\*innen ab 18 Jahren ohne Migrationshintergrund nach Melderegister sowie nach Repräsentativerhebung 2019**  
(Angaben in Prozent)

	Melderegister*	Repräsentativerhebung 2019
18 bis 29 Jahre	18,5	18,4
30 bis 44 Jahre	22,7	21,9
45 bis 64 Jahre	32,8	34,0
65 bis 74 Jahre	11,1	11,5
75 Jahre und älter	14,8	14,2
Insgesamt	100,0	100,0
männlich	47,7	46,3
weiblich	52,3	53,7
Insgesamt	100,0	100,0

\* Bevölkerung am Ort der Hauptwohnung im Alter von 18 Jahren und älter ohne Migrationshintergrund am 30.06.2018  
Quelle: Bereich Wahlen und Statistik der Landeshauptstadt Hannover sowie Repräsentativerhebung 2019

Ein Vergleich der Altersverteilung der Befragten, die an der Repräsentativerhebung 2019 teilgenommen haben, mit der tatsächlichen Altersstruktur der Bevölkerung ab 18 Jahren zeigt, dass die Gruppe der 45- bis 64-Jährigen unter den Befragten leicht überrepräsentiert ist. Gleiches gilt für die Gruppe der weiblichen Befragten. Diese Abweichungen liegen aber im Bereich zufälliger Abweichungen und wirken sich nicht auf die Gesamtergebnisse aus.

Auch die räumliche Verteilung der Befragten über das Stadtgebiet entspricht mit geringen Abweichungen (die Stadtteile List, Vahrenwald sowie Linden-Nord sind in der Stichprobe leicht unterrepräsentiert) der tatsächlichen Bevölkerungsverteilung innerhalb der Stadtteile.



**Tabelle 3: Anteil der Einwohner\*innen ab 18 Jahren ohne Migrationshintergrund auf Stadteilebene nach Melderegister sowie nach Repräsentativerhebung 2019 (Angaben in Prozent)**

Stadtteil	Melderegister*	Repräsentativ- erhebung 2019
01 Mitte	1,9	2,0
02 Calenberger Neustadt	1,4	1,5
03 Nordstadt	3,2	3,1
04 Südstadt	9,1	9,3
05 Waldhausen	0,5	0,8
06 Waldheim	0,4	0,6
07 Bult	0,6	0,6
08 Zoo	1,1	0,8
09 Oststadt	2,9	3,1
10 List	9,4	8,7
11 Vahrenwald	4,4	3,2
12 Vahrenheide	1,1	1,2
13 Hainholz	0,9	1,2
14 Herrenhausen	1,4	1,4
15 Burg	0,8	1,0
16 Leinhausen	0,5	0,7
17 Ledeburg / 20 Nordhafen	1,1	1,1
18 Stöcken	1,9	1,8
19 Marienwerder	0,4	0,5
21 Sahlkamp	2,1	1,9
22 Bothfeld	4,2	4,1
24 Lahe	0,3	0,4
25 Groß-Buchholz	4,7	4,7
26 Kleefeld	2,4	2,7
27 Heideviertel	1,1	1,1
28 Kirchrode	2,6	2,8
29 Döhren	2,9	3,2
30 Seelhorst	0,7	0,7
31 Wülfel	0,8	0,9
32 Mittelfeld	1,3	1,3
33 Linden-Nord	3,2	2,7
34 Linden-Mitte	2,4	2,3
35 Linden-Süd	1,5	1,8
36 Limmer	1,2	1,2
37 Davenstedt	2,0	1,9
38 Badenstedt	2,2	2,1
39 Bornum	0,2	0,2
40 Ricklingen	2,4	2,3
41 Oberricklingen	2,0	1,8
42 Mühlenberg	0,7	0,7
43 Wettbergen	2,5	2,4
44 Ahlem	1,9	1,8
45 Vinnhorst / 49 Brink Hafen	1,2	1,3
47 Bemeroode	3,2	3,1
48 Isernhagen-Süd	0,6	1,0
50 Misburg-Nord	4,4	4,1
51 Misburg-Süd	0,5	0,7
52 Anderten	1,6	1,8
53 Wülferode	0,2	0,3
insgesamt	100,0	100,0

\* Einwohner\*innen am Ort der Hauptwohnung im Alter von 18 Jahren und älter ohne Migrationshintergrund am 30.06.2018  
Quelle: Bereich Wahlen und Statistik der Landeshauptstadt Hannover sowie Repräsentativerhebung 2019

### **Hinweise zum Lesen des Berichtes**

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

Für Fragen, bei denen Mehrfachnennungen möglich waren, ergibt die Addition der Einzelwerte in Tabellenzeilen oder -spalten in der Regel Anteile von über 100 Prozent. 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 2019 und die vergleichbaren Ergebnisse aus den vorausgegangenen Repräsentativerhebungen der Stadt Hannover.

Da nicht alle im Rahmen der Repräsentativerhebung 2019 gestellten Fragen in jeder der vorausgegangenen Erhebungen gestellt wurden, ergeben sich in den Tabellen und Grafiken mit den Vergleichsdaten z. T. unterschiedliche Jahresbezüge.

Eine weitergehende Auswertung nach soziodemografischen Merkmalen (Geschlecht, Altersgruppen, Haushaltstyp, Schulabschluss, berufliche Stellung, Wohnstatus, Einkommen, Migrationshintergrund) sowie nach Stadtteilen wird im Anschluss an diese Grundauswertung erarbeitet.



### 3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover

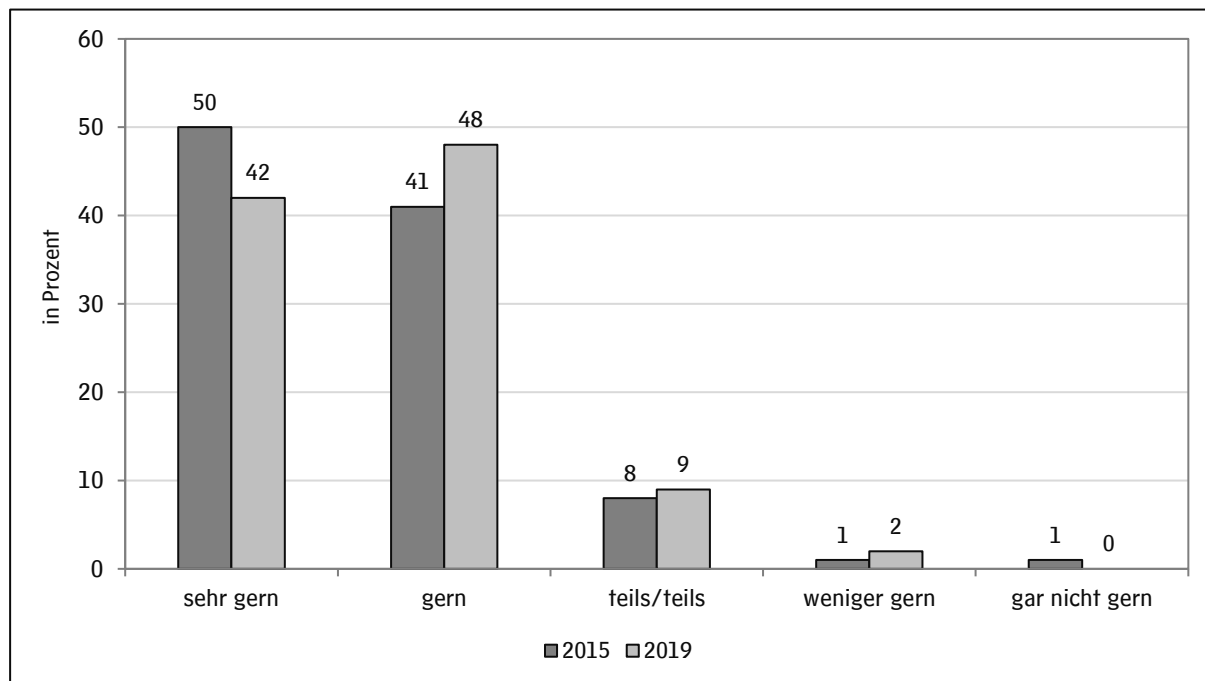
Eine Stadt, die attraktiv für ihre Einwohner\*innen sein will, die den demografischen Wandel aktiv gestalten und die Lebensqualität der Menschen sichern und verbessern will, braucht Informationen darüber, wie ihre Einwohner\*innen die aktuellen Lebensbedingungen einschätzen. Der Grad der Zufriedenheit mit wichtigen Lebensbereichen (wie dem Wohnungsmarkt, dem Arbeitsmarkt oder der öffentlichen Sicherheit) und der vorhandenen Infrastruktur (wie den Einkaufsmöglichkeiten, den Naherholungsmöglichkeiten, den kulturellen Angeboten) ist dabei von besonderer Bedeutung, um mittels der Ergebnisse überprüfen zu können, ob und gegebenenfalls in welchen Bereichen die Einwohner\*innen Verbesserungsbedarf sehen.

Vor diesem Hintergrund stehen die Aspekte „Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover“, „Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage“, „größte Probleme Hannovers“ sowie „Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen/Angeboten“ im Mittelpunkt dieses Kapitels.

#### 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 2015 und 2019**  
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

- ▶ Gegenüber 2015 hat sich die Zufriedenheit der Einwohner\*innen mit den Lebensbedingungen in der Stadt Hannover („sehr gern“ und „gern“) leicht um 1 Prozentpunkt verringert: Gaben 2015 noch 91 Prozent an, „sehr gern“ oder „gern“ in Hannover zu leben, sind es 2019 90 Prozent.
- ▶ Die Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover liegt 2019 zwar leicht unter dem Vergleichswert des Jahres 2015, stellt zugleich aber den zweithöchsten Zufriedenheitswert seit 1999 dar.
- ▶ „Weniger gern“ oder „gar nicht gern“ leben 2019 nur 2 Prozent aller Befragten in Hannover, 9 Prozent äußern sich unentschlossen („teils-teils“).
- ▶ Allerdings hat sich von 2015 bis 2019 der Anteil von denjenigen, die „sehr gern“ in Hannover leben, um 8 Prozentpunkte auf diejenigen verschoben, die „gern“ in Hannover leben.

**Tabelle 4: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 1999 bis 2019**  
(Angaben in Prozent)

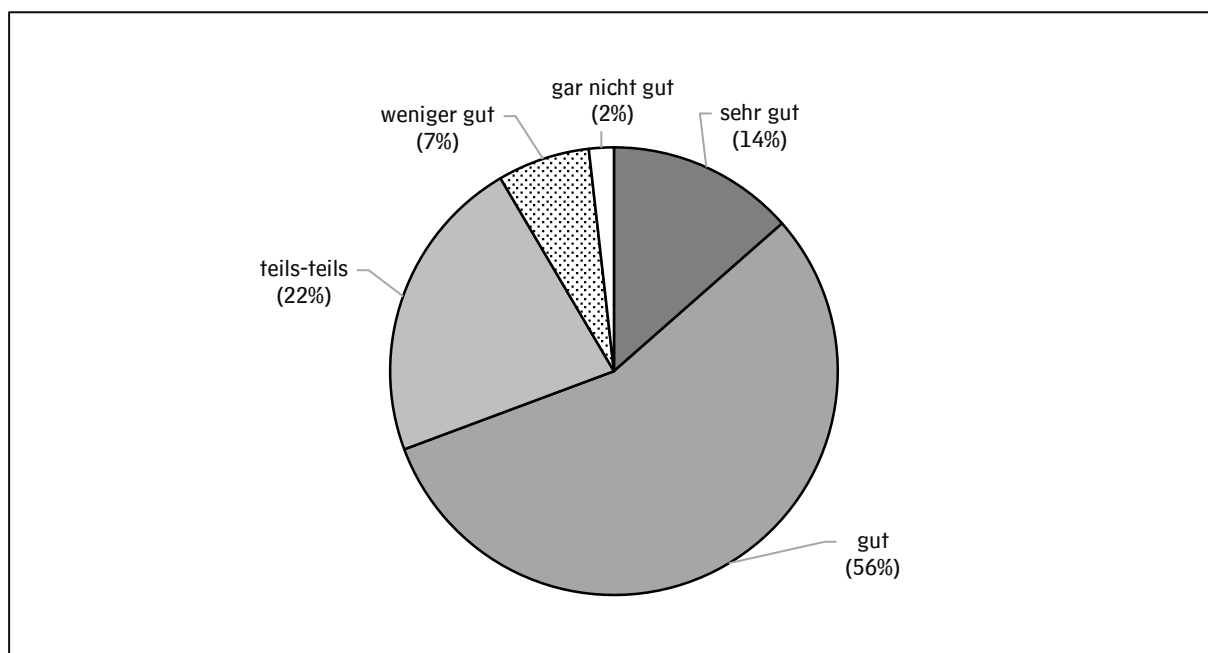
	1999	2002	2005	2008	2011	2015	<b>2019</b>
	in %						
sehr gern	30	33	38	39	44	50	<b>42</b>
gern	48	50	50	50	45	41	<b>48</b>
teils-teils	19	14	11	9	9	8	<b>9</b>
weniger gern	3	2	1	2	2	1	<b>2</b>
gar nicht gern	1	1	0	1	1	1	<b>0</b>
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	<b>100</b>

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999 bis 2019

## 3.2 Beurteilung der persönlichen wirtschaftlichen Lage

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

Abbildung 2: Zufriedenheit mit der persönlichen wirtschaftlichen Lage 2019



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

Die Frage nach der subjektiven Einschätzung der persönlichen wirtschaftlichen Lage wurde 2019 im Rahmen der Repräsentativerhebungen der Stadt Hannover erstmals seit 2005 wieder gestellt.

- ▶ Das Ergebnis zeigt, dass 70 Prozent der Befragten ihre persönliche wirtschaftliche Lage positiv bewerten („sehr gut“ und „gut“), davon 14 Prozent als „sehr gut“. 22 Prozent aller Einwohner\*innen sahen sowohl positive als auch negative Aspekte („teils-teils“), 9 Prozent schätzen ihre wirtschaftliche Lage als „weniger gut“ oder „gar nicht gut“ ein.
- ▶ Das Ergebnis für Hannover entspricht damit in etwa dem Ergebnis im Bundesdurchschnitt (Quelle: Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS), deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren). Bundesweit bewerten im Jahr 2018 71 Prozent ihre persönliche wirtschaftliche Lage als „sehr gut“ oder „gut“. Der Anteil derjenigen, die eine „sehr gute“ Note vergeben, liegt in Hannover (14 Prozent) sogar über dem bundesweiten Durchschnitt (11 Prozent).
- ▶ Gegenüber 2005 haben sich die Einschätzungen deutlich verbessert: So waren es 2005 nur 48 Prozent der Einwohner\*innen, die ihre wirtschaftliche Situation als positiv („sehr gut“ und „gut“) einschätzten. Der Anteil negativer Bewertungen sank gegenüber 2005 um 6 Prozentpunkte von 15 auf 9 Prozent.

**Tabelle 5: Zufriedenheit mit der persönlichen wirtschaftlichen Lage 2005, 2018, 2019**  
(Angaben in Prozent)

	2005	Allbus 2018*	2019
	in %		
sehr gut	5	11	14
gut	43	60	56
teils-teils	37	21	22
weniger gut	12	6	7
gar nicht gut	3	1	2
Insgesamt	100	100	100

Quelle: Repräsentativerhebungen 2005 und 2019, ALLBUS 2018 (GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften)

### 3.3 Größte Probleme Hannovers

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

Die Frage nach den größten Problemen der Stadt zielt darauf ab, die aus der subjektiven Sicht der Einwohner\*innen besonders relevanten Handlungsfelder der Stadtpolitik zu identifizieren.

Bei dieser Frage waren keine Antwortvorgaben vorgegeben, alle Teilnehmer\*innen wurden gebeten, maximal zwei für sie problematische Aspekte in eigenen Worten zu formulieren. Im Rahmen der Auswertung wurden diese Einzelnennungen zu Themenbereichen gebündelt.

Bei der Interpretation der Ergebnisse zu dieser Frage muss berücksichtigt werden, dass hierbei subjektive Meinungen und individuelle Zufriedenheiten der Einwohner\*innen abgefragt werden, diese müssen nicht immer objektive Gegebenheiten widerspiegeln. Auch Unterschiede bei den Bewertungen im Zeitverlauf müssen nicht zwangsläufig auf Veränderungen der realen Verhältnisse gründen, vielmehr können sich im Zeitverlauf auch die Wertmaßstäbe und Bedürfnisse der befragten Einwohner\*innen verändern.

2019 antworteten 85 Prozent aller Teilnehmer\*innen der Repräsentativerhebung auf diese Frage, dabei wurden im Durchschnitt 1,8 Aspekte angegeben. Da die Zahl der Antworten zu dieser Frage bei den vorausgegangenen Repräsentativerhebungen variierte (zwischen 1,5 und 1,7 Antworten je Teilnehmer\*in), wurden die Ergebnisse wie in den Vorjahren auf eine Basis von 100 Prozent umgerechnet, um eine Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen der Vorjahre herstellen zu können.

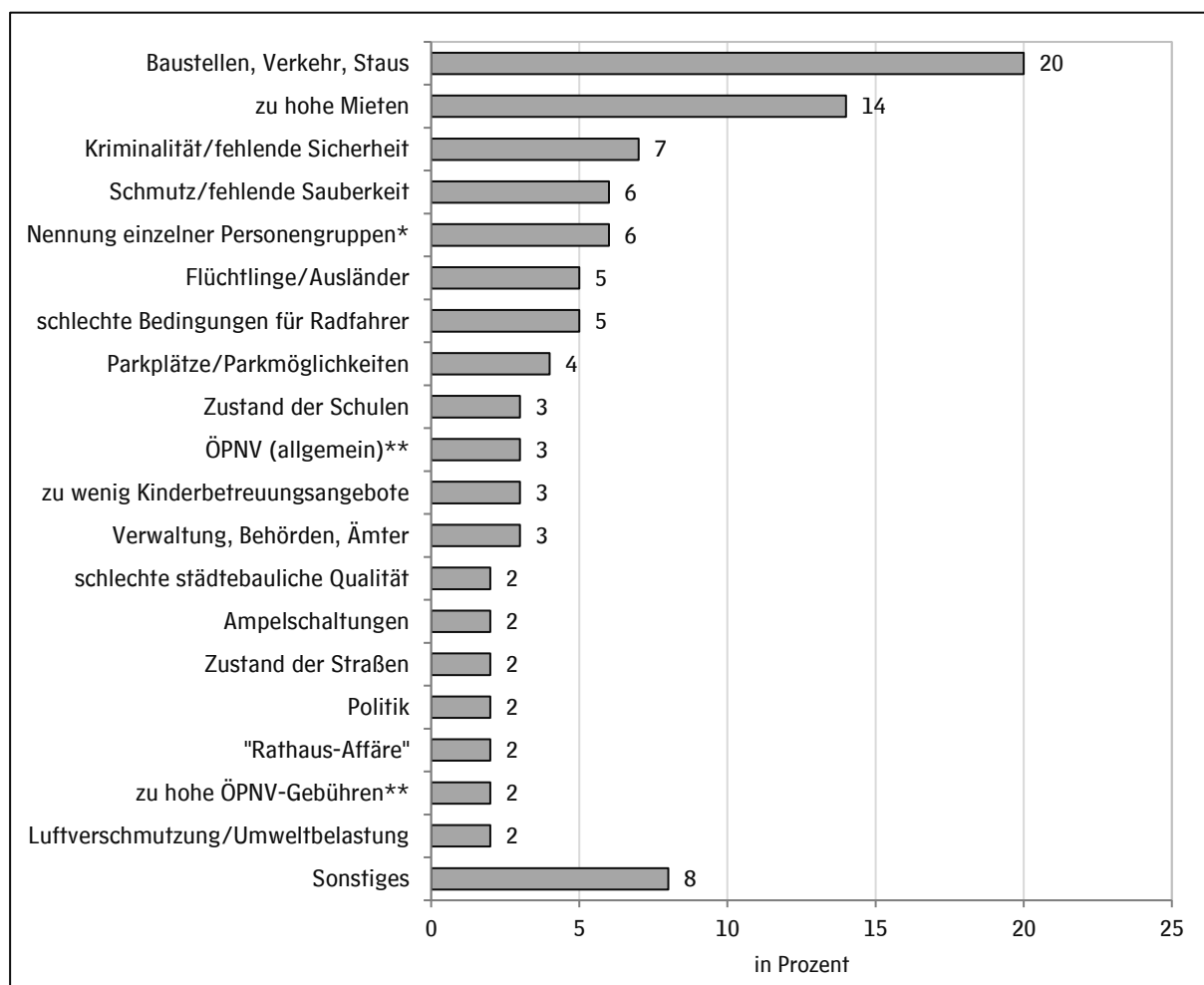
Im Rahmen der Auswertung werden nachfolgend nur Aspekte aufgeführt, auf die 2 Prozent oder mehr aller Antworten entfielen, geringere Anteile wurden der Kategorie „Sonstiges“ zugeschlagen.

- ▶ Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Repräsentativerhebung 2019, dass sich die Einschätzungen der Einwohner\*innen hinsichtlich der Frage nach den größten Problemen der Stadt gegenüber 2015 deutlich verändert haben. Dies gilt vor allem für den Aspekt „Flüchtlinge/Ausländer“, auf den 2015 noch die meisten Antworten entfielen, der sich 2019 aber nur noch auf dem 6. Platz findet und dessen Anteil an allen Antworten sich um 15 Prozentpunkte reduzierte.
- ▶ Zudem wurden einige Problembereiche, auf die in den Vorjahren noch höhere Anteile entfielen, 2019 nur noch sehr selten (weniger als ein Prozent aller Antworten) als Problem angesprochen, sodass ihre Anteile diesmal der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet wurden: u.a. „fehlende Mittel für soziale Zwecke“ (2015: 5 Prozent), „finanzielle Situation der Stadt“ (2015: 2 Prozent), sowie „Arbeitslosigkeit“ (2015: 2 Prozent).
- ▶ Dagegen gewann vor allem das Thema „Baustellen, Verkehr, Staus“, das 2019 am häufigsten von allen Aspekten angesprochen wurde, gegenüber 2015 (Platz 2) prozentual deutlich an Bedeutung hinzu (+7 Prozentpunkte).



- ▶ Andere Problembereiche werden 2019 erstmalig angesprochen oder ihr Anteil lag 2015 noch unter einem Prozent aller Antworten: „schlechte Bedingungen für Radfahrer“ (5 Prozent, u.a. „zu langsamer Ausbau der Infrastruktur für Radfahrer“, „schlechte Fahrradwege“), „ÖPNV“ (3 Prozent, u.a. „schlechte Fahr-/Taktzeiten“, „nicht behindertengerecht“, „schlechte Anbindung an die Innenstadt“), „zu wenig Kinderbetreuungsangebote“ (3 Prozent), „schlechte städtebauliche Qualität“ (2 Prozent, u.a. „zu viel Bebauung“, „Vernichtung freier Flächen“, „unschöne Straßen und Plätze“), „Ampelschaltungen“ (2 Prozent) sowie "Rathaus-Affäre" (2 Prozent).

**Abbildung 3: Größte Probleme Hannovers 2019**  
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent der Antworten/Basis: 100 Prozent)



\* außer Flüchtlinge/Ausländer, u. a.: Bettler, Punks, Asylbewerber, Obdachlose

\*\* Stadtbahn, Bus, S-Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Die aus der Sicht der Einwohner\*innen derzeit größten Probleme der Stadt Hannover lassen sich dem Themenbereich Mobilität zuordnen. Dies gilt vor allem für den am häufigsten von allen Aspekten genannten Einzelaspekt „Baustellen, Verkehr, Staus“ (20 Prozent aller Antworten, u.a. „Verkehrsdichte“, „Verkehrsüberlastung“, „zu viele Autos“, „zu viele Staus“).
- ▶ Daneben findet sich ein Bezug zum Thema Mobilität aber auch bei weiteren Einzelaspekten. So werden in 5 Prozent aller Antworten „schlechte Bedingungen für Radfahrer“ thematisiert, 4 Prozent aller Antworten haben das Thema „Parkplätze/Parkmöglichkeiten (u.a. zu wenig Parkplätze“) zum Inhalt und jeweils 2 Prozent aller Antworten entfallen auf die Themen „Ampelschaltungen“ (u.a. „Ampelschaltungen auf Hauptstraßen“, „keine grüne Welle“) sowie „Zustand der Straßen“.
- ▶ Auch der „ÖPNV“ (3 Prozent aller Antworten) sowie „zu hohe ÖPNV-Gebühren“ (2 Prozent aller Antworten) werden in diesem Zusammenhang als Problembereiche genannt.
- ▶ Mit einem Anteil von 14 Prozent ist 2019 das Thema „zu hohe Mieten“ (u.a. „steigende Mieten“, „teure Wohnungen“, „zu wenig günstige Wohnungen“) aus Sicht der befragten Einwohner\*innen das zweitgrößte Problem der Stadt.
- ▶ Danach folgt mit Abstand der Aspekt „Kriminalität/fehlende Sicherheit“ (7 Prozent, u.a. „viele Diebstähle/Einbrüche“, „zu wenig Polizeipräsenz“, „Angst, auf die Straße zu gehen“). Auf die Aspekte „Schmutz/fehlende Sauberkeit“ (u.a. „Müll/Unrat“, „Hundekot“, „Graffiti“, „Verschmutzung der Grünanlagen“) sowie „Nennung einzelner Personengruppen“ (u.a.: Bettler, Punks, Asylbewerber, Obdachlose) entfallen jeweils 6 Prozent.
- ▶ 5 Prozent aller Antworten beziehen sich 2019 auf das Thema „Flüchtlinge/Ausländer“, 2015 waren dies noch 20 Prozent.
- ▶ Jeweils 3 Prozent aller Antworten entfallen 2019 auf die Themenfelder „Zustand der Schulen“ (u.a. „sanierungsbedürftig“, „marode Schulgebäude“) „zu wenig Kinderbetreuungsangebote“ (u.a. „zu wenig Krippen-/Kita-/Hortplätze“) sowie „Verwaltung/Behörden/Ämter“ (u.a. „bürgerfeindlich“, „mangelnde Beweglichkeit der Stadtverwaltung“).
- ▶ Häufiger als 2015 wurden 2019 die Themen „Baustellen, Verkehr, Staus“ (+ 7 Prozentpunkte) sowie „schlechte Bedingungen für Radfahrer“ (+ 5 Prozentpunkte) genannt. Auch die Aspekte „ÖPNV“ sowie „zu wenig Kinderbetreuungsangebote“ (jeweils + 3 Prozentpunkte) wurden 2019 häufiger als bei der vorausgegangenen Repräsentativerhebung 2015 bzw. erstmals angesprochen.
- ▶ Neben der gesunkenen Bedeutung des Aspektes „Flüchtlinge/Ausländer“ (-15 Prozentpunkte) wurde auch der Aspekt „Zustand der Straßen“ seltener als 2015 genannt (-4 Prozentpunkte).

**Tabelle 6: Größte Probleme Hannovers 2008 bis 2019**  
 (Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2008	2011	2015	2019	2008	2011	2015	2019
	in % der Antworten/Nennungen				in % der Befragten/Fälle			
Baustellen, Verkehr, Staus	13	16	13	<b>20</b>	20	27	22	<b>36</b>
zu hohe Mieten	1	2	13	<b>14</b>	2	3	21	<b>26</b>
Kriminalität/fehlende Sicherheit	9	7	5	<b>7</b>	13	12	8	<b>12</b>
Schmutz/fehlende Sauberkeit	7	7	5	<b>6</b>	10	11	8	<b>11</b>
Nennung einzelner Personengruppen*	12	13	5	<b>6</b>	18	21	8	<b>10</b>
Flüchtlinge/Ausländer	-	-	20	<b>5</b>	-	-	32	<b>9</b>
schlechte Bedingungen für Radfahrer	-	-	-	<b>5</b>	-	-	-	<b>8</b>
Parkplätze/Parkmöglichkeiten	4	3	3	<b>4</b>	6	5	5	<b>7</b>
Zustand der Schulen	5	3	3	<b>3</b>	8	5	5	<b>5</b>
ÖPNV (allgemein)**	-	-	-	<b>3</b>	-	-	-	<b>5</b>
zu wenig Kinderbetreuungsangebote	-	-	-	<b>3</b>	-	-	-	<b>5</b>
Verwaltung, Behörden, Ämter	1	4	1	<b>3</b>	1	7	1	<b>5</b>
schlechte städtebauliche Qualität	-	-	-	<b>2</b>	-	-	-	<b>5</b>
Ampelschaltungen	-	-	-	<b>2</b>	-	-	-	<b>4</b>
Zustand der Straßen	2	5	6	<b>2</b>	3	8	9	<b>4</b>
Politik	1	4	1	<b>2</b>	2	7	2	<b>4</b>
"Rathaus-Affäre"	-	-	-	<b>2</b>	-	-	-	<b>4</b>
zu hohe ÖPNV-Gebühren**	3	2	3	<b>2</b>	4	4	5	<b>3</b>
Luftverschmutzung/Umweltbelastung	2	0	1	<b>2</b>	3	1	2	<b>3</b>
Sonstiges	40	34	21	<b>8</b>	65	59	38	<b>16</b>
Insgesamt	100	100	100	100	155	170	166	182

\* außer Flüchtlinge/Ausländer, u. a.: Bettler, Punks, Asylbewerber, Obdachlose

\*\* Stadtbahn, Bus, S-Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 2008 bis 2019

### 3.4 Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen

Ergänzend zu den Fragen zur Gesamtzufriedenheit, zur Zufriedenheit mit der persönlichen wirtschaftlichen Lage sowie zu den größten Problemen 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. Im Rahmen der Auswertung dieser Frage wurden die Kategorien „sehr zufrieden“ und „zufrieden“ sowie „unzufrieden“ und „sehr unzufrieden“ zu jeweils einer Kategorie zusammengefasst.

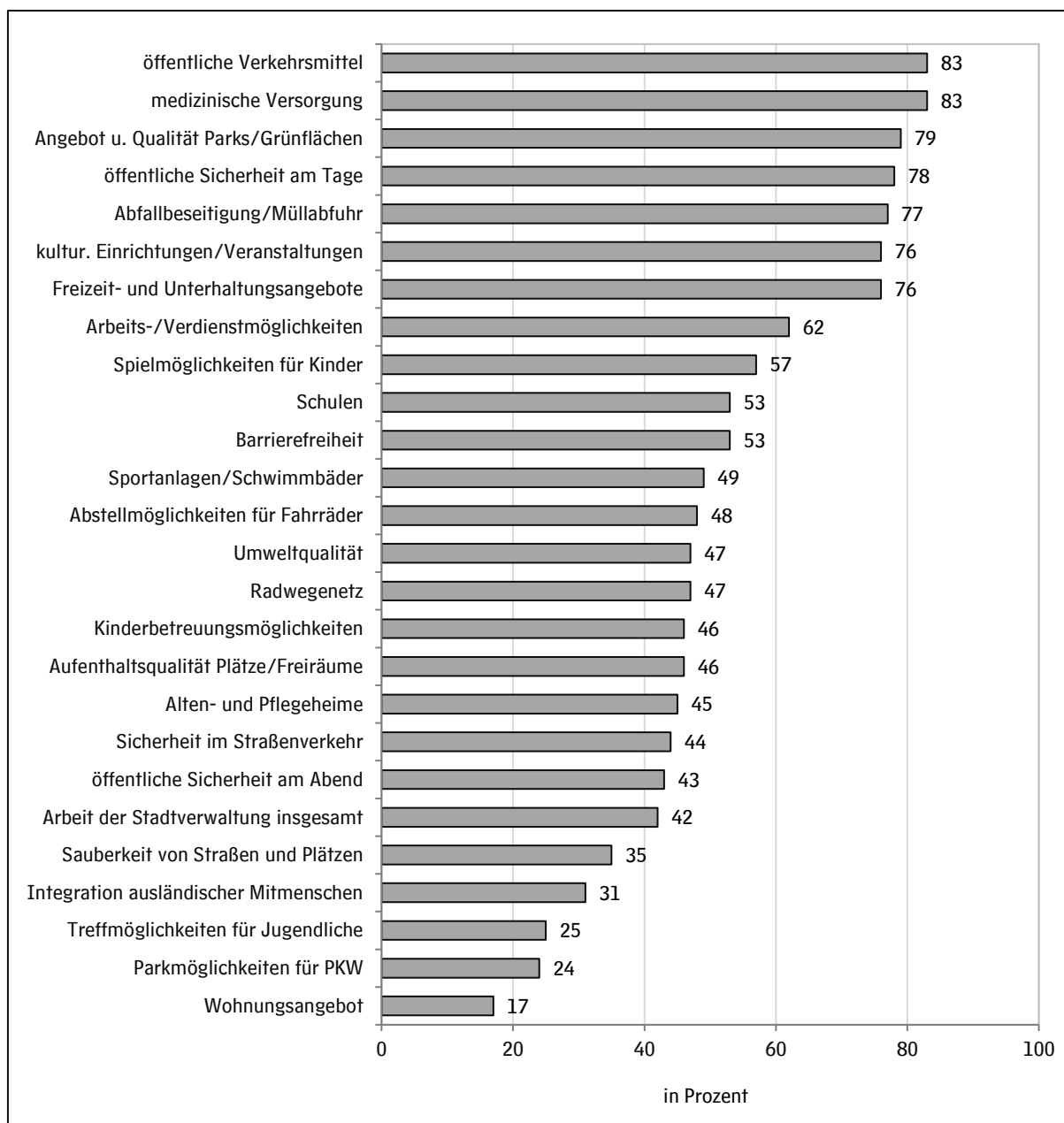
Da die Aspekte „Abstellmöglichkeiten für Fahrräder“ sowie „Barrierefreiheit“ 2019 neu aufgenommen wurden, liegen für diese Aspekte keine Vergleichswerte aus den Vorjahren vor.

Die Ergebnisse zu dieser Frage zeigen, dass sich gegenüber 2015 die Zufriedenheit mit (fast) allen abgefragten Lebensbereichen (Ausnahme: Abfallbeseitigung/Müllabfuhr) verringert hat. Wie bereits dargestellt, stellen die Bewertungen der Einwohner\*innen subjektive Meinungen und Zufriedenheiten dar und müssen nicht mit einer realen Veränderung der objektiven Gegebenheiten einhergehen. Da sich im Vergleich zu 2015 eine Verringerung der Zufriedenheit in allen aufgeführten Lebensbereichen findet, ist davon auszugehen, dass die veränderte Gesamtzufriedenheit der Einwohner\*innen bzw. eine schlechtere Grundstimmung der Einwohner\*innen die subjektiven Bewertungen beeinflusst hat.

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

- ▶ Für 7 Lebensbereiche liegt die Zufriedenheit der Befragten („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) bei 74 Prozent und mehr, für 11 Lebensbereiche liegt diese bei über 50 Prozent.
- ▶ Deutlich am zufriedensten sind die Befragten 2019 mit der „medizinischen Versorgung“ (83 Prozent) sowie den „öffentlichen Verkehrsmitteln“ (83 Prozent).
- ▶ Eine hohe Zufriedenheit - mit Anteilen der Sehr-Zufriedenen sowie der Zufriedenen zwischen 70 und 80 Prozent - besteht auch mit dem „Angebot und der Qualität von Parks und Grünflächen“ (79 Prozent), der „Öffentlichen Sicherheit am Tage“ (78 Prozent), der „Abfallbeseitigung/Müllabfuhr“ (77 Prozent), den „kulturellen Einrichtungen/Veranstaltungen“ (76 Prozent) sowie den „Freizeit- und Unterhaltungsangeboten“ (76 Prozent).
- ▶ Deutlich am unzufriedensten sind die Einwohner\*innen mit dem „Wohnungsangebot“ (nur 17 Prozent sind hier „sehr zufrieden“ bzw. „zufrieden“), den „Parkmöglichkeiten für PKW“ (24 Prozent), den „Treffmöglichkeiten für Jugendliche“ (25 Prozent), der „Integration ausländischer Mitmenschen“ (31 Prozent) sowie mit der „Sauberkeit von Straßen und Plätzen“ (35 Prozent).

**Abbildung 4: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2019 (Anteile „sehr zufrieden“ und „zufrieden“, Angaben in Prozent)**



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

### 3. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen in Hannover

- ▶ Allein die Zufriedenheit mit der „Abfallbeseitigung/Müllabfuhr“ veränderte sich gegenüber 2015 nicht und lag sowohl 2015 als auch 2019 bei 77 Prozent.
- ▶ Die Zufriedenheit mit den „Freizeit- und Unterhaltungsangeboten“ (-2 Prozentpunkte), den „Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten“ sowie den „kulturellen Einrichtungen/Veranstaltungen“ (jeweils -4 Prozentpunkte) verringerte sich gegenüber 2015 nur in geringerem Ausmaß.
- ▶ Sehr deutlich deutlichsten verschlechterte sich gegenüber 2015 die Zufriedenheit mit den „Schulen“ sowie den „Alten- und Pflegeheimen“ (jeweils -20 Prozentpunkte). Aber auch die Zufriedenheit mit der „Umweltqualität“ (-18 Prozentpunkte), mit der „Arbeit der Stadtverwaltung insgesamt“ (-17 Prozentpunkte), mit dem „Wohnungsangebot“ (-16 Prozentpunkte), mit der „Sicherheit im Straßenverkehr“ sowie mit dem „Radwegenetz“ (jeweils -15 Prozentpunkte) verringerte sich deutlich.

**Tabelle 7: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2015 und 2019 (Angaben in Prozent)**

	2015			2019		
	sehr zufrieden / zufrieden	teils - teils	unzufrieden / sehr unzufrieden	sehr zufrieden / zufrieden	teils - teils	unzufrieden / sehr unzufrieden
	in %			in %		
öffentliche Verkehrsmittel	93	5	1	83	13	4
medizinische Versorgung	89	9	2	83	13	4
Angebot/Qualität von Parks und Grünflächen	92	7	2	79	17	4
öffentliche Sicherheit am Tage	88	10	2	78	18	4
Abfallbeseitigung/Müllabfuhr	77	18	6	77	17	6
kulturelle Einrichtungen/Veranstaltungen	80	16	4	76	20	4
Freizeit- und Unterhaltungsangebote	78	18	4	76	19	5
Arbeits-/Verdienstmöglichkeiten	66	28	6	62	32	6
Spielmöglichkeiten für Kinder/Spielplätze	66	30	5	57	35	9
Schulen	73	24	3	53	35	12
Barrierefreiheit*	-	-	-	53	42	5
Sportanlagen/Schwimmbäder	56	32	12	49	34	17
Abstellmöglichkeiten für Fahrräder*	-	-	-	48	38	14
Umweltqualität	65	30	5	47	40	14
Radwegenetz	62	28	10	47	34	19
Kinderbetreuungsmöglichkeiten	59	36	6	46	41	13
Aufenthaltsqualität der Plätze und Freiräume	55	38	7	46	43	11
Alten- und Pflegeheime	65	31	4	45	46	9
Sicherheit im Straßenverkehr	59	33	8	44	40	16
öffentliche Sicherheit am Abend	52	36	12	43	39	18
Arbeit der Stadtverwaltung insgesamt	59	34	7	42	45	14
Sauberkeit von Straßen und Plätzen	45	41	14	35	41	24
Integration ausländischer Mitmenschen	44	45	12	31	49	20
Treffmöglichkeiten für Jugendliche	32	48	20	25	52	23
Parkmöglichkeiten für PKW	29	40	32	24	38	38
Wohnungsangebot	33	40	27	17	35	47

\* Die Aspekte „Barrierefreiheit“ sowie „Abstellmöglichkeiten für Fahrräder“ wurden 2019 erstmals abgefragt

Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019



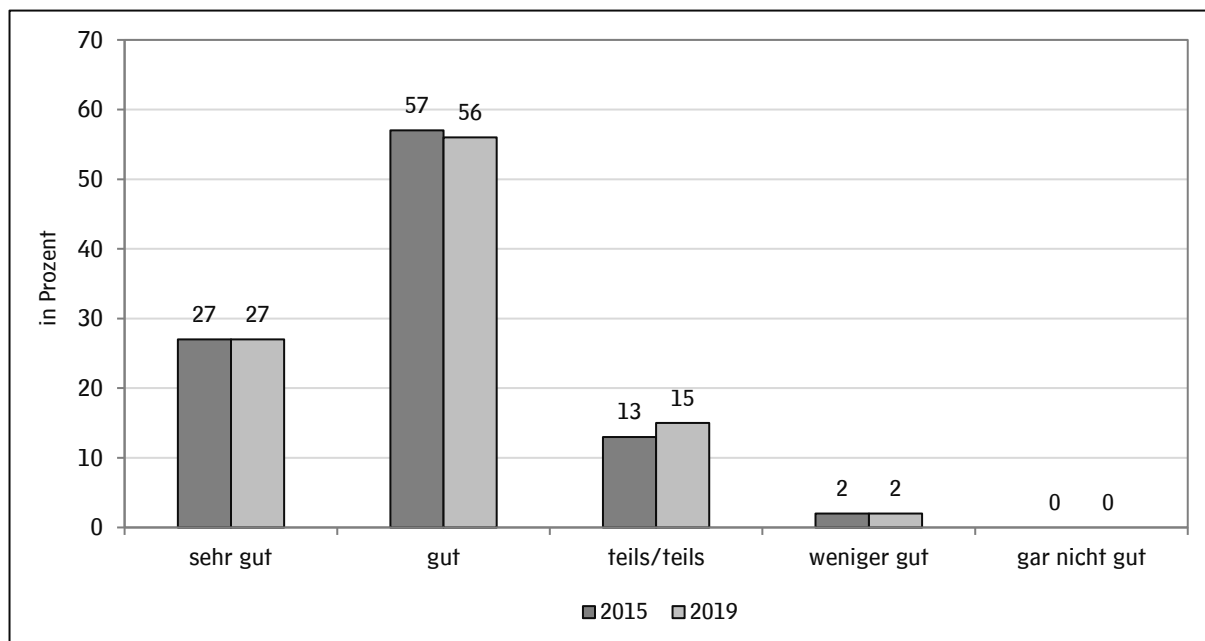
## 4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil

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 sowie auf die Zufriedenheit mit der eigenen Wohnung.

### 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 2015 und 2019 (Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019



- ▶ Die Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil liegt wie 2015 (84 Prozent) auf einem hohen Zufriedenheitsniveau: 83 Prozent aller befragten Einwohner\*innen beurteilen 2019 die Wohn- und Lebensqualität des Stadtteils, in dem sie leben, mit „sehr gut“ oder „gut“.
- ▶ Nur 2 Prozent aller Einwohner\*innen sind unzufrieden („weniger gut“ und „gar nicht gut“), 15 Prozent vergeben eine neutrale Note („teils-teils“).
- ▶ Die Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil hat sich seit 1999 kontinuierlich verbessert: So erhöhte sich die Zufriedenheit („sehr gut“ und „gut“) von 1999 (72 Prozent) bis 2011 um 8 Prozentpunkte auf 80 Prozent. Auch seitdem wuchs der Anteil positiver Bewertungen weiter bis auf einen Anteil von 83 Prozent im Jahr 2019.
- ▶ Der Anteil derjenigen, die der Lebensqualität in ihrem Stadtteil eine „sehr gute“ Note gaben, verdoppelte sich von 1999 bis 2019 fast von 15 auf 27 Prozent.

**Tabelle 8: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 1999 bis 2019 (Angaben in Prozent)**

	1999	2002	2005	2008	2011	2015	2019
	in %						
sehr gut	15	17	21	20	23	27	<b>27</b>
gut	57	56	58	57	57	57	<b>56</b>
teils-teils	23	21	17	19	17	13	<b>15</b>
weniger gut	5	4	4	3	2	2	<b>2</b>
gar nicht gut	1	1	1	4	1	0	<b>0</b>
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	<b>100</b>

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999 bis 2019

## 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

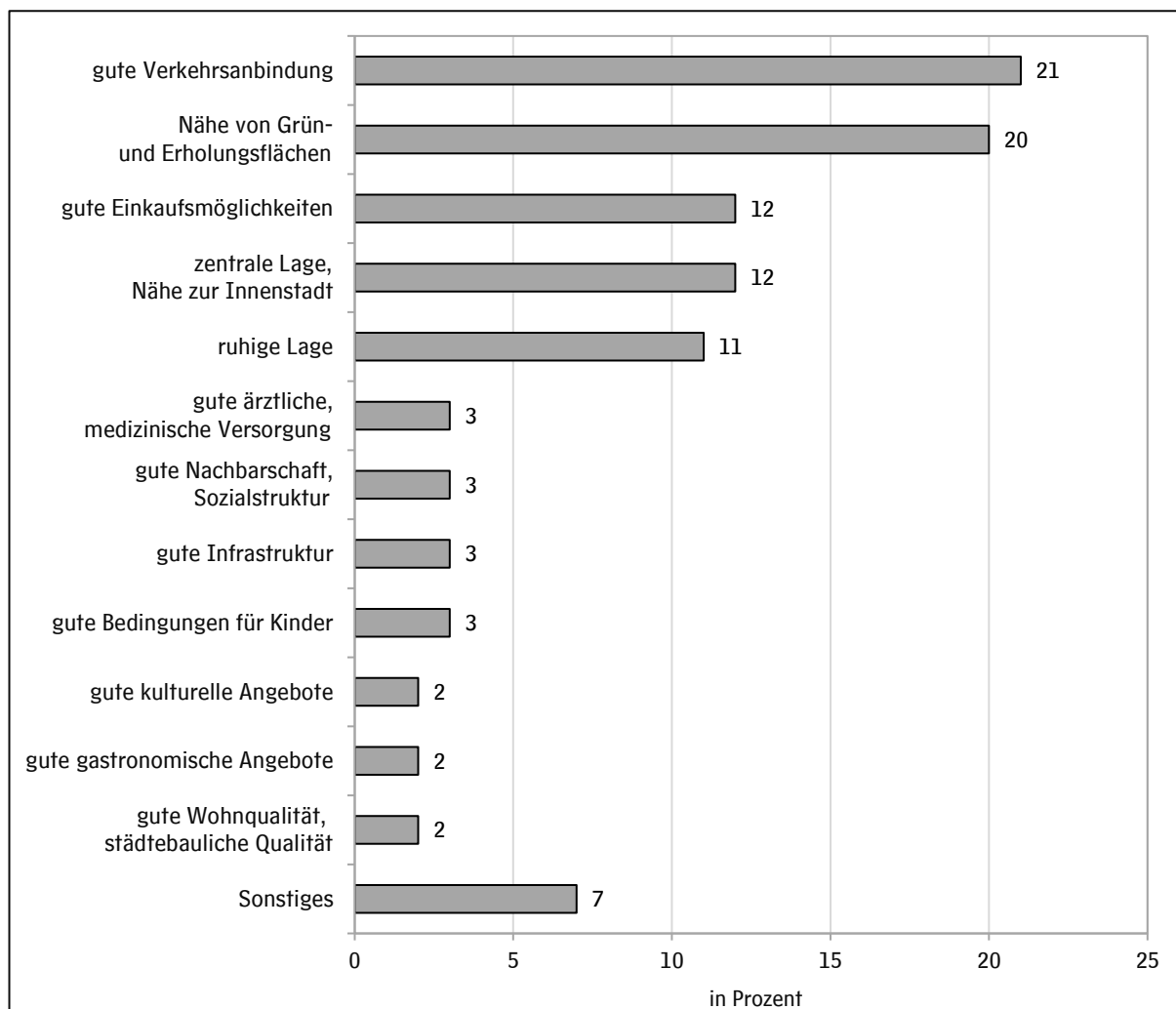
Frage: „Welche Vorteile hat Ihr Stadtteil als Wohngebiet?“

Bei der Frage nach den Vorteilen des Stadtteils wird der Aspekt „gute ärztliche/medizinische Versorgung“ (3 Prozent) 2019 erstmals als eigener Punkt aufgeführt, 2015 wurde er noch der Kategorie „Sonstiges“ zugerechnet, da er weniger als 2 Prozent aller Antworten auf sich vereinigte. Ähnliches gilt für den Aspekt „gute Bedingungen für Kinder“ (3 Prozent): 2015 entfielen deutlich weniger Antworten als 2019 auf diesen Aspekt, aus diesem Grunde wurde er 2015 der Kategorie „gute Infrastruktur“ zugeordnet.

- ▶ Wie in den Vorjahren werden eine „gute Verkehrsanbindung“ des Stadtteils sowie die „Nähe von Grün- und Erholungsflächen“ mit Abstand vor allen weiteren Aspekten am häufigsten als Vorteile des Stadtteils angesprochen.
- ▶ Lag der Aspekt „gute Verkehrsanbindung“ des Stadtteils 2015 mit einem Anteil von 18 Prozent aller Antworten noch auf Platz 2 in der Liste der Vorteile des Stadtteils, beziehen sich 2019 mit einem Anteil von 21 Prozent die meisten Nennungen auf diesen Punkt. Darunter entfallen 13 Prozent auf eine „gute Anbindung an den ÖPNV“ (u.a. „gute Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel“, „Straßenbahn vor der Tür“) und 8 Prozent auf weitere Aspekte (u.a. „verkehrsgünstige Lage“, „gute Anbindung an die Autobahn“, „kurzer Weg zum Schnellweg“).
- ▶ Fast ebenso häufig (20 Prozent) nennen die Befragten 2019 die „Nähe von Grün- und Erholungsflächen“ (u.a. „Naherholung“, „Gärten, Grünflächen“, „viel Grün“, „Parks“) als Vorteil ihres eigenen Stadtteils. Darunter beziehen sich 5 Prozent aller Antworten explizit auf die „Eilenriede“, weitere 3 Prozent auf den Maschsee.
- ▶ Nach diesen beiden - wie in den Vorjahren - am häufigsten genannten - Vorteilen des Stadtteils werden „gute Einkaufsmöglichkeiten“ (12 Prozent, u.a. „Supermärkte“, „Discounter“, „Wochenmarkt“), die „zentrale Lage“ des Stadtteils (12 Prozent, u.a. „Nähe zur Innenstadt“, „zentrumsnah“, „kurze Wege“) sowie die „ruhige Lage“ des Stadtteils (11 Prozent, u.a. „ruhige Wohngegend“, „wenig (Durchgangs-) Verkehr“) am häufigsten als positive Aspekte angesprochen.

**Abbildung 6: Nennungen zu Vorteilen des eigenen Stadtteils 2019**

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



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Anteile von jeweils 3 Prozent entfallen auf die Aspekte „gute ärztliche, medizinische Versorgung“, „gute Nachbarschaft, Sozialstruktur“ (u.a. „gute Mischung“, „bunte Vielfalt an Bewohnern“, „sozial“), „gute Infrastruktur“ (u.a. „Sporteinrichtungen/Sportmöglichkeiten“, „Banken“, „Apotheken“, „viele soziale Einrichtungen“) sowie „gute Bedingungen für Kinder“ (u.a. „ausreichend Kita-Plätze“, „gute Kindergärten“, „viele Spielplätze“, „Schulen in der Nähe“).
- ▶ Jeweils 2 Prozent aller Antworten beziehen sich auf „gute kulturelle Angebote“ (u.a. „Bibliotheken/Stadtbibliothek“, „Theater“, „gute Bildungseinrichtungen“), „gute gastronomische Angebote“ (u.a. „Restaurants“, „Cafés“, „Kneipen“) sowie „gute Wohnqualität, städtebauliche Qualität“ (u.a. „gute Architektur“, „keine Hochhäuser“, „gewachsener Stadtteil“, „nicht zu dicht bebaut“).

**Tabelle 9: Nennungen zu Vorteilen des eigenen Stadtteils 2008 bis 2019**  
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2008	2011	2015	2019	2008	2011	2015	2019
	in % der Antworten/Nennungen				in % der Befragten/Fälle			
gute Verkehrsanbindung	19	19	18	<b>21</b>	46	47	50	<b>57</b>
Nähe von Grün- und Erholungsflächen	21	21	19	<b>20</b>	52	51	51	<b>56</b>
zentrale Lage, Nähe zur Innenstadt	13	14	13	<b>12</b>	32	34	35	<b>35</b>
gute Einkaufsmöglichkeiten	11	12	14	<b>12</b>	26	30	37	<b>33</b>
ruhige Lage	11	10	10	<b>11</b>	28	24	27	<b>29</b>
gute Bedingungen für Kinder	-	-	-	<b>3</b>	-	-	-	<b>9</b>
gute Infrastruktur	10	10	9	<b>3</b>	24	23	24	<b>9</b>
gute Nachbarschaft, Sozialstruktur	5	3	4	<b>3</b>	11	8	12	<b>8</b>
gute ärztliche/medizinische Versorgung	-	-	-	<b>3</b>	-	-	-	<b>7</b>
gute Wohnqualität, städtebaul. Qualität	5	4	3	<b>2</b>	13	11	10	<b>6</b>
gute gastronomische Angebote	1	1	2	<b>2</b>	3	3	5	<b>5</b>
gute kulturelle Angebote	1	1	1	<b>2</b>	2	2	3	<b>4</b>
Sonstiges	4	5	6	<b>7</b>	10	13	15	<b>19</b>
Insgesamt*	100	100	100	<b>100</b>	247	246	269	<b>278</b>

\* mehr als 100 % = Mehrfachnennungen

Quelle: Repräsentativerhebungen 2008 bis 2019

- ▶ Häufiger (+ 3 Prozentpunkte) als 2015 wird die „gute Verkehrsanbindung“ des Stadtteils als Vorteil angesprochen.
- ▶ Deutlich seltener als 2015 (-6 Prozentpunkte) wird die „gute Infrastruktur“ des Stadtteils angesprochen. Dies gründet sich z.T. auf die Tatsache, dass dem Thema „gute Infrastruktur“ 2015 auch der Aspekt „gute Bedingungen für Kinder“ zugeordnet wurde, während er 2019 aufgrund eines höheren Anteils (3 Prozent) als eigener Punkt aufgeführt wird.
- ▶ Auch die Einkaufsmöglichkeiten im Stadtteil werden 2019 seltener (-6 Prozentpunkte) als Vorteil des eigenen Stadtteils genannt.

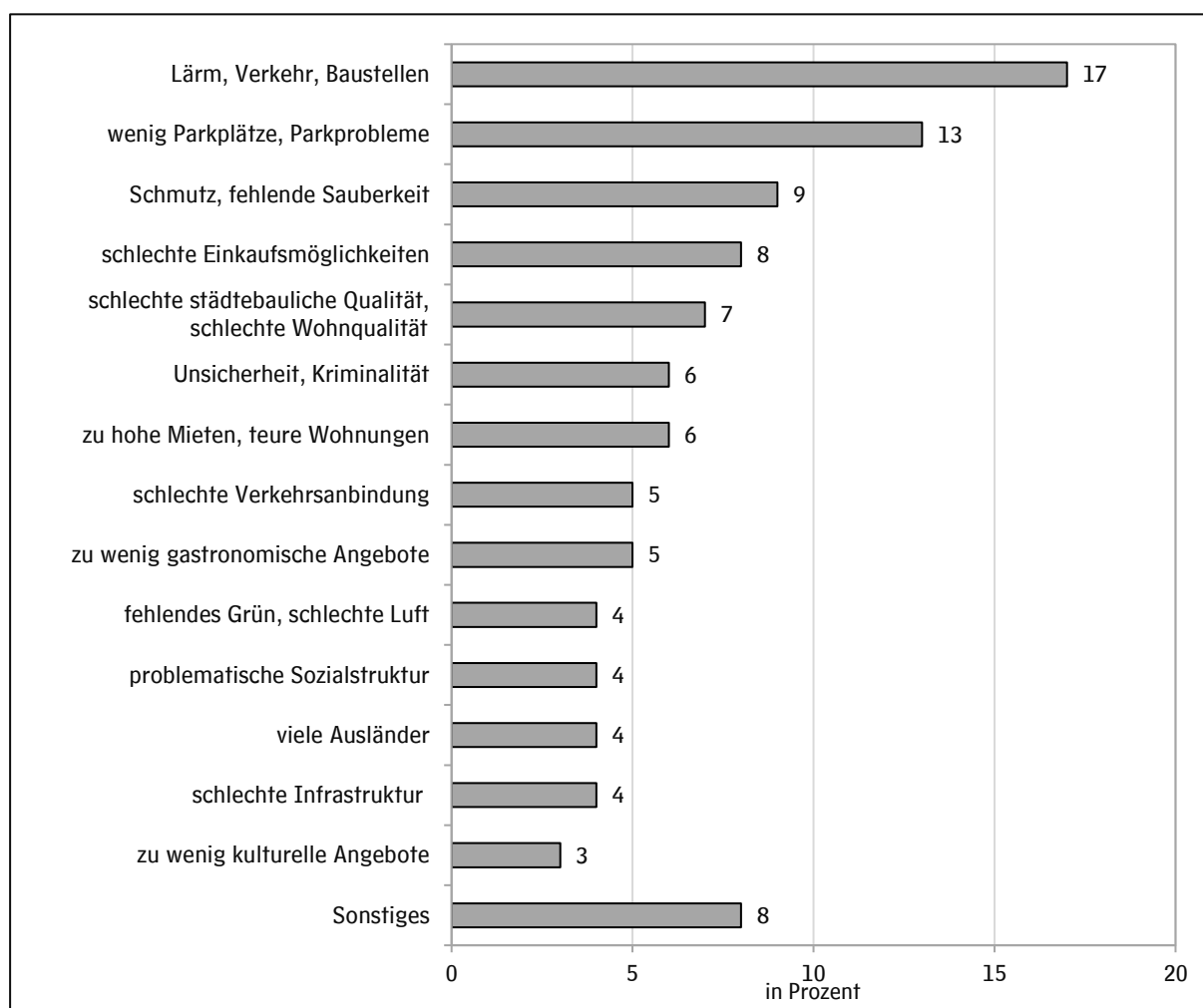
## Nachteile des eigenen Stadtteils

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

- Wie in den Vorjahren wurde auch 2019 das Thema „Lärm, Verkehr, Baustellen“ mit Abstand am häufigsten als Nachteil des bewohnten Stadtteils angesprochen, 17 Prozent aller Antworten entfallen auf dieses Thema (u.a. „Lärm durch Bahngleise“, „Güter-, Zugverkehr“, „hohes Verkehrsaufkommen“, „viele Autos“, „viele Staus“).

### Abbildung 7: Nennungen zu Nachteilen des eigenen Stadtteils 2019

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



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

#### 4. Einschätzungen zu den Lebensbedingungen im Stadtteil

- ▶ Auch der am zweithäufigsten genannte Aspekt ist dem Oberthema Mobilität zuzuordnen, 13 Prozent aller Antworten beziehen sich auf den Aspekt „wenig Parkplätze, Parkprobleme“ (u.a. „Parkschwierigkeiten“, „keine Anwohnerparkplätze“, „viele Parkverbote“).
- ▶ Mit Abstand folgen auf den Plätzen 3 bis 5 die Themen „Schmutz, fehlende Sauberkeit“ (9 Prozent, u.a. „Hundekot“, „Müll, Sperrmüll“, „unansehnliche Grünflächen“, „viele Graffitis“), „schlechte Einkaufsmöglichkeiten“ (8 Prozent, u.a. „zu wenig Geschäfte“, zu wenig Supermärkte“, „zu wenig kleine Läden“, „zu weit entfernte Einkaufsmöglichkeiten“) sowie „schlechte städtebauliche Qualität, schlechte Wohnqualität“ (7 Prozent, u.a. „Grundstücke sehr eng bebaut“, „enge Straßen“, „etwas herunter gekommener Stadtteil“, schlechte Wohnungen“).
- ▶ Jeweils 6 Prozent aller Nennungen beziehen sich auf die Aspekte „Unsicherheit, Kriminalität“ („wenig Polizeipräsenz“, „viele Einbrüche, Diebstähle“ „Dealer, Drogen“) sowie „zu hohe Mieten, teure Wohnungen“ („Mieten zu hoch“, „hohe Wohnkosten“, „unbezahlbarer Wohnraum“).

**Tabelle 10: Nennungen zu Nachteilen des eigenen Stadtteils 2008 bis 2019**  
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2008	2011	2015	2019	2008	2011	2015	2019
	in % der Antworten/Nennungen				in % der Befragten/Fälle			
Lärm, Verkehr, Baustellen	16	17	17	<b>17</b>	24	27	27	<b>30</b>
wenig Parkplätze/Parkprobleme	10	10	12	<b>13</b>	15	16	20	<b>22</b>
Schmutz/fehlende Sauberkeit	8	9	8	<b>9</b>	12	14	12	<b>17</b>
schlechte Einkaufsmöglichkeiten	10	12	8	<b>8</b>	15	18	13	<b>14</b>
schlechte städtebauliche Qualität/ schlechte Wohnqualität	6	7	4	<b>7</b>	9	11	7	<b>11</b>
Unsicherheit/Kriminalität	3	3	3	<b>6</b>	4	5	5	<b>10</b>
zu hohe Mieten/teure Wohnungen	3	4	6	<b>6</b>	4	6	10	<b>10</b>
schlechte Verkehrsanbindung	8	9	8	<b>5</b>	11	15	13	<b>8</b>
zu wenig gastronomische Angebote	4	3	5	<b>5</b>	5	5	8	<b>9</b>
fehlendes Grün/schlechte Luft	3	3	3	<b>4</b>	5	4	5	<b>6</b>
problematische Sozialstruktur	6	9	9	<b>4</b>	9	13	14	<b>6</b>
viele Ausländer	6	6	2	<b>4</b>	9	9	4	<b>7</b>
schlechte Infrastruktur	14	8	6	<b>4</b>	20	12	10	<b>7</b>
zu wenig kulturelle Angebote	-	-	-	<b>3</b>	-	-	-	<b>5</b>
Sonstiges	3	1	9	<b>8</b>	5	1	15	<b>14</b>
Insgesamt*	100	100	100	<b>100</b>	148	156	163	<b>175</b>

\* mehr als 100 % = Mehrfachnennungen

Quelle: Repräsentativerhebungen 2008 bis 2019

- ▶ In jeweils 5 Prozent aller Antworten wird eine „schlechte Verkehrsanbindung“ des Stadtteils (u.a. „schlechte ÖPNV-Anbindung“, „Umsteigen Bus, Bahn unkomfortabel“, „nur 1 Bahn alle 10 Minuten“) bzw. ein „schlechtes gastronomisches Angebot“ (u.a. „keine, zu wenig Cafés“ „zu wenig Kneipen“, „zu wenig Restaurants“) angesprochen.
- ▶ Auf „fehlendes Grün/schlechte Luft“ („wenig Grün“, „wenig Gärten“, „Luftverschmutzung“, „Abgase“), eine „problematische Sozialstruktur“ („laute Nachbarn“, „viele Arbeitslose“, „Bevölkerungszusammensetzung“), „viele Ausländer“ sowie eine „schlechte Infrastruktur“ (u.a. „keine Drogerie“, „keine Bäckerei“, „Schließung der Sparkasse“, „Schwimmbad zu weit weg“, „kein öffentliches WC“) beziehen sich jeweils 4 Prozent.
  
- ▶ Häufiger als 2015 werden die Aspekte „schlechte städtebauliche Qualität, schlechte Wohnqualität“ sowie „Unsicherheit, Kriminalität“ (jeweils +3 Prozentpunkte) als Nachteil des Stadtteils genannt.
- ▶ Auf die Frage nach den Nachteilen des Stadtteils wird 2019 der Aspekt „zu wenig kulturelle Angebote“ (3 Prozent) erstmals als eigener Punkt aufgeführt, 2015 entfielen weniger als 2 Prozent aller Antworten auf diesen Aspekt und er wurde der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet.
- ▶ Seltener als 2015 werden vor allem eine „problematische Sozialstruktur“ (-5 Prozentpunkte), aber auch eine „schlechte Infrastruktur“ (-2 Prozentpunkte) als Nachteil des Stadtteils angesprochen.

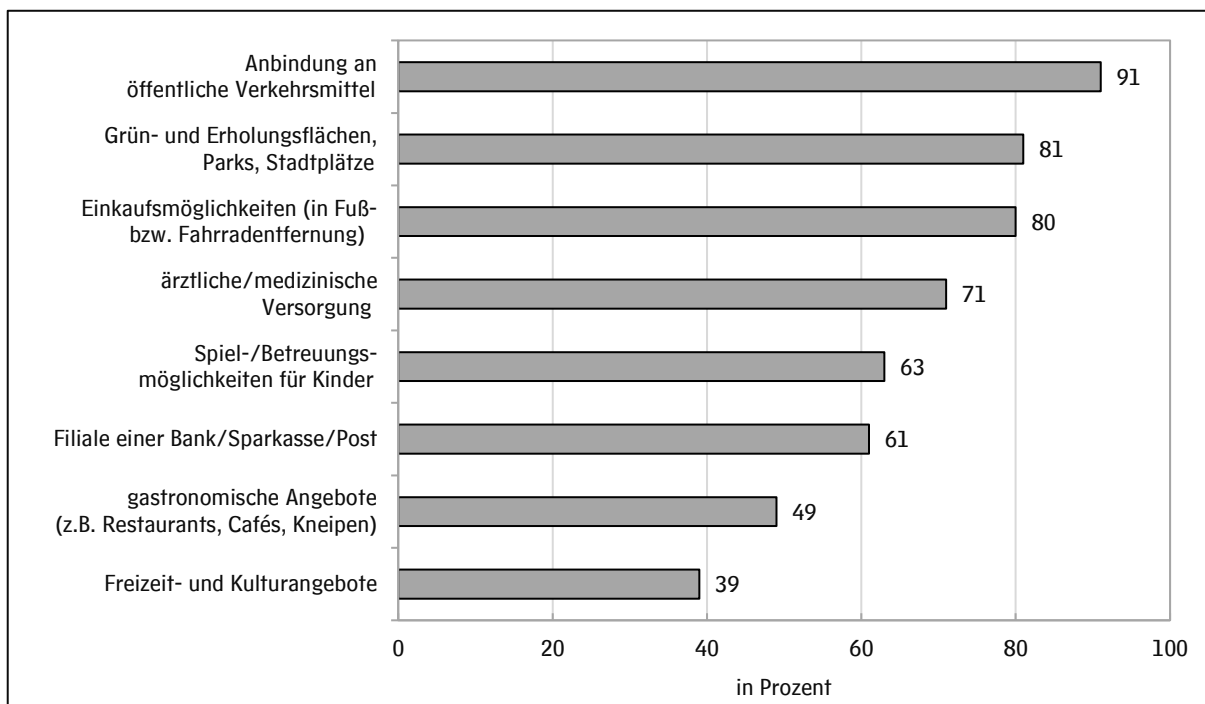
### 4.3 Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil

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

Bei dieser Frage wurden alle Befragten gebeten, für 8 vorgegebene Aspekte eine Note anhand einer 5-stufigen Skala von „sehr gut“ bis „gar nicht gut“ zu vergeben. Im Rahmen der Auswertung wurden die Anteile für „sehr gut“ und „gut“ zu einer Kategorie zusammengefasst.

- ▶ Mit Abstand am besten (91 Prozent) wird die „Anbindung (des eigenen Stadtteils) an öffentliche Verkehrsmittel“ bewertet. Aber auch die Zufriedenheit („sehr gut“ und „gut“) mit „Grün- und Erholungsflächen“, „Parks und Stadtplätzen“ (81 Prozent) sowie mit den „Einkaufsmöglichkeiten in Fuß- bzw. Fahrradentfernung“ (80 Prozent) liegt auf einem sehr hohen Zufriedenheits-Niveau.
- ▶ Eine Zufriedenheit zwischen 60 und 70 Prozent entfällt auf die „ärztliche, medizinische Versorgung“ (71 Prozent), auf „Spiel-, Betreuungsmöglichkeiten für Kinder“ (63 Prozent) sowie das „Vorhandensein einer Bank, Sparkasse oder Postfiliale“ (61 Prozent).
- ▶ Mit dem „gastronomischen Angebot“ im Stadtteil sind knapp die Hälfte (49 Prozent) der Befragten, mit den „Freizeit- und Kulturangeboten“ 39 Prozent der Befragten zufrieden.

**Abbildung 8: Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2019**  
(Anteile „sehr gut“ und „gut“, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019



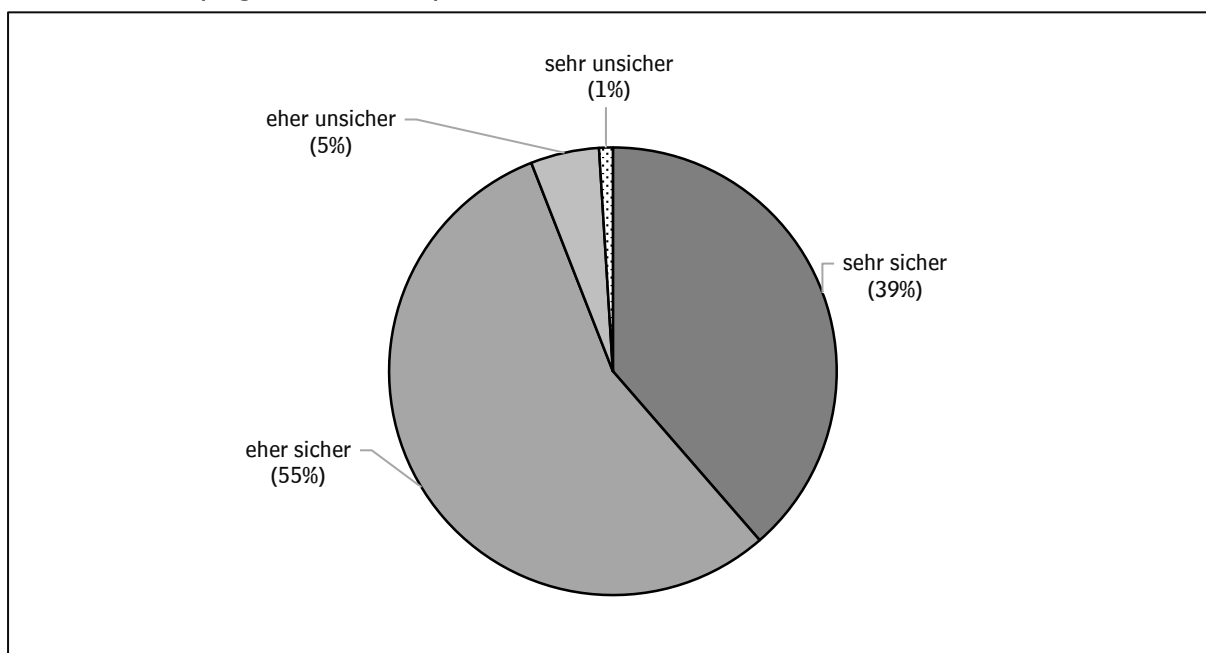
## 4.4 Sicherheit in der Wohngegend

Bei der Interpretation der Ergebnisse zur Frage nach der subjektiv wahrgenommenen Sicherheit der Einwohner\*innen in ihrer Wohngegend, d.h. nach ihrem Gefühl, sich in ihrem Stadtteil unbehelligt und sicher bewegen und aufhalten zu können, ist zu berücksichtigen, dass das subjektive Sicherheitsempfinden der Einwohner\*innen nicht immer objektive Gegebenheiten, die u.a. in der polizeilichen Kriminalstatistik dokumentiert sind, widerspiegeln muss.

### Sicherheit am Tage

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

**Abbildung 9: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 2019**  
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ 95 Prozent aller Einwohner\*innen fühlen sich tagsüber in ihrer Wohngegend sicher („sehr sicher“ und „sicher“), davon 39 Prozent sogar „sehr sicher“. Nur 6 Prozent der Befragten haben am Tage ein unsicheres Gefühl („sehr unsicher“ oder „eher unsicher“).
- ▶ Damit liegt das Sicherheitsgefühl 2019 exakt auf dem Niveau des Jahres 2015, auch in diesem Jahr fühlten sich 95 Prozent aller Einwohner\*innen sicher („sehr sicher“ und „sicher“), davon 39 Prozent „sehr sicher“.

**Tabelle 11: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 1999 bis 2019**  
(Angaben in Prozent)

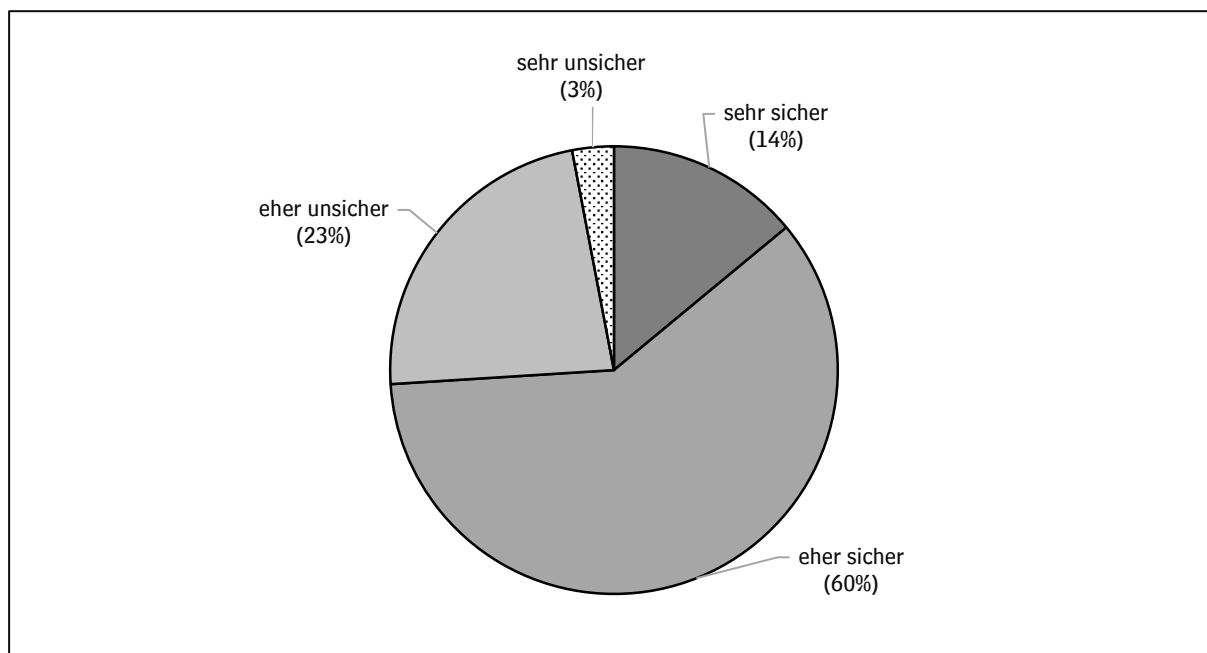
	1999	2008	2011	2015	2019
	in %				
sehr sicher	31	36	40	39	<b>39</b>
eher sicher	61	58	56	56	<b>56</b>
eher unsicher	7	5	4	5	<b>5</b>
sehr unsicher	1	1	1	0	<b>1</b>
Insgesamt	100	100	100	100	<b>100</b>

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999 bis 2019

### Sicherheit am Abend

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

**Abbildung 10: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 2019**  
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Knapp drei Viertel aller Einwohner\*innen (74 Prozent) fühlen sich auch am Abend in ihrer Wohngegend sicher („sehr sicher“ und „sicher“), davon 14 Prozent sogar „sehr sicher“.
- ▶ Ein unsicheres Gefühl am Abend („sehr unsicher“ oder „eher unsicher“) haben insgesamt 26 Prozent aller Befragten, davon fühlen sich 3 Prozent „sehr unsicher“.

**Tabelle 12: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 1999 bis 2019**  
(Angaben in Prozent)

	1999	2008	2011	2015	<b>2019</b>
	in %				
sehr sicher	7	12	13	14	<b>14</b>
eher sicher	50	59	59	60	<b>60</b>
eher unsicher	34	25	24	24	<b>23</b>
sehr unsicher	9	5	4	3	<b>3</b>
<b>Insgesamt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999, 2008, 2011, 2015 und 2019; Abweichungen in den Tabellenspalten-Summen erklären sich aus Rundungen.

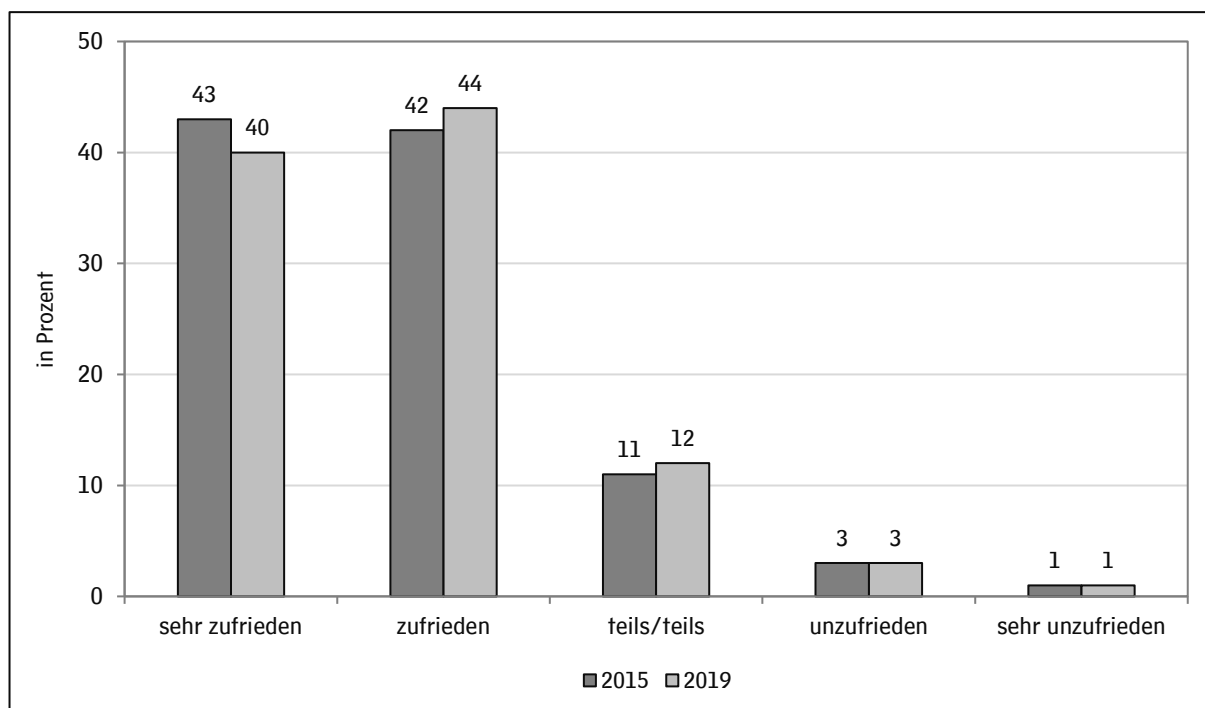
- ▶ Auch das Sicherheitsgefühl am Abend veränderte sich gegenüber 2015 nicht: So fühlten sich sowohl 2015 als auch 2019 74 Prozent der Einwohner\*innen am Abend sicher („sehr sicher“ und „eher sicher“).
- ▶ Der Anteil derjenigen, die sich am Abend in ihrer Wohngegend unsicher („sehr unsicher“ oder „eher unsicher“) fühlen, blieb gegenüber 2015 fast gleich (2015: 27 Prozent, 2019: 26 Prozent).

## 4.5 Zufriedenheit mit der Wohnung

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

- ▶ 84 Prozent aller Einwohner\*innen sind zufrieden („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) mit der eigenen Wohnung, davon sind 40 Prozent „sehr zufrieden“.
- ▶ Gegenüber 2015 verringerte sich die Zufriedenheit mit der Wohnung leicht um 1 Prozentpunkt von 85 auf 84 Prozent, der Anteil der „Sehr-Zufriedenen“ sank um 3 Prozentpunkte von 43 auf 40 Prozent.
- ▶ Unverändert gering ist der Anteil der Befragten, die unzufrieden („sehr unzufrieden“ und „unzufrieden“) mit ihrer Wohnung sind: Wie 2015 liegt der Anteil dieser Gruppe bei 4 Prozent.

Abbildung 11: Zufriedenheit mit der Wohnung 2015 und 2019  
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

- ▶ Wie die Analyse der Ergebnisse seit 1999 zeigt, hat sich die Zufriedenheit mit der Wohnung im Laufe der Jahre kontinuierlich erhöht: Lag die Zufriedenheit („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) vor der Jahrtausendwende noch bei 79 Prozent, erhöhte sich dieser Anteil in den Jahren bis 2011 auf 82 Prozent und erreichte 2015 mit 85 Prozent einen neuen Höchstwert.
- ▶ Der Anteil negativer („sehr unzufrieden“ und „unzufrieden“) Bewertungen blieb seit 1999 mit 4 bzw. 5 Prozent fast gleich.

**Tabelle 13: Zufriedenheit mit der Wohnung 1999 bis 2019**

(Angaben in Prozent)

	1999	2008	2011	2015	<b>2019</b>
	40				
sehr zufrieden	26	38	37	43	<b>40</b>
zufrieden	53	43	45	42	<b>44</b>
teils-teils	17	14	13	11	<b>12</b>
unzufrieden	3	4	4	3	<b>3</b>
sehr unzufrieden	1	1	1	1	<b>1</b>
<b>Insgesamt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

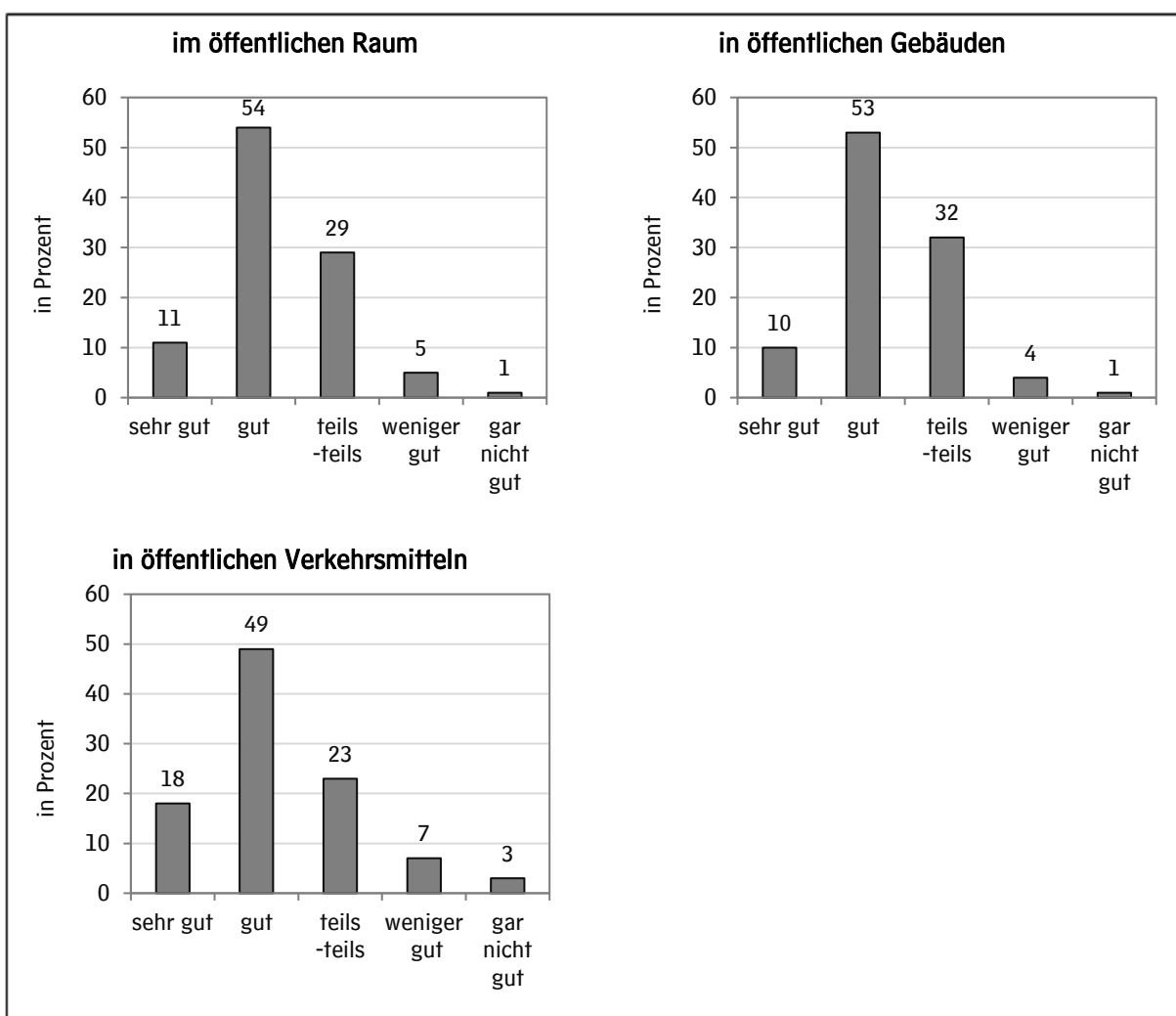
Quelle: Repräsentativerhebungen 1999 bis 2019

## 4.6 Einschätzungen zur Barrierefreiheit

Frage: „Wie beurteilen Sie persönlich die Barrierefreiheit in Ihrem Wohnumfeld?“

Barrieren - wie z.B. Treppenstufen oder Bürgersteige - können es Menschen erschweren, am Leben im Stadtteil ohne Einschränkungen teilzunehmen. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Themas Barrierefreiheit wurde im Rahmen der Repräsentativerhebung 2019 erstmals auch die Zufriedenheit mit der Barrierefreiheit im Stadtteil abgefragt.

**Abbildung 12: Beurteilung der Barrierefreiheit im öffentlichen Raum, in öffentlichen Gebäuden sowie in öffentlichen Verkehrsmitteln 2019 (Angaben in Prozent)**



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Jeweils etwa zwei Drittel aller Einwohner\*innen sind zufrieden („sehr gut“ und „gut“) mit der „Barrierefreiheit im öffentlichen Raum“ (65 Prozent), in „öffentlichen Gebäuden“ (63 Prozent) sowie in „öffentlichen Verkehrsmitteln“ (67 Prozent).
- ▶ Der höchste Anteil „sehr guter“ Bewertungen findet sich mit einem Anteil von 18 Prozent bei den Bewertungen zur „Barrierefreiheit in öffentlichen Verkehrsmitteln“.



## 5. Blickpunkt Innenstadt

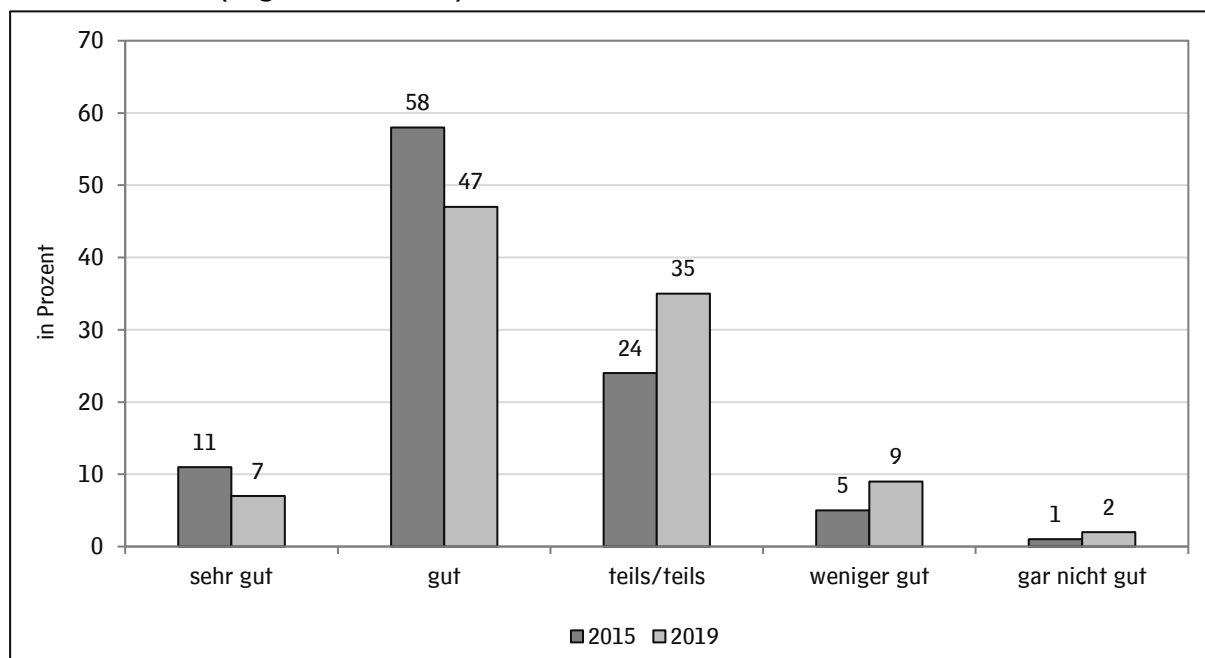
### 5.1 Gesamtzufriedenheit mit der Innenstadt

Die Innenstadt Hannovers hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert, u.a. durch den Umbau des Klagesmarktes, die Bebauung des Marstalls, die Umgestaltung des Leineufers und den Umbau der ehem. Volkshochschule. Auch der öffentliche Raum in der Innenstadt veränderte sich durch Platzumgestaltungen, neue Lichtkonzepte und Straßenumbauten. Zudem befindet sich der innerstädtische Handel in einem kontinuierlichen Wandel (u.a. Schließung Esprit, Benetton, New Yorker; Neuansiedlung Tesla, Manufactum, Hema). Vor diesem Hintergrund bilden die Themen „Innenstadt“ und „Online-Shopping“ einen wichtigen Schwerpunkt der Repräsentativerhebung 2019.

Im Gegensatz zu vergleichbaren Befragungen zu diesem Thema ist zu berücksichtigen, dass im Rahmen der Repräsentativerhebung Einwohner\*innen der Stadt Hannover und nicht Besucher\*innen der Innenstadt befragt wurden.

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

**Abbildung 13: Zufriedenheit mit der Innenstadt 2015 und 2019**  
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

- ▶ 2019 bewerten 54 Prozent der Einwohner\*innen die Innenstadt mit „sehr gut“ oder „gut“, davon vergeben 7 Prozent eine „sehr gute“ Bewertung.
- ▶ 35 Prozent der Befragten sehen sowohl Vor- als auch Nachteile („teils-teils“), der Anteil negativer Bewertungen („weniger gut“ oder „gar nicht gut“) liegt bei 11 Prozent.



**Tabelle 14: Zufriedenheit mit der Innenstadt 1999 bis 2019**  
(Angaben in Prozent)

	1999	2002	2005	2008	2011	2015	<b>2019</b>
	in %						
sehr gut	6	8	7	8	6	11	<b>7</b>
gut	46	51	53	50	52	58	<b>47</b>
teils-teils	36	31	32	31	30	24	<b>35</b>
weniger gut	8	8	6	9	10	5	<b>9</b>
gar nicht gut	4	2	2	2	2	1	<b>2</b>
Insgesamt	100	100	100	100	100	100	<b>100</b>

Quelle: Repräsentativerhebungen 1999 bis 2019

- ▶ Gegenüber 2015 verringerte sich der Anteil derjenigen, die die Innenstadt mit „sehr gut“ oder „gut“ bewerten, um 15 Prozentpunkte von 69 auf 54 Prozent. Der Anteil „sehr guter“ Bewertungen sank um 4 Prozentpunkte von 11 auf 7 Prozent.
- ▶ Zugleich erhöhte sich der Anteil der Einwohner\*innen, die eine negative Bewertung („weniger gut“ oder „gar nicht gut“) abgaben, um 5 Prozentpunkte von 6 auf 11 Prozent. Der Anteil neutraler Bewertung („teils-teils“) wuchs um 11 Prozentpunkte von 24 auf 35 Prozent.
- ▶ Damit lag die Zufriedenheit mit der Innenstadt 2019 in etwa auf dem Niveau des Jahrtausendwechsels, während sie sich in den Jahren danach bis auf einen Höchststand von 69 Prozent („sehr gut“ und „gut“) im Jahr 2015 verbessert hatte.

## 5.2 Vor- und Nachteile der Innenstadt

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

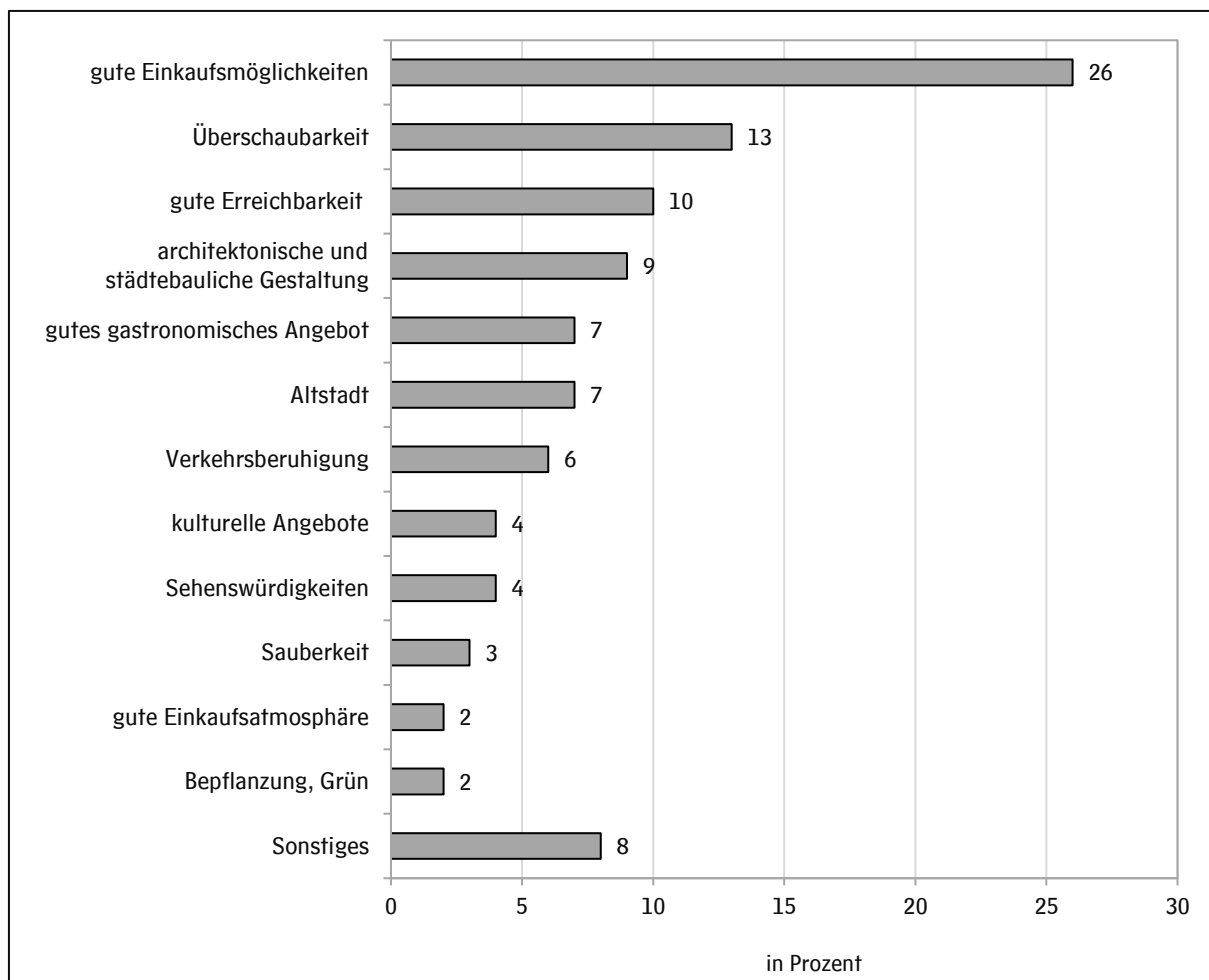
Bei den Fragen zu den Vor- und Nachteilen der Innenstadt wurden die Befragten gebeten, ihre Antworten in eigenen Worten frei zu formulieren. Inhaltlich ähnliche Antworten wurden im Rahmen der Auswertung zu thematischen Schwerpunkten gebündelt, zudem waren bei diesen Fragen Mehrfachantworten möglich.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

### Vorteile der Innenstadt

**Frage: „Was gefällt Ihnen an der Innenstadt?“**

**Abbildung 14: Nennungen zu Vorteilen der Innenstadt 2019**

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



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

Bei der Frage nach den Vorteilen der Innenstadt wurden von den Befragten im Durchschnitt 2,2 Antworten angegeben. Für den Aspekt „Sehenswürdigkeiten“ (2019: 4 Prozent) liegt kein Vergleichswert für das Jahr 2015 vor, da auf diesen Aspekt 2015 weniger als 2 Prozent aller Antworten entfielen und er der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet wurde.

- ▶ Deutlich am häufigsten werden 2019 - wie schon 2015 - die „guten Einkaufsmöglichkeiten“ in der Innenstadt (u.a. „vielfältige Einkaufsmöglichkeiten“, „guter Mix“, „gutes Preis-Leistungsverhältnis“, „lange Öffnungszeiten“) als Vorteil der Innenstadt genannt, 26 Prozent aller Antworten beziehen sich auf diesen Aspekt.
- ▶ Am zweithäufigsten (13 Prozent) wird die „Überschaubarkeit“ der Innenstadt als positiver Aspekt angesprochen (u.a. „Geschäfte liegen nah beieinander“, „gute Größe“, „alles zu Fuß zu erreichen“, „übersichtlich“).
- ▶ 10 Prozent aller Nennungen beziehen sich auf die „gute Erreichbarkeit“ der Innenstadt (u.a. „gute Anbindung allgemein“, „gut zu erreichen“), davon 5 Prozent auf die „gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV“ (u.a. „gut ausgebautes Nahverkehrssystem“). Fast ebenso viele Antworten (9 Prozent) entfallen auf den Aspekt „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ der Innenstadt (u.a. „charaktervolle Gebäude“, „Umbauten gut gelungen“, „modernisierte Gebäude“).
- ▶ Danach folgen mit jeweils 7 Prozent aller Antworten die Aspekte „gutes gastronomisches Angebot“ („Cafés“, „Restaurants“, „Kneipen“, „gutes Essen“) sowie „Altstadt“.
- ▶ In 6 Prozent aller Antworten wird die „Verkehrsberuhigung“ (u.a. „Fußgängerzonen“, „autofrei“) als Vorteil angesprochen und je 4 Prozent aller Antworten beziehen sich auf die „kulturellen Angebote“ in der Innenstadt (u.a. „Museen“, „Oper“, „Theater“, „Straßenmusiker“) sowie auf „Sehenswürdigkeiten“ (u.a. „Flohmarkt“, „Marktkirche“, „Roter Faden“).
- ▶ Gegenüber 2015 wird vor allem der Aspekt „gute Einkaufsmöglichkeiten“ (+4 Prozentpunkte) häufiger als Vorteil der Innenstadt angesprochen. Auch die Aspekte „Altstadt“, „gutes gastronomisches Angebot“ sowie „gute Erreichbarkeit“ werden häufiger (jeweils +2 Prozentpunkte) als 2015 genannt.
- ▶ Deutlich seltener als 2015 wird dagegen der Aspekt „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ der Innenstadt als Vorteil angesprochen (-6 Prozentpunkte). Daneben werden 2019 auch die Aspekte „Bepflanzung, Grün“ sowie „gute Einkaufsatmosphäre“ seltener (jeweils -3 Prozentpunkte) als Vorteil der Innenstadt gesehen.

**Tabelle 15: Nennungen zu Vorteilen der Innenstadt 2008 bis 2019**  
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2008	2011	2015	2019	2008	2011	2015	2019
	in % der Antworten/Nennungen				in % der Befragten/Fälle			
gute Einkaufsmöglichkeiten	25	28	22	<b>26</b>	46	51	44	<b>57</b>
Überschaubarkeit	16	14	14	<b>13</b>	29	26	29	<b>29</b>
architektonische und städtebauliche Gestaltung	18	16	15	<b>9</b>	34	30	30	<b>21</b>
Altstadt	6	6	5	<b>7</b>	11	11	9	<b>15</b>
gutes gastronomisches Angebot	4	6	5	<b>7</b>	7	10	10	<b>16</b>
Verkehrsberuhigung	7	6	8	<b>6</b>	13	11	16	<b>14</b>
gute Erreichbarkeit	4	5	8	<b>10</b>	8	10	15	<b>22</b>
Sehenswürdigkeiten	-	-	-	<b>4</b>	-	-	-	<b>8</b>
kulturelle Angebote	3	3	3	<b>4</b>	5	5	7	<b>8</b>
Sauberkeit	3	2	3	<b>3</b>	5	4	7	<b>6</b>
Bepflanzung, Grün	4	4	5	<b>2</b>	8	8	11	<b>5</b>
gute Einkaufsatmosphäre	7	5	5	<b>2</b>	13	9	9	<b>5</b>
Sonstiges	4	5	8	<b>8</b>	8	9	15	<b>17</b>
Insgesamt*	100	100	100	<b>100</b>	187	184	202	<b>223</b>

\* mehr als 100 % = Mehrfachnennungen

Quelle: Repräsentativerhebungen 2008 bis 2019

## Nachteile der Innenstadt

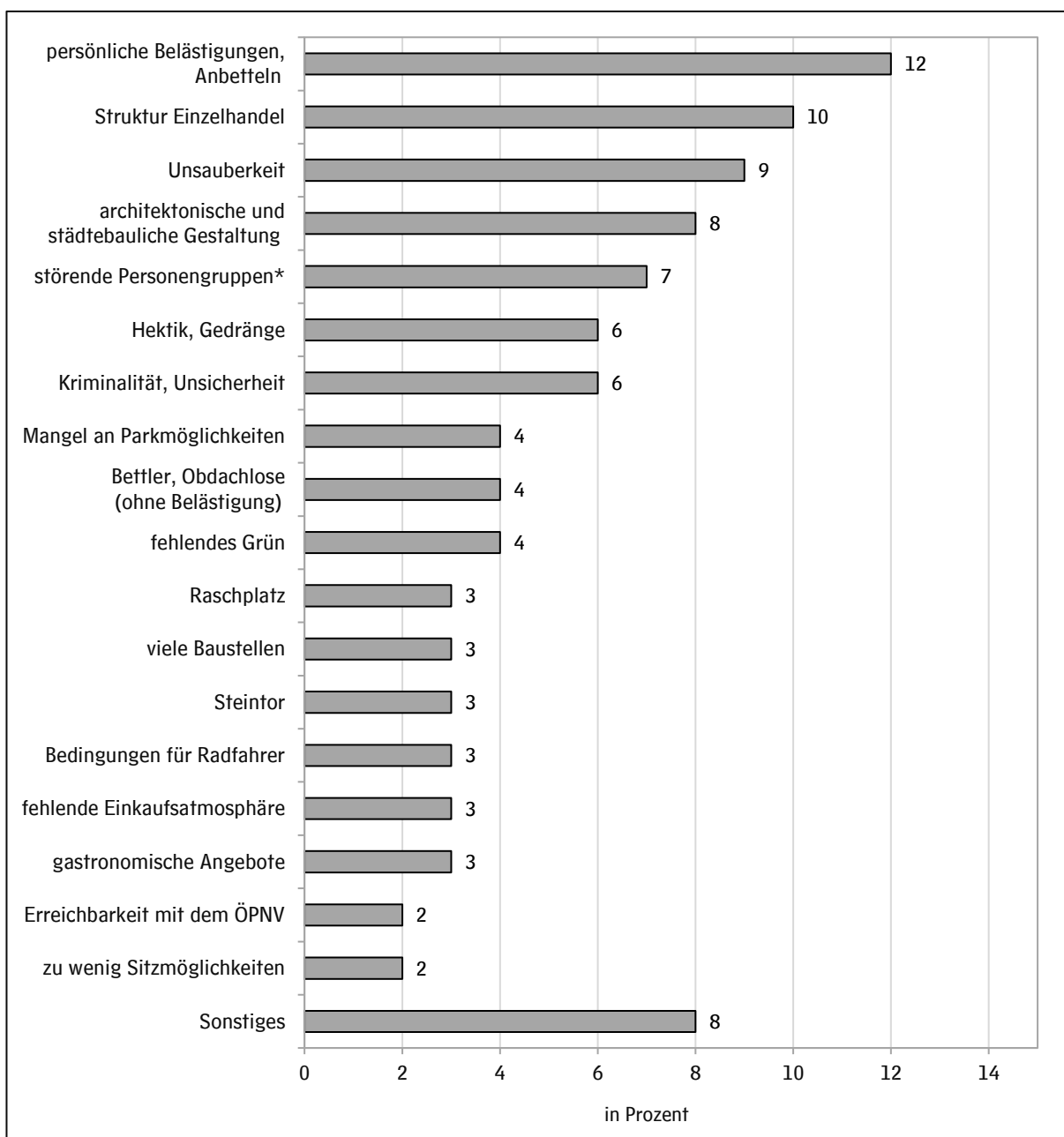
### Frage: „Was gefällt Ihnen nicht an der Innenstadt?“

Bei der Frage nach den Nachteilen der Innenstadt wurden von den Befragten im Durchschnitt 2,1 Antworten angegeben. Für die Aspekte „Raschplatz“ (2019: 3 Prozent) und „Erreichbarkeit mit dem ÖPNV“ (2019: 2 Prozent) liegen keine Vergleichswerte für das Jahr 2015 vor, da in diesem Jahr weniger als 2 Prozent aller Antworten auf diese Aspekte entfielen und beide der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet wurden.

- Das „Warenangebot“ in der Innenstadt wird nicht nur bei den Vorteilen (Platz 1: „gute Einkaufsmöglichkeiten“), sondern auch bei den Nachteilen der Innenstadt (Platz 2: „Struktur des Einzelhandels“) häufiger angesprochen. Hier zeigt sich, dass dieser Aspekt einen hohen Stellenwert bei den Einwohner\*innen hat, aber auch sehr ambivalent bewertet wird. Gleiches gilt für den Aspekt „architektonische und städtebauliche Gestaltung (jeweils Platz 4).

**Abbildung 15: Nennungen zu Nachteilen der Innenstadt 2019**

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



\*u.a. Punks, Betrunkene etc.

Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Mit einem Anteil von 12 Prozent aller Antworten ist 2019 der Punkt „persönliche Belästigungen, Anbetteln“ (u.a. „aggressiv auftretende Bettler“, „permanentes Anschnorren“, „Betteln mit Tieren“, „organisierte Bettler-Banden“) der am häufigsten angesprochene negative Aspekt der Innenstadt.
- ▶ Danach wird mit einem Anteil von 10 Prozent aller Antworten die „Struktur des Einzelhandels“ (u.a. „Geschäftssterben“, „zu viele Ketten“, „wenig gehobene Geschäfte“, „zu viele Billigläden“) am zweithäufigsten als Problembereich angesprochen.
- ▶ Am dritthäufigsten wird der Aspekt „Unsauberkeit“ von den Befragten genannt (u.a. „Dreck“, „Müll“, „Scherben“, „schmuddelig“, „Graffiti“, „Taubenkot“, „zu viele Tauben“).

- ▶ 8 Prozent aller Antworten beziehen sich auf die „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ der Innenstadt (u.a. „zu dicht bebaut“, „alles zugestampft“, „zu viel Beton“, „hässliche Neubauten“), 7 Prozent auf „andere störende Gruppen“, durch die sich die Befragten gestört, aber nicht belästigt fühlen (u. a. „Punks“, „Betrunkene“, „Emigranten“, „Asylbewerber“).
- ▶ Gegenüber 2015 gewannen vor allem die Aspekte „persönliche Belästigungen, Anbetteln“ (+ 9 Prozentpunkte von 3 auf 12 Prozent) sowie „Kriminalität, Unsicherheit“ (+ 4 Prozentpunkte von 2 auf 6 Prozent) an Bedeutung hinzu.
- ▶ Zugleich verringerte sich die Nennung der Aspekte „Bettler, Obdachlose (ohne Belästigung)“ (-7 Prozentpunkte von 11 auf 4 Prozent) sowie „architektonische und städtebauliche Gestaltung“ (-5 Prozentpunkte von 13 auf 8 Prozent).

**Tabelle 16: Nennungen zu Nachteilen der Innenstadt 2008 bis 2019**

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2008	2011	2015	2019	2008	2011	2015	2019
	in % der Antworten/Nennungen				in % der Befragten/Fälle			
persönliche Belästigungen, Anbetteln	3	3	3	<b>12</b>	5	5	5	<b>26</b>
Struktur Einzelhandel	11	10	9	<b>10</b>	20	17	15	<b>21</b>
Unsauberkeit	7	8	9	<b>9</b>	12	15	16	<b>19</b>
architektonische und städtebauliche Gestaltung	25	17	13	<b>8</b>	44	30	22	<b>16</b>
störende Personengruppen**	5	6	6	<b>7</b>	9	10	11	<b>14</b>
Kriminalität, Unsicherheit	3	2	2	<b>6</b>	5	4	4	<b>12</b>
Hektik, Gedränge	4	3	5	<b>6</b>	7	5	9	<b>12</b>
fehlendes Grün	4	3	5	<b>4</b>	6	5	8	<b>8</b>
Bettler, Obdachlose (ohne Belästigung)	6	8	11	<b>4</b>	10	13	20	<b>8</b>
Mangel an Parkmöglichkeiten	3	2	4	<b>4</b>	5	4	6	<b>7</b>
gastronomische Angebote	4	3	3	<b>3</b>	7	5	6	<b>7</b>
fehlende Einkaufsatmosphäre	6	3	3	<b>3</b>	10	6	6	<b>7</b>
Bedingungen für Radfahrer	2	2	3	<b>3</b>	4	4	5	<b>7</b>
Steintor	2	2	3	<b>3</b>	4	3	4	<b>6</b>
viele Baustellen	3	12	3	<b>3</b>	5	21	4	<b>6</b>
Raschplatz	-	-	-	<b>3</b>	-	-	-	<b>5</b>
zu wenig Sitzmöglichkeiten	-	-	3	<b>2</b>	-	-	6	<b>5</b>
Erreichbarkeit mit dem ÖPNV	-	-	-	<b>2</b>	-	-	-	<b>4</b>
Sonstiges	14	14	15	<b>8</b>	24	25	27	<b>17</b>
Insgesamt*	100	100	100	<b>100</b>	177	172	174	<b>207</b>

\* mehr als 100 % = Mehrfachnennungen

\*\*u.a. Punks, Betrunkene etc.

Quelle: Repräsentativerhebungen 2008 bis 2019

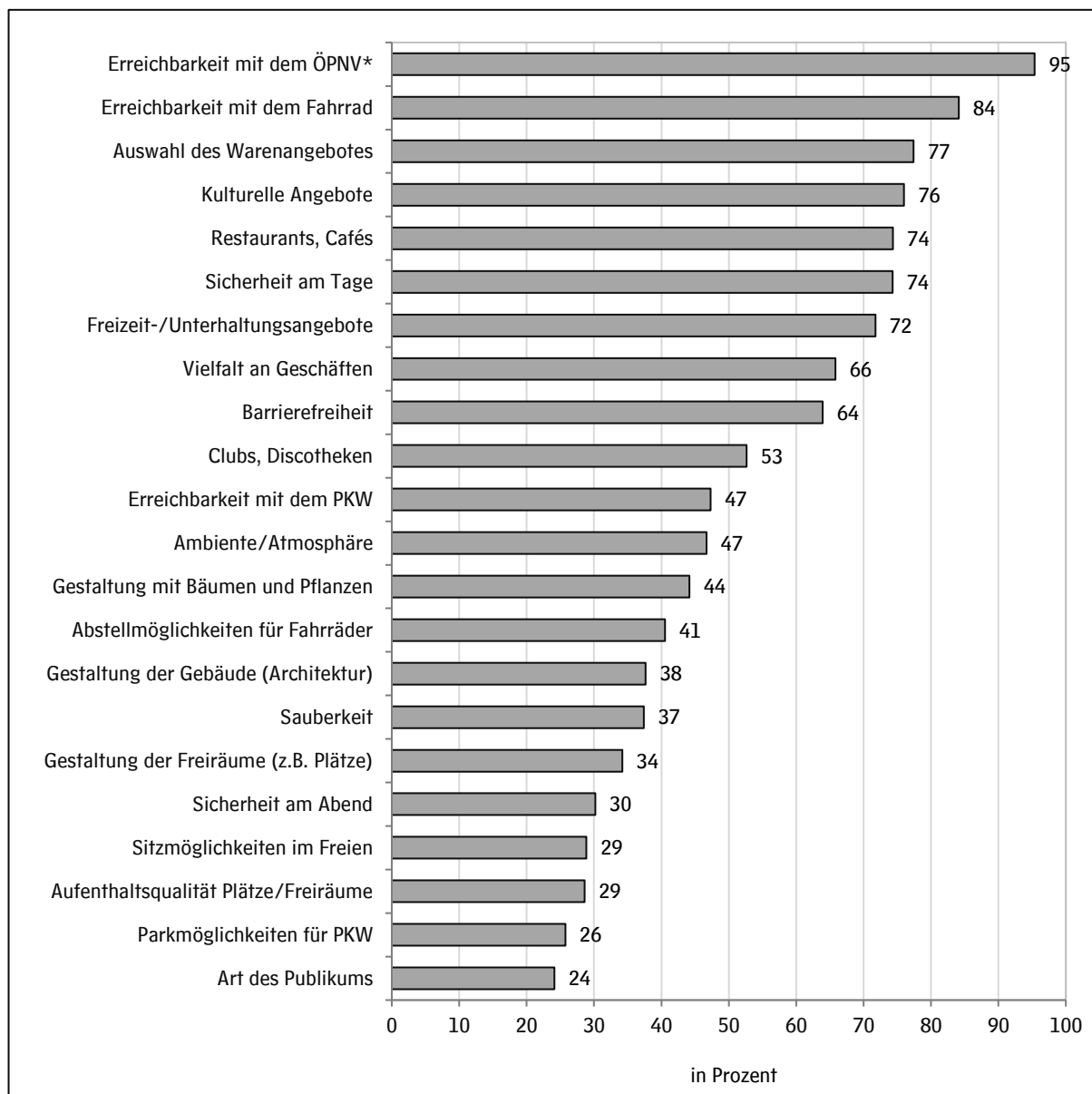
### 5.3 Bewertungen zu einzelnen Aspekten der Innenstadt

**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.“**

Ergänzend zu den Fragen nach den Vor- und Nachteilen der Innenstadt (vgl. Kapitel 5.2), bei denen keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben waren, wurden die Befragten auch gebeten, 22 Einzelaspekte zum Thema Innenstadt anhand einer fünfstufigen Skala („sehr zufrieden“, „zufrieden“, „teils-teils“, „unzufrieden“ und „sehr unzufrieden“) zu bewerten. Im Rahmen der Auswertung wurden die Kategorien „sehr zufrieden“ und „zufrieden“ sowie „sehr unzufrieden“ und „unzufrieden“ zu jeweils einer Kategorie zusammengefasst.

- ▶ Mit Abstand am häufigsten sind die Einwohner\*innen mit der „Erreichbarkeit der Innenstadt mit dem ÖPNV“ zufrieden. 95 Prozent der Befragten geben zu diesem Aspekt eine positive Bewertung („sehr zufrieden“ oder „zufrieden“) ab, davon sind 51 Prozent sogar „sehr zufrieden“.
- ▶ Auch die „Erreichbarkeit mit dem Fahrrad“ wird sehr positiv bewertet, 84 Prozent der Einwohner\*innen sind zufrieden („sehr zufrieden“ oder „zufrieden“) mit diesem Aspekt.
- ▶ Jeweils etwa drei Viertel aller Befragten sind zufrieden („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) mit der „Auswahl des Warenangebotes“ (77 Prozent), den „Kulturellen Angeboten“ (76 Prozent), den „Restaurants/Cafés“ (74 Prozent), der „Sicherheit am Tage“ (74 Prozent) sowie den „Freizeit-/Unterhaltungsangeboten“ (72 Prozent).
- ▶ Jeweils etwa zwei Drittel aller Einwohner\*innen vergeben eine gute Bewertung („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) für die „Vielfalt an Geschäften“ (66 Prozent) und die „Barrierefreiheit“ (64 Prozent).
- ▶ Etwa die Hälfte aller Befragten ist zufrieden mit dem Angebot an „Clubs/Discotheken“ (53 Prozent), mit allen weiteren Aspekten sind jeweils weniger als 50 Prozent der Befragten.
- ▶ Weniger als 30 Prozent Zufriedenheit („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) weisen die Aspekte „Sicherheit am Abend“ (30 Prozent), „Sitzmöglichkeiten im Freien“ (29 Prozent) sowie „Aufenthaltsqualität der Plätze und Freiräume“ (29 Prozent) auf.
- ▶ Am schlechtesten werden die „Parkmöglichkeiten für PKW“ (26 Prozent) sowie die „Art des Publikums“ (24 Prozent) eingeschätzt.

**Abbildung 16: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2019**  
(Anteile „sehr zufrieden“ und „zufrieden“, Angaben in Prozent)



\* Stadtbahn, Bus, S-Bahn

Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Gegenüber 2015 verschlechterte sich die Zufriedenheit („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) von 20 der 22 Einzelaspekte. Allein die Aspekte „Barrierefreiheit“ (+ 8 Prozentpunkte von 56 auf 64 Prozent) sowie „Abstellmöglichkeiten für Fahrräder“ (+ 2 Prozentpunkte von 39 auf 41 Prozent) wurden 2019 besser bewertet als 2015.
- ▶ Am deutlichsten verschlechterte sich die Zufriedenheit („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) mit der „Gestaltung der Freiräume“ (-14 Prozentpunkte von 48 auf 34 Prozent) sowie der „Aufenthaltsqualität der Plätze und Freiräume“ (-13 Prozentpunkte von 42 auf 29 Prozent).



- ▶ Aber auch die Zufriedenheit mit der „Art des Publikums“ (-12 Prozentpunkte von 36 auf 24 Prozent) sowie mit der „Sauberkeit“ (-11 Prozentpunkte von 48 auf 37 Prozent) verringerte sich um mehr als 10 Prozentpunkte.
- ▶ Um jeweils 9 Prozentpunkte verschlechterte sich die Zufriedenheit mit „Clubs/Discotheken“ (von 62 auf 53 Prozent) sowie mit „Sitzmöglichkeiten im Freien“ (von 38 auf 29 Prozent).

**Tabelle 17: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2015 und 2019**  
(Angaben in Prozent)

	2015			2019		
	positive Nennungen	teils/teils	negative Nennungen	positive Nennungen	teils/teils	negative Nennungen
	in %			in %		
Abstellmöglichkeiten für Fahrräder	39	35	26	41	38	21
Ambiente/Atmosphäre	52	37	11	47	39	14
Art des Publikums	36	51	13	24	56	20
Aufenthaltsqualität der Plätze u. Freiräume	42	43	15	29	48	24
Auswahl des Warenangebotes	83	13	4	77	16	6
Barrierefreiheit	56	36	8	64	32	4
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	87	11	2	84	12	4
Erreichbarkeit mit dem ÖPNV	97	3	0	95	4	1
Erreichbarkeit mit dem PKW	55	31	14	47	34	19
Freizeit-/Unterhaltungsangebote	74	22	4	72	24	5
Gestaltung der Freiräume (z.B. Plätze)	48	41	11	34	47	19
Gestaltung der Gebäude (Architektur)	44	40	16	38	42	20
Gestaltung mit Bäumen und Pflanzen	51	32	17	44	34	22
Clubs, Discotheken	62	30	8	53	34	13
Kulturelle Angebote	77	21	2	76	21	3
Parkmöglichkeiten für PKW	31	38	31	26	36	38
Restaurants, Cafés	78	17	5	74	19	6
Sauberkeit	48	36	16	37	40	23
Sicherheit am Abend	38	41	21	30	39	31
Sicherheit am Tage	82	14	4	74	20	6
Sitzmöglichkeiten im Freien	38	37	26	29	41	30
Vielfalt an Geschäften	73	18	9	66	20	14

\* Stadtbahn, Bus, S-Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

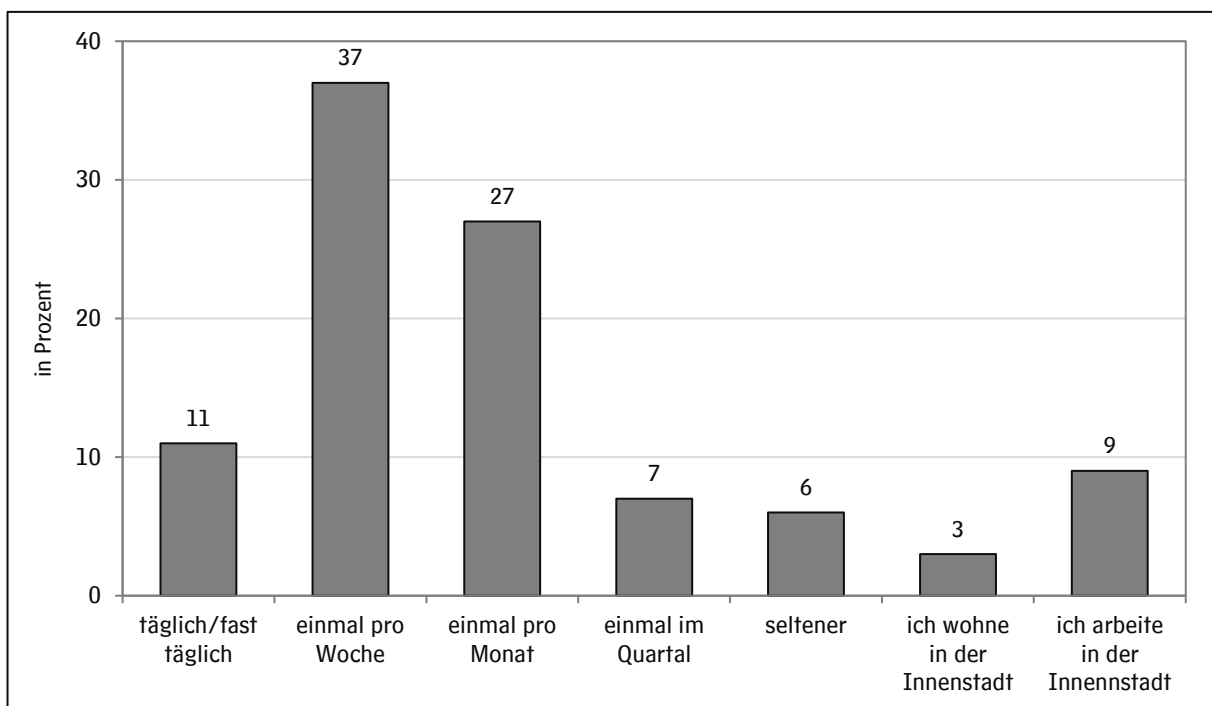
## 5.4 Häufigkeit und Dauer des Innenstadtbesuches

### Häufigkeit des Innenstadtbesuches

Frage: „Wie oft besuchen Sie die Innenstadt?“

Abbildung 17: Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2019

(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Fast die Hälfte (48 Prozent) aller Einwohner\*innen kommt mindestens einmal pro Woche in die Innenstadt, davon 11 Prozent täglich bzw. fast täglich.
- ▶ 27 Prozent der Befragten besucht die Innenstadt einmal pro Monat, 7 Prozent einmal im Quartal und 6 Prozent seltener.
- ▶ 9 Prozent aller befragten Einwohner\*innen arbeiten in der Innenstadt, 3 Prozent wohnen dort.

**Tabelle 18: Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2015 und 2019**  
(Angaben in Prozent)

	2015	2019
täglich/fast täglich	13	<b>11</b>
einmal pro Woche	41	<b>37</b>
einmal pro Monat	21	<b>27</b>
einmal im Quartal	7	<b>7</b>
seltener	8	<b>6</b>
ich wohne in der Innenstadt	3	<b>3</b>
ich arbeite in der Innenstadt	7	<b>9</b>
Insgesamt	100	<b>100</b>

Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

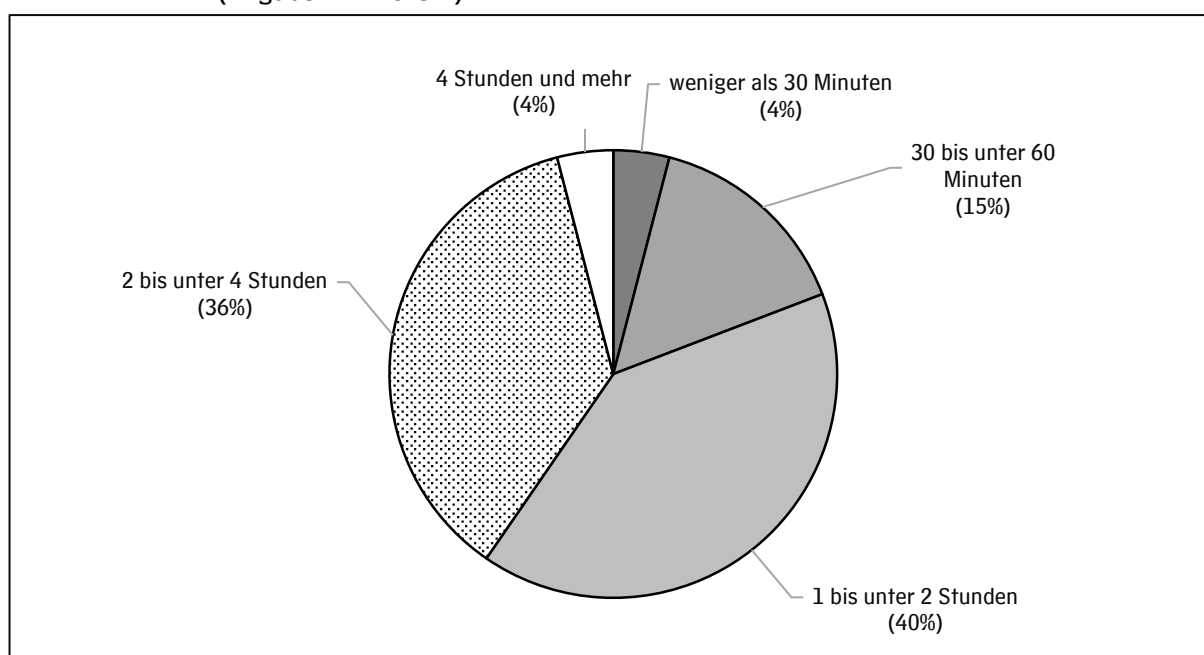
- ▶ Gegenüber 2015 kommen die Einwohner\*innen etwas seltener in die Innenstadt: So hat sich der Anteil derjenigen, die täglich die City besuchen, um 2 Prozentpunkte von 13 auf 11 Prozent verringert und der Anteil derjenigen, die mindestens einmal pro Woche in die Innenstadt kommen, sank um 4 Prozentpunkte von 41 auf 37 Prozent.
- ▶ Zugleich erhöhte sich der Anteil der Einwohner\*innen, die einmal monatlich in die Innenstadt kommen, um 6 Prozentpunkte auf 27 Prozent.

## 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. Vergleichsdaten aus den Vorjahren liegen zu dieser Frage nicht vor.

**Abbildung 18: Dauer des Innenstadtbesuches 2019**  
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

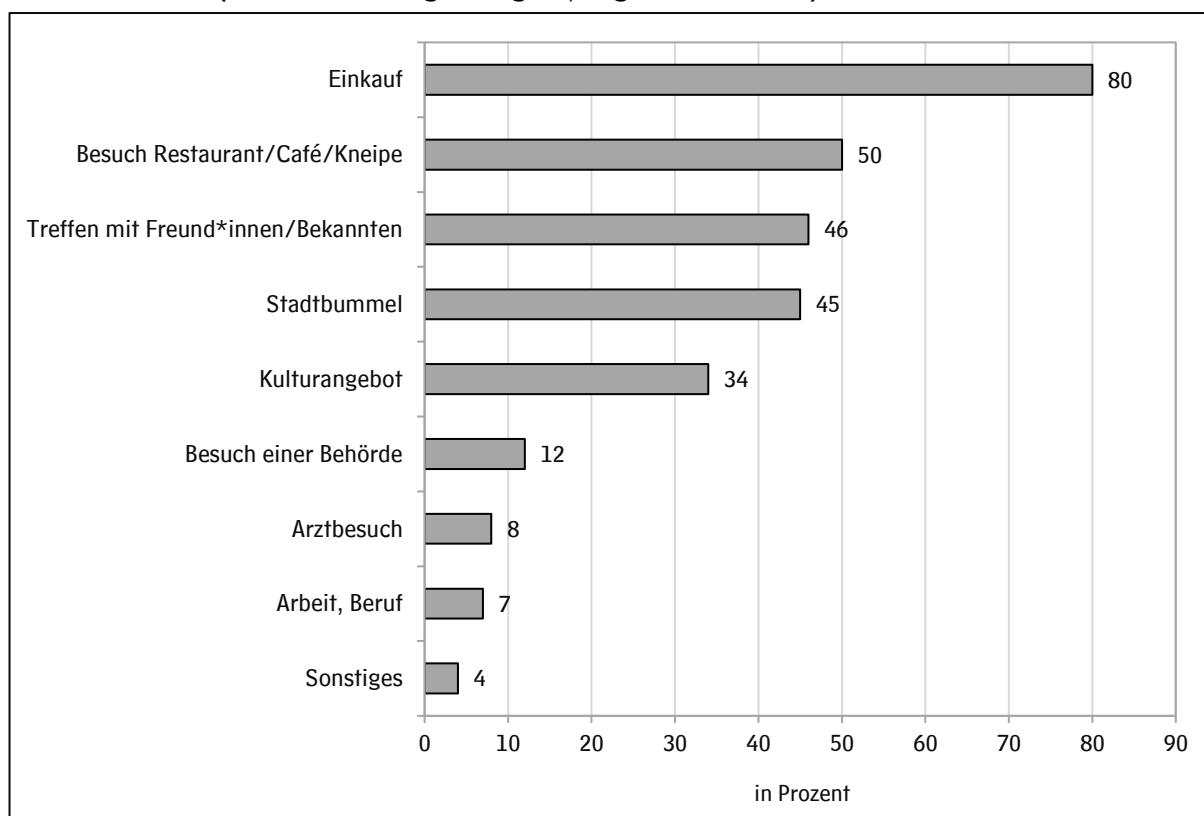
- ▶ Die meisten Einwohner\*innen (40 Prozent) bleiben 1 bis unter 2 Stunden in der Innenstadt, etwa ein Drittel (36 Prozent) bleibt 2 bis unter 4 Stunden.
- ▶ 4 Prozent aller Einwohner\*innen halten sich bei einem Besuch der City sogar 4 Stunden und länger dort auf.
- ▶ Etwa jede\*r fünfte Einwohner\*in (19 Prozent) bleibt maximal 1 Stunde in der Innenstadt, davon bleiben 4 Prozent maximal 30 Minuten.

## 5.5 Zweck und 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 in der Innenstadt wohnen oder arbeiten, nicht berücksichtigt. Zudem waren bei dieser Frage Mehrfachnennungen möglich.

**Abbildung 19: Überwiegender Zweck/Anlass des Innenstadtbesuchs 2019**  
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Der mit Abstand wichtigste Anlass für einen Besuch der Innenstadt ist der Einkauf: 80 Prozent aller Einwohner\*innen kommen in die Innenstadt, um dort einzukaufen.
- ▶ Die Hälfte aller Befragten (50 Prozent) besucht die Innenstadt, um dort etwas zu essen oder zu trinken (Restaurant, Café, Kneipe) und jeweils knapp die Hälfte aller Innenstadtbesucher\*innen treffen sich in der Innenstadt mit Freund\*innen oder Bekannten (46 Prozent) oder unternehmen einen Stadtbummel (45 Prozent).
- ▶ 34 Prozent aller Befragten nutzen ein Kulturangebot und 12 Prozent erledigen einen Behördenbesuch in der Innenstadt. 8 Prozent der Einwohner\*innen kommen wegen eines Arztbesuches und 7 Prozent wegen eines beruflichen Termins (ohne ihren Arbeitsplatz in der Innenstadt zu haben) in die City.

In der Regel ist der Innenstadtbesuch mit mehreren Anlässen verbunden: 2015 gaben die Befragten im Durchschnitt 3,03 Antworten auf diese Frage, 2019 waren es 2,86 Antworten. Um die Ergebnisse dieser Jahre vergleichen zu können, wurden die Ergebnisse auf eine Basis von 100 Prozent umgerechnet. Für den Aspekt „Arztbesuch“ sind keine Vergleichsdaten aus dem Jahr 2015 vorhanden, da in diesem Jahr weniger als 2 Prozent aller Antworten auf diesen Aspekt entfielen und er der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet wurde.

Die Ergebnisse zeigen nur sehr geringfügige Veränderungen zu 2015. Allein Restaurants, Cafés und Kneipen wurden 2019 etwas häufiger als 2015 besucht (+ 2 Prozentpunkte).

**Tabelle 19: Überwiegender Zweck/Anlass des Innenstadtbesuchs 2015 und 2019**  
(Angaben in Prozent)

	2015	<b>2019</b>	2015	<b>2019</b>
	in % der Antworten/Nennungen		in % der Befragten/Fälle	
Arbeit, Beruf	3	<b>2</b>	8	<b>7</b>
Einkauf	28	<b>28</b>	86	<b>80</b>
Besuch Restaurant/Café/Kneipe	16	<b>18</b>	47	<b>50</b>
Besuch einer Behörde	5	<b>4</b>	15	<b>12</b>
Kulturangebot	13	<b>12</b>	40	<b>34</b>
Stadtbummel	16	<b>16</b>	50	<b>45</b>
Treffen mit Freund*innen/Bekanntem	16	<b>16</b>	47	<b>46</b>
Arztbesuch	-	<b>3</b>	-	<b>8</b>
Sonstiges	3	<b>2</b>	10	<b>4</b>
<b>Insgesamt*</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	303	<b>286</b>

\* mehr als 100 % = Mehrfachnennungen

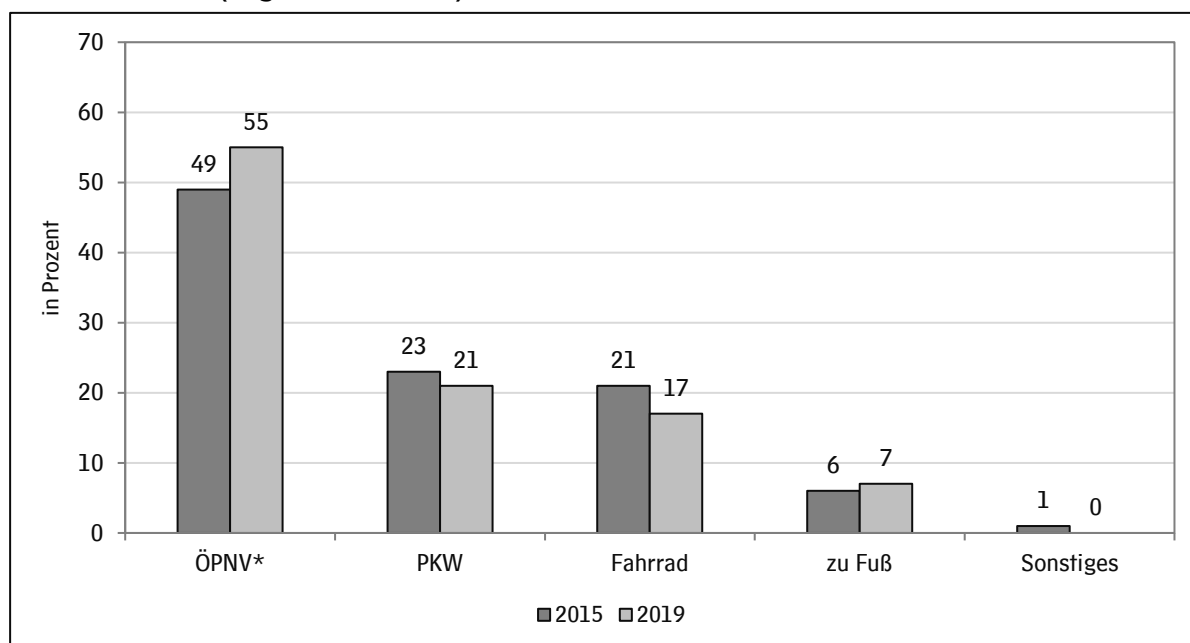
Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

## 5.6 Verkehrsmittelwahl beim Innenstadtbesuch

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

Bei dieser Frage wurden die Kategorien „Stadtbahn“, „Bus“ sowie „S-Bahn“ zur Kategorie „ÖPNV“ zusammengefasst. Die Antworten auf die Kategorie „Motorrad/Moped/Mofa“ wurden aufgrund ihrer sehr geringen Anzahl der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet.

**Abbildung 20: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch 2015 und 2019**  
(Angaben in Prozent)



\* Stadtbahn, Bus, S-Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

- ▶ Der ÖPNV ist wie in den Vorjahren das bevorzugte Verkehrsmittel zum Besuch der Innenstadt: 55 Prozent der Einwohner\*innen benutzten bei ihrem letzten Innenstadtbesuch die Stadtbahn, den Bus oder die S-Bahn.
- ▶ Etwa ein Fünftel der Befragten (21 Prozent) nutzt einen PKW, um in die City zu kommen und 17 Prozent fahren mit dem Fahrrad in die Innenstadt.
- ▶ Sieben Prozent der Einwohner\*innen kommen zu Fuß in die Innenstadt.

**Tabelle 20: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch 1996 bis 2019**  
(Angaben in Prozent)

	1999	2002	2008	2011	2015	2019
	in %					
ÖPNV*	52	55	54	48	49	<b>55</b>
PKW	28	27	22	27	23	<b>21</b>
Fahrrad	13	12	17	20	21	<b>17</b>
zu Fuß	6	6	7	5	6	<b>7</b>
Sonstiges	1	1	0	1	1	<b>0</b>
Insgesamt	100	100	100	100	100	<b>100</b>

\* Stadtbahn, Bus, S-Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 1996 bis 2019

- ▶ Gegenüber 2015 erhöhte sich der Anteil der ÖPNV-Nutzer\*innen um 6 Prozentpunkte von 49 auf 55 Prozent. Auch der Anteil derjenigen, die die City zu Fuß besuchen, erhöhte sich leicht von 6 auf 7 Prozent.
- ▶ Der Anteil derjenigen, die einen PKW nutzen, verringerte sich dagegen um 2 Prozentpunkte von 23 auf 21 Prozent.
- ▶ Auch der Anteil der Einwohner\*innen, die mit dem Fahrrad in die Innenstadt kommen, sank um 4 Prozentpunkte von 21 auf 17 Prozent. Eine Erklärung liegt möglicherweise in der unterschiedlichen Befragungszeit: Im Jahr 2015 erfolgte diese von September bis Oktober, während 2019 in den Monaten Januar bis März befragt wurde.
- ▶ Die Analyse der langfristigen Entwicklung seit 1999 zeigt, dass sich vor allem die Nutzung des PKWs sowie des Fahrrades beim Besuch der Innenstadt deutlich verändert hat. Nutzten in den Jahren 1999 bzw. 2002 noch 28 bzw. 27 Prozent einen PKW für einen Innenstadtbesuch, sind es 2019 noch 21 Prozent der Einwohner\*innen.
- ▶ Im gleichen Zeitraum nahm die Nutzung des Fahrrades von 13 Prozent (1999) auf 21 Prozent (2015) bzw. auf 17 Prozent (2019) zu.





## 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 („im Stadtteil“, „in der Innenstadt“, „in Einkaufszentren am Stadtrand“, „außerhalb der Stadt“, „online im Internet“). Dabei konnten für jede Waren-/Artikelgruppe mehrere Einkaufsorte genannt werden (Mehrfachnennungen möglich).

#### Stadtteil

- ▶ Innerhalb des eigenen Stadtteils werden vor allem Produkte der Artikelgruppen „Lebensmittel/Getränke“ und „Kosmetik/Drogerie/Gesundheit“ gekauft: 91 Prozent aller „Lebensmittel und Getränke“ und 81 Prozent aller Artikel aus dem Bereich „Kosmetik/Drogerie/Gesundheit“ werden im eigenen Stadtteil erworben. Auch „Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren“ werden am häufigsten (57 Prozent) im Stadtteil gekauft.

#### Innenstadt

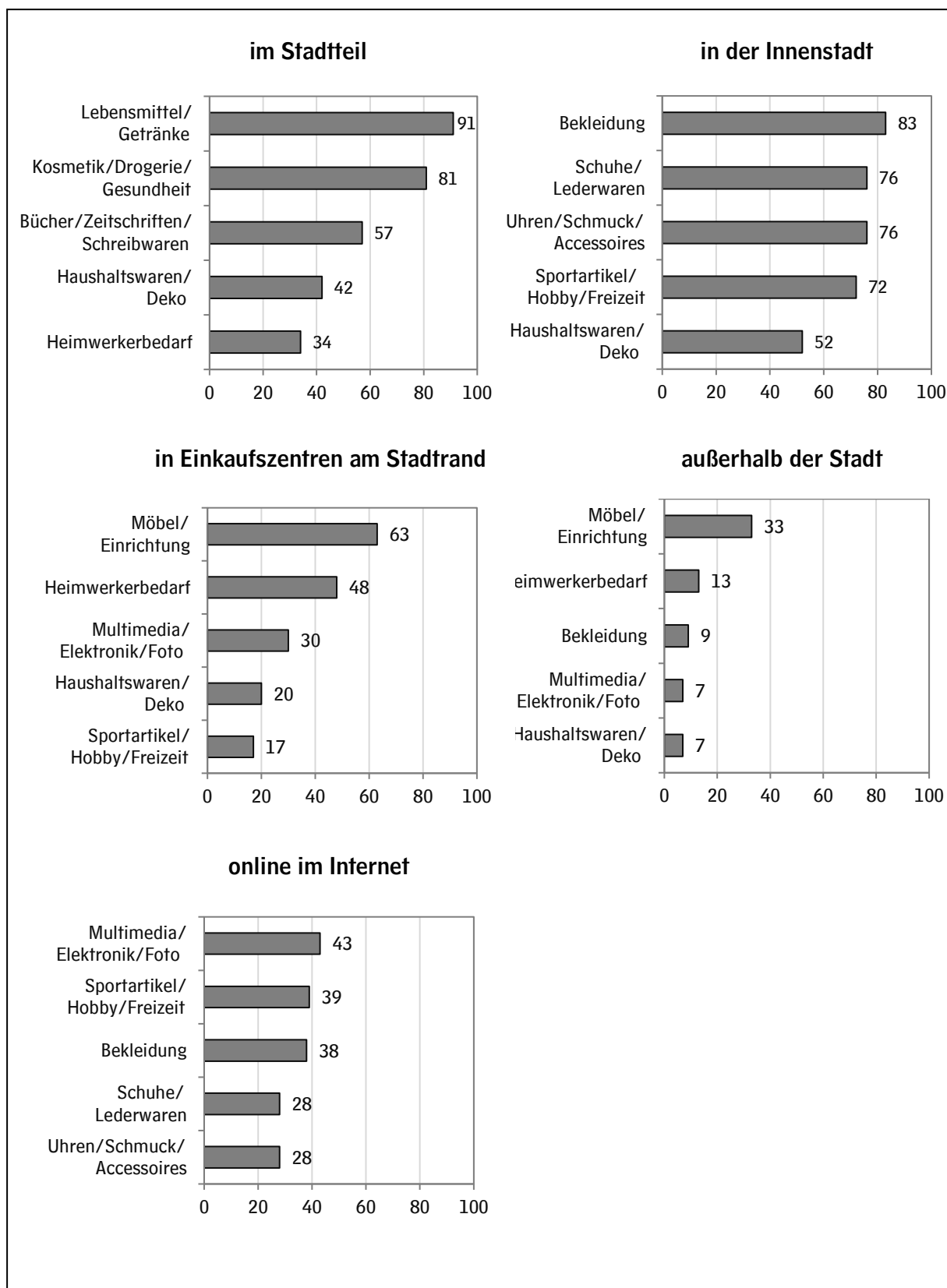
- ▶ Für 6 der 11 abgefragten Artikelgruppen ist die Innenstadt der wichtigste Einkaufsort. Am häufigsten wird in der Innenstadt „Bekleidung“ gekauft, 83 Prozent aller Einwohner\*innen erwerben Produkte aus diesem Bereich in der City.
- ▶ Jeweils etwa drei Viertel aller Befragten kaufen „Schuhe/Lederwaren“ (76 Prozent), „Uhren/Schmuck/Accessoires“ (76 Prozent) sowie Artikel aus dem Bereich „Sportartikel/Hobby/Freizeit“ (72 Prozent) überwiegend in der Innenstadt.
- ▶ Auch beim Einkauf von Produkten aus den Bereichen „Haushaltswaren/Dekoartikel“ (52 Prozent) sowie „Multimedia/Elektronik/Foto“ (51 Prozent) ist die Innenstadt der bevorzugte Einkaufsort.

#### Einkaufszentren am Stadtrand

- ▶ Produkte aus dem Bereich „Möbel/Einrichtung“ sowie „Heimwerkerbedarf“ bestimmen den Einkauf in den Einkaufszentren am Stadtrand: 63 Prozent („Möbel/Einrichtung“) bzw. 48 Prozent („Heimwerkerbedarf“) aller Einwohner\*innen kaufen diese Produkte aus diesen Waren-/Artikelgruppen am häufigsten in den Einkaufszentren am Stadtrand.

**Abbildung 21: Wichtigste Warengruppen nach Einkaufsorten\* 2019**

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



\* Für jeden Einkaufsort sind jeweils die fünf häufigsten Warengruppen angegeben

Quelle: Repräsentativerhebung 2019

### Außerhalb der Stadt

- ▶ Einkaufsorte außerhalb der Stadt spielen für die Einwohner\*innen der Stadt Hannover keine größere Rolle, am häufigsten werden dort „Möbel/Einrichtungsgegenstände“ (33 Prozent) sowie „Heimwerkerbedarf“ (13 Prozent) außerhalb der Stadt gekauft.

### Online im Internet

- ▶ Zwar ist der Online-Einkauf im Internet bei den befragten Einwohner\*innen der Stadt Hannover für keine der 11 Warengruppen der wichtigste Einkaufsort, dennoch entfallen auf den Bereich „Online-Shopping“ nicht unerhebliche Anteile: So kaufen 43 Prozent aller Einwohner\*innen Artikel aus dem Bereich „Multimedia/Elektronik/Foto“, 39 Prozent aus dem Bereich „Sportartikel/Hobby/Freizeit“ und 38 Prozent Artikel aus dem Bereich „Bekleidung“ online im Internet ein.
- ▶ Zudem erwirbt jeweils gut ein Viertel aller Befragten „Schuhe/Lederwaren“ (28 Prozent), „Uhren/Schmuck/Accessoires“ (28 Prozent) sowie „Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren“ (27 Prozent) per „Online-Shopping“.

**Tabelle 21: Warengruppen nach Einkaufsorten\* 2019**

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

(Markiert ist jeweils nur der wichtigste Einkaufsort)

	im Stadtteil	in der Innenstadt	in Einkaufs- zentren am Stadtrand	außerhalb der Stadt	online im Internet
in %					
Bekleidung	15	83	14	9	38
Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren	57	44	6	3	27
Haushaltswaren/Deko	42	52	20	7	18
Heimwerkerbedarf	34	12	48	13	8
Kosmetik/Drogerie/Gesundheit	81	28	9	3	6
Lebensmittel/Getränke	91	8	13	4	2
Möbel/Einrichtung	8	9	63	33	15
Multimedia/Elektronik/Foto	13	51	30	7	43
Schuhe/Lederwaren	15	76	15	7	28
Sportartikel/Hobby/Freizeit	9	72	17	7	39
Uhren/Schmuck/Accessoires	15	76	8	6	28

\* Markiert ist jeweils der wichtigste Einkaufsort je Warengruppe

Quelle: Repräsentativerhebung 2019

Um die Ergebnisse zu dieser Frage mit den Ergebnissen der Repräsentativerhebung 2015 vergleichen zu können, wurden sie auf eine Basis von 100 Prozent umgerechnet. Hierauf gründen sich die unterschiedlichen Angaben in den Tabellen 21 und 22).

- ▶ Gegenüber 2015 zeigen sich die größten Veränderungen für den Einkaufsort **Innenstadt**: Zwar ist die Innenstadt 2019 immer noch für 6 Warengruppen der wichtigste Einkaufsort, gegenüber 2015 verringerte sich der Anteil der in der Innenstadt gekauften Artikel allerdings auch für 6 Warengruppen. Am deutlichsten sank der Anteil bei Artikeln aus den Bereichen „Multimedia/Elektronik/Foto“ (-5 Prozentpunkte), „Kosmetik/Drogerie/Gesundheit“ (-4 Prozentpunkte), „Möbel/Einrichtung“ (-4 Prozentpunkte) sowie „Uhren/Schmuck/Accessoires“ (-4 Prozentpunkte).
- ▶ Innerhalb des eigenen **Stadtteils** wurden gegenüber 2015 mehr „Lebensmittel und Getränke“ (+4 Prozentpunkte) und mehr Artikel aus dem Bereich „Kosmetik/Drogerie/Gesundheit“ (+3 Prozentpunkte) gekauft, zugleich verringerte sich der Anteil der im Stadtteil gekauften Produkte aus dem Bereich „Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren“ (-4 Prozentpunkte).
- ▶ In den **Einkaufszentren am Stadtrand** wurden gegenüber 2015 weniger „Lebensmittel und Getränke“ (-3 Prozentpunkte) erworben.
- ▶ Der Anteil der **Online-Einkäufe** erhöhte sich gegenüber 2015 mit Ausnahme von 3 Warengruppen, in denen der Anteil unverändert blieb, durchgängig. Am deutlichsten nahm dabei der Anteil von Artikeln aus den Warengruppen „Uhren/Schmuck/Accessoires“ (+6 Prozentpunkte) „Bekleidung“, „Möbel/Einrichtung“, „Multimedia/Elektronik/Foto“ sowie „Schuhe/Lederwaren“ (jeweils +3 Prozentpunkte) zu.

**Tabelle 22: Warengruppen\* nach Einkaufsorten 2015 und 2019**

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

	im Stadtteil		in der Innenstadt		in Einkaufszentren am Stadtrand		außerhalb der Stadt		online im Internet	
	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019
Bekleidung	8	9	54	52	11	9	6	6	21	24
Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren	46	42	30	32	4	4	2	2	18	20
Haushaltswaren/Deko	29	30	39	38	16	15	5	5	11	13
Heimwerkerbedarf	27	29	12	10	44	42	11	11	7	7
Kosmetik/Drogerie/Gesundheit	61	64	26	22	7	7	2	2	5	5
Lebensmittel/Getränke	73	77	10	7	14	11	3	3	1	1
Möbel/Einrichtung	7	6	11	7	47	49	26	26	9	12
Multimedia/Elektronik/Foto	10	9	40	35	20	21	3	5	27	30
Schuhe/Lederwaren	9	11	57	54	12	11	6	5	17	20
Sportartikel/Hobby/Freizeit	7	7	52	50	11	12	4	5	26	27
Uhren/Schmuck/Accessoires	13	11	61	57	6	6	5	5	15	21

\* Die Markierungen zeigen Veränderungen je Warengruppe von +/-3 Prozentpunkten und mehr von 2015 auf 2019

Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

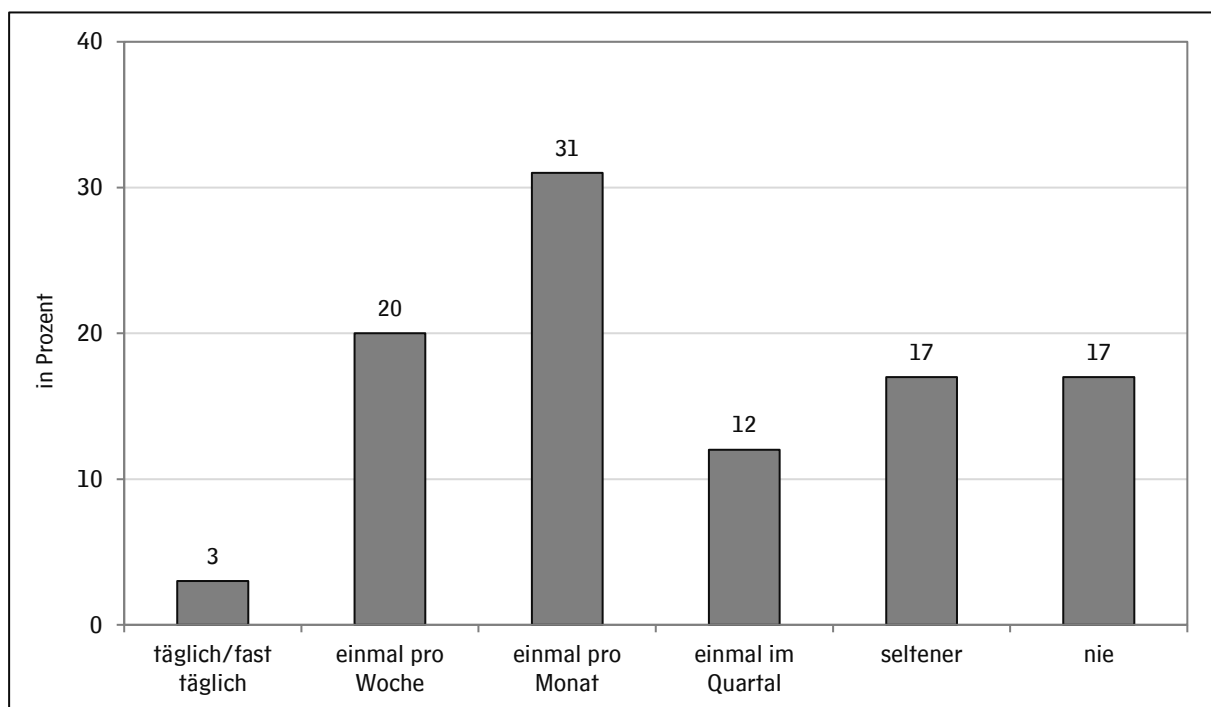
## 6.2 Online-Shopping

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

- ▶ Knapp ein Viertel aller Einwohner\*innen (23 Prozent) kauft mindestens einmal pro Woche online ein, davon 3 Prozent täglich oder fast täglich und 20 Prozent einmal pro Woche.
- ▶ Knapp ein Drittel aller Befragten (31 Prozent) tätigt einmal monatlich einen Online-Einkauf, 12 Prozent einmal im Quartal.
- ▶ 17 Prozent aller Einwohner\*innen shoppen seltener als einmal im Quartal online, weitere 17 Prozent nutzen das Internet nie zum Einkaufen.

**Abbildung 22: Häufigkeit des Online-Shoppings 2019**

(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Gegenüber 2015 erhöhte sich der Anteil derjenigen, die zumindest ab und zu online shoppen, um 7 Prozentpunkte von 76 auf 83 Prozent. Zugleich reduzierte sich der Anteil derjenigen, die das Internet nie zum Einkaufen nutzen, um den gleichen Anteil von 24 auf 17 Prozent.
- ▶ Der Anteil derjenigen Einwohner\*innen, die mindestens einmal pro Woche online etwas einkaufen, erhöhte sich von 20 Prozent im Jahr 2015 um 3 Prozentpunkte auf 23 Prozent im Jahr 2019. Auch der Anteil der Befragten, die einmal monatlich einen Online-Einkauf tätigen, erhöhte sich um 4 Prozentpunkte von 27 auf 31 Prozent.

**Tabelle 23: Häufigkeit des Online-Shoppings 2015 und 2019**  
(Angaben in Prozent)

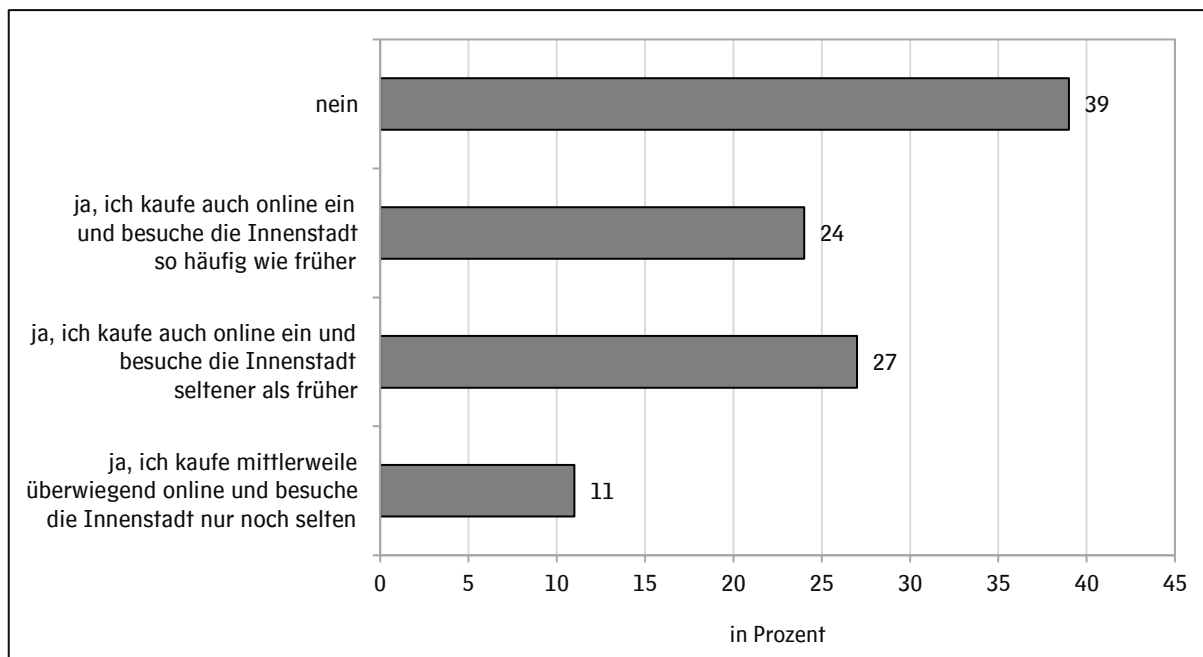
	2015	2019
täglich/fast täglich	2	3
einmal pro Woche	18	20
einmal pro Monat	27	31
einmal im Quartal	14	12
seltener	15	17
nie	24	17
Insgesamt	100	100

Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

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

- ▶ Trotz der Möglichkeit, viele Artikel auch online kaufen zu können, kommen 63 Prozent aller Einwohner\*innen nach eigener Einschätzung genauso häufig wie früher zum Einkaufen in die Innenstadt. Davon geben 39 Prozent der Befragten an, dass sich ihr Einkaufsverhalten sogar überhaupt nicht verändert hat. Ein weiteres knappes Viertel (24 Prozent) nutzt zwar die Möglichkeiten des Online-Shoppings, besucht die Innenstadt Hannovers aber nicht seltener als vorher.
- ▶ Bei 38 Prozent der Einwohner\*innen hat die Möglichkeit, Artikel auch online einkaufen zu können, dazu geführt, dass sie seltener zum Einkaufen in die Innenstadt Hannovers kommen. Davon kaufen 27 Prozent sowohl in der Innenstadt als auch online ein, kommen aber seltener als früher in die City und 11 Prozent kaufen überwiegend online ein und kommen deshalb nur noch selten in die City.

**Abbildung 23: Veränderung der Besuchshäufigkeit der Innenstadt durch die Möglichkeit des Online-Shoppings 2019 (Angaben in Prozent)**



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ 63 Prozent aller Einwohner\*innen kommen nach eigener Einschätzung genauso häufig wie früher zum Einkaufen in die Innenstadt, der vergleichbare Anteil lag 2015 bei 69 Prozent (-6 Prozentpunkte).
- ▶ Insbesondere verringerte sich dabei der Anteil derjenigen, die angaben, dass sich ihr Einkaufsverhalten überhaupt nicht verändert habe, um 10 Prozentpunkte von 49 auf 39 Prozent, während der Anteil derjenigen, die das Online-Shopping zwar nutzt, die Innenstadt aber genauso häufig wie früher besucht, um 4 Prozentpunkte von 20 auf 24 Prozent wuchs.
- ▶ Der Anteil derjenigen, die das Online-Shopping nutzt und die Innenstadt aus diesem Grunde seltener als früher besucht erhöhte sich um 5 Prozentpunkte von 22 auf 27 Prozent.

**Tabelle 24: Veränderung der Besuchshäufigkeit der Innenstadt durch die Möglichkeit des Online-Shoppings 2015 und 2019 (Angaben in Prozent)**

	2015	2019
nein	49	39
ja, ich kaufe auch online ein und besuche die Innenstadt so häufig wie früher	20	24
ja, ich kaufe auch online ein und besuche die Innenstadt seltener als früher	22	27
ja, ich kaufe überwiegend online und besuche die Innenstadt nur noch selten	8	11

Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019



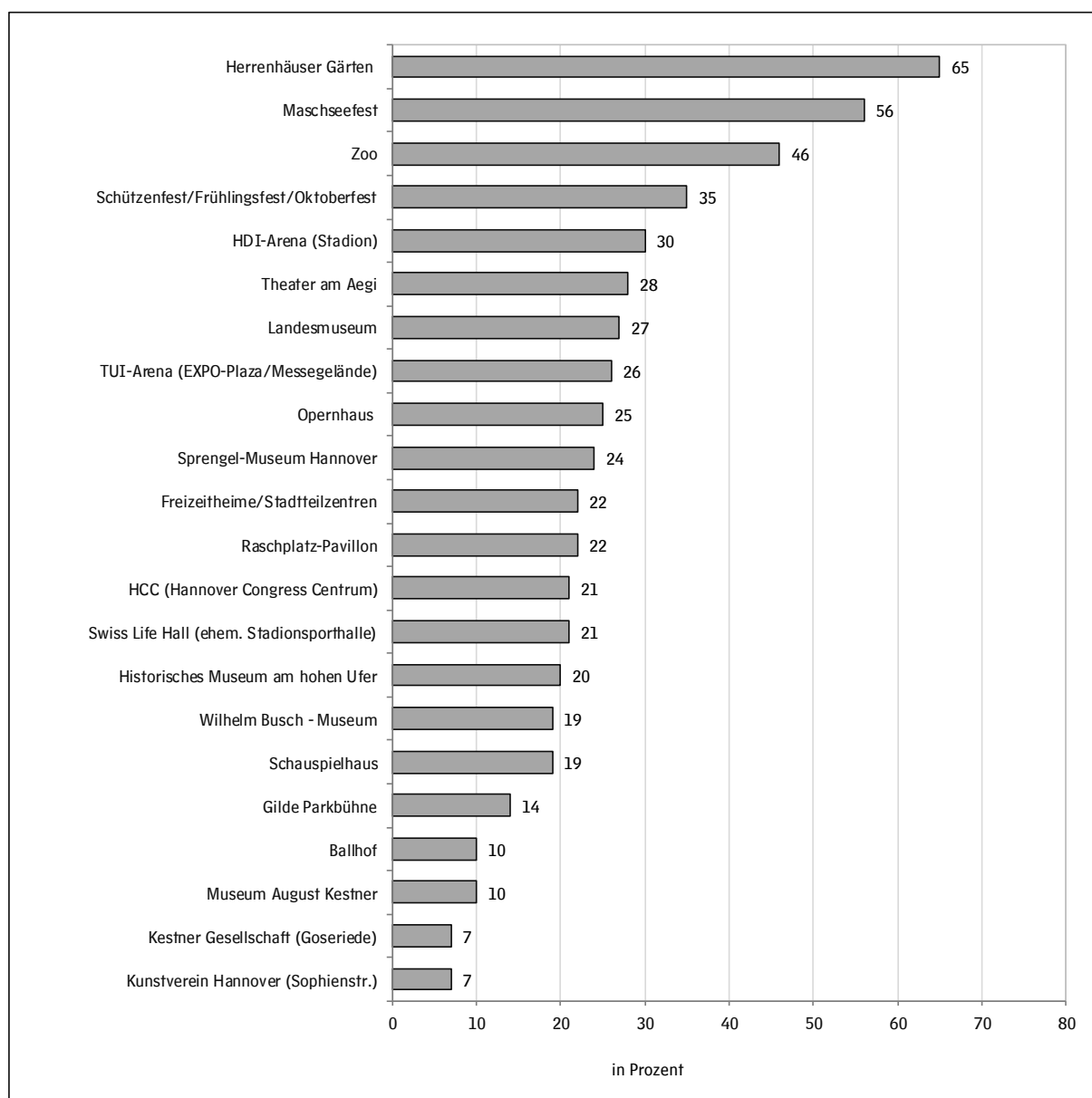


## 7. Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungen

**Frage: „Welche der folgenden Einrichtungen und Veranstaltungsorte in Hannover haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate besucht?“**

Bei dieser Frage waren 22 Einrichtungen und Veranstaltungsorte vorgegeben. Die Befragten wurden gebeten, alle Einrichtungen und Orte anzugeben, die sie in den letzten 12 Monaten besucht hatten.

**Abbildung 24: Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungsorte 2019**  
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Die Reihenfolge der am häufigsten besuchten Veranstaltungsorte hat sich gegenüber der letzten Repräsentativerhebung 2015 auf den ersten fünf Plätzen nicht verändert, bei allen fünf handelt es sich um Veranstaltungsorte, an denen die Veranstaltungen primär im Freien stattfinden.
- ▶ Knapp zwei Drittel aller Einwohner\*innen (65 Prozent) besuchten in den letzten 12 Monaten die Herrenhäuser Gärten und deutlich mehr als die Hälfte aller Befragten (56 Prozent) war ein- oder mehrmals auf dem Maschseefest. Auf dem dritten Platz folgt der Zoo: 46 Prozent der Einwohner\*innen waren in den letzten 12 Monaten mindestens einmal dort.
- ▶ Mehr als ein Drittel aller Befragten (35 Prozent) statteten dem Schützen-, Frühlings- oder Oktoberfest einen Besuch ab und 30 Prozent aller Einwohner\*innen waren in den letzten 12 Monaten in der HDI-Arena (Stadion) um dort ein Fußballspiel zu sehen oder ein Konzert zu besuchen.
- ▶ Anteile von mehr als 25 Prozent weisen danach das Theater am Aegi (28 Prozent), das Landesmuseum (27 Prozent), die TUI-Arena an der EXPO-Plaza/Messegelände (26 Prozent) sowie das Opernhaus (25 Prozent) auf.

**Tabelle 25: Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungsorte 2005 bis 2019**  
(Angaben in Prozent)

	2005	2008	2011	2015	2019
Herrenhäuser Gärten	43	47	63	68	<b>65</b>
Maschseefest	51	55	56	58	<b>56</b>
Zoo	52	51	55	46	<b>46</b>
Schützenfest/Frühlingsfest/Oktoberfest	-	37	36	37	<b>35</b>
HDI-Arena (Stadion)	22	27	31	31	<b>30</b>
Theater am Aegi	24	20	20	25	<b>28</b>
Landesmuseum	27	25	23	27	<b>27</b>
TUI-Arena (an der EXPO-Plaza/Messegelände)	17	16	20	23	<b>26</b>
Opernhaus	24	24	23	24	<b>25</b>
Sprengel-Museum Hannover	21	17	19	18	<b>24</b>
Freizeitheim/Stadtteilzentren	-	-	18	22	<b>22</b>
Raschplatz-Pavillon	16	17	17	21	<b>22</b>
Swiss Life Hall (ehem. Stadionsporthalle)	8	17	19	20	<b>21</b>
HCC (Hannover Congress Centrum)	-	-	-	-	<b>21</b>
Historisches Museum am hohen Ufer	18	19	21	20	<b>20</b>
Wilhelm Busch - Deutsches Museum für Karikatur und Zeichenkunst	16	20	15	19	<b>19</b>
Schauspielhaus	20	18	15	15	<b>19</b>
Gilde Parkbühne	-	18	13	16	<b>14</b>
Ballhof	9	13	11	12	<b>10</b>
Museum August Kestner (Kestner-Museum)	9	12	10	10	<b>10</b>
Kestner Gesellschaft (Goseriede)	-	8	6	6	<b>7</b>
Kunstverein Hannover (Sophienstr.)	-	-	6	5	<b>7</b>

Quelle: Repräsentativerhebung 2005 bis 2019

- ▶ Insgesamt sind die Besuchszahlen bei den befragten Einwohner\*innen für fast alle Einrichtungen und Veranstaltungsorte gegenüber 2015 auf dem gleichen Niveau verblieben bzw. veränderten sich nur sehr geringfügig. Bei 11 der 22 Einrichtungen bzw. Veranstaltungsorte lag die Veränderung bei maximal +/- 1 Prozentpunkt, bei weiteren 5 bei +/- 2 Prozentpunkten.
- ▶ Der deutlichste Zuwachs gegenüber 2015 entfiel auf das Sprengel-Museum. Wurde dies 2015 noch von 18 Prozent aller Befragten in den letzten 12 Monaten besucht, waren es 2019 24 Prozent. Möglicherweise gründet sich dieser Zuwachs um 6 Prozentpunkte auf den Anbau des Museums, der im September 2015 eröffnet wurde.
- ▶ Auch das Schauspielhaus wurde von den Befragten 2019 häufiger (19 Prozent) als 2015 (15 Prozent) besucht.
- ▶ Zuwächse von 3 Prozentpunkten entfallen auf das Theater am Aegi (von 25 auf 28 Prozent) sowie die TUI-Arena an der EXPO-Plaza/Messegelände (von 23 auf 26 Prozent).
- ▶ Der vergleichsweise stärkste Rückgang bei den befragten Einwohner\*innen entfiel auf die Herrenhäuser Gärten (-3 Prozentpunkte von 68 auf 65 Prozent), wobei diese dennoch mit Abstand der am häufigsten besuchte Veranstaltungsort sind.



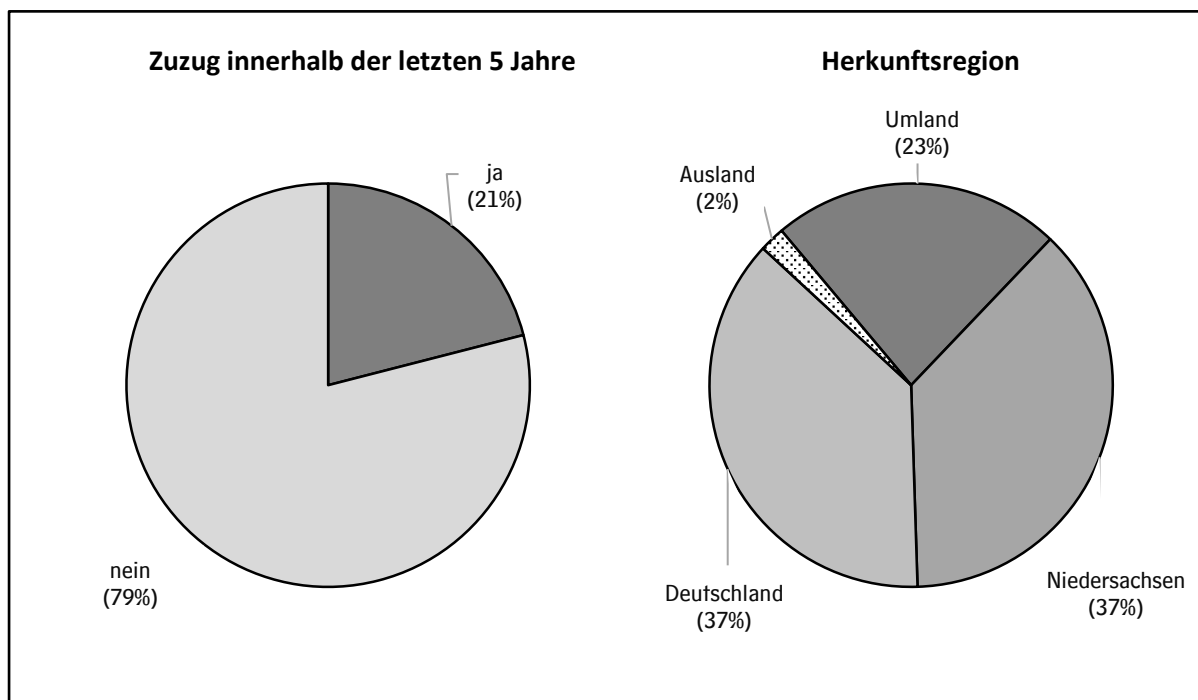
## 8. Umzugsmotive zugezogener Einwohner\*innen

Frage: „Sind Sie innerhalb der letzten 5 Jahre aus einer anderen Stadt/Gemeinde nach Hannover zugezogen?“

Frage: „Falls ja, wo haben Sie vor Ihrem Zuzug nach Hannover gewohnt?“

- ▶ Etwa ein Fünftel (21 Prozent) aller befragten Einwohner\*innen (ohne Migrationshintergrund) ist innerhalb der letzten 5 Jahre nach Hannover zugezogen.

**Abbildung 25: Anteil der innerhalb der letzten 5 Jahre zugezogenen Einwohner\*innen an allen Einwohner\*innen sowie Herkunftsregion der zugezogenen Einwohner\*innen 2019 (Angaben in Prozent)**



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

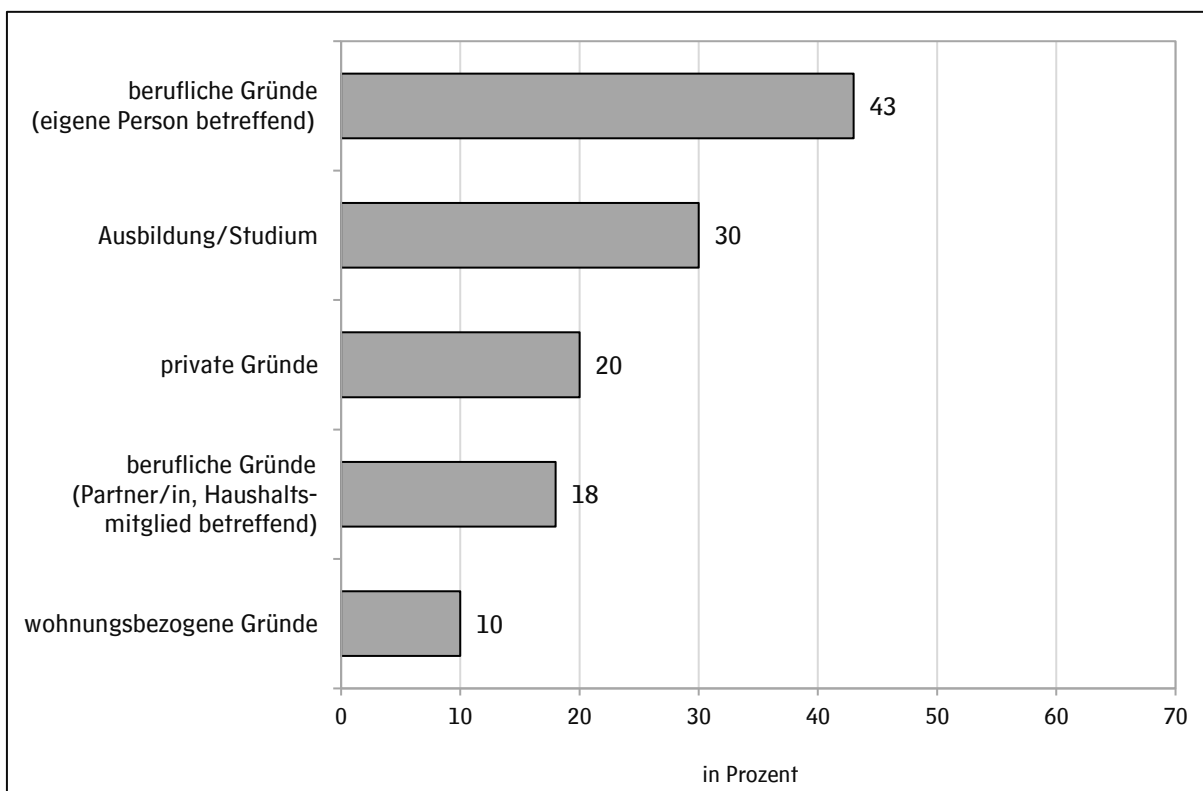
- ▶ Davon kamen jeweils etwas mehr als ein Drittel aller Zugezogenen (je 37 Prozent) aus Niedersachsen (außerhalb der Region Hannover) bzw. aus Deutschland (außerhalb von Niedersachsen).
- ▶ Ein knappes Viertel (23 Prozent) aller zugezogenen Einwohner\*innen zog aus dem Umland der Stadt Hannover (Region Hannover ohne die Stadt Hannover) zu.
- ▶ 2 Prozent aller Zugezogenen kam aus dem Ausland. Bei diesem Anteil ist zu berücksichtigen, dass sich die Ergebnisse nicht auf alle Einwohner\*innen beziehen, sondern - wie einleitend in Kapitel 2 dargestellt - nur auf die Gruppe der über-18-jährigen Einwohner\*innen ohne Migrationshintergrund.

**Frage: „Falls ja, aus welchem Grund sind Sie innerhalb der letzten 5 Jahre nach Hannover zugezogen?“**

Bei der Frage nach den Zuzugsmotiven waren Mehrfachantworten möglich, im Durchschnitt gaben die Befragten 1,2 Antworten zu dieser Frage.

- ▶ 43 Prozent aller befragten Zugezogenen zogen aus beruflichen Gründen nach Hannover, bei 18 Prozent aller befragten Einwohner\*innen waren berufsbezogene Gründe der Partnerin/des Partners oder der eines anderen Haushaltsmitglieds das Motiv für den Zuzug.
- ▶ 30 Prozent aller innerhalb der letzten 5 Jahre zugezogenen Befragten kamen nach Hannover, um eine Ausbildung oder ein Studium zu beginnen oder fortzusetzen.
- ▶ Bei 20 Prozent aller innerhalb der letzten 5 Jahre zugezogenen Einwohner\*innen waren private Gründe ausschlaggebend.
- ▶ 10 Prozent der Befragten gaben wohnungsbezogene Gründe als Zuzugsmotiv an.

**Abbildung 26: Umzugsmotive von innerhalb der letzten 5 Jahre zugezogenen Einwohner\*innen 2019 (Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)**



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

## 9. Verkehrsmittelwahl

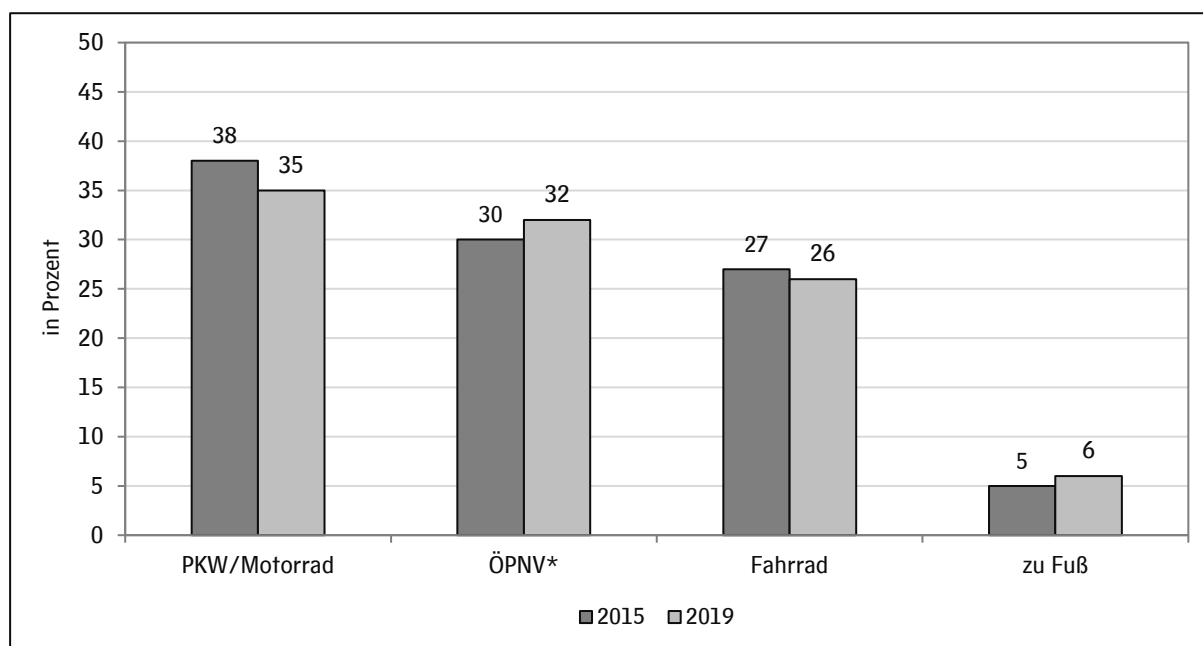
### 9.1 Verkehrsmittelwahl nach Anlässen

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

#### Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeits- /Ausbildungsstätte

- ▶ Die am häufigsten genutzten Verkehrsmittel für den Weg zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte sind PKW und Motorrad, 35 Prozent aller Einwohner\*innen nutzen diese Verkehrsmittel, um zur Arbeit oder Ausbildungsstätte zu kommen. Fast ebenso häufig (32 Prozent) wird der ÖPNV für diesen Weg genutzt.
- ▶ Gut ein Viertel (26 Prozent) aller Befragten fährt mit dem Fahrrad zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte, 6 Prozent gehen zu Fuß.
- ▶ Gegenüber 2015 verringerte sich der Anteil derjenigen, die einen PKW oder ein Motorrad für den Weg zur Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte nutzen, um 3 Prozentpunkte von 38 auf 35 Prozent, während sich zugleich der Anteil der ÖPNV-Nutzer\*innen um 2 Prozentpunkte von 30 auf 32 Prozent erhöhte.

**Abbildung 27: Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeits- /Ausbildungsstätte 2015 und 2019 (Angaben in Prozent)**



\* Stadtbahn, Bus, S-Bahn

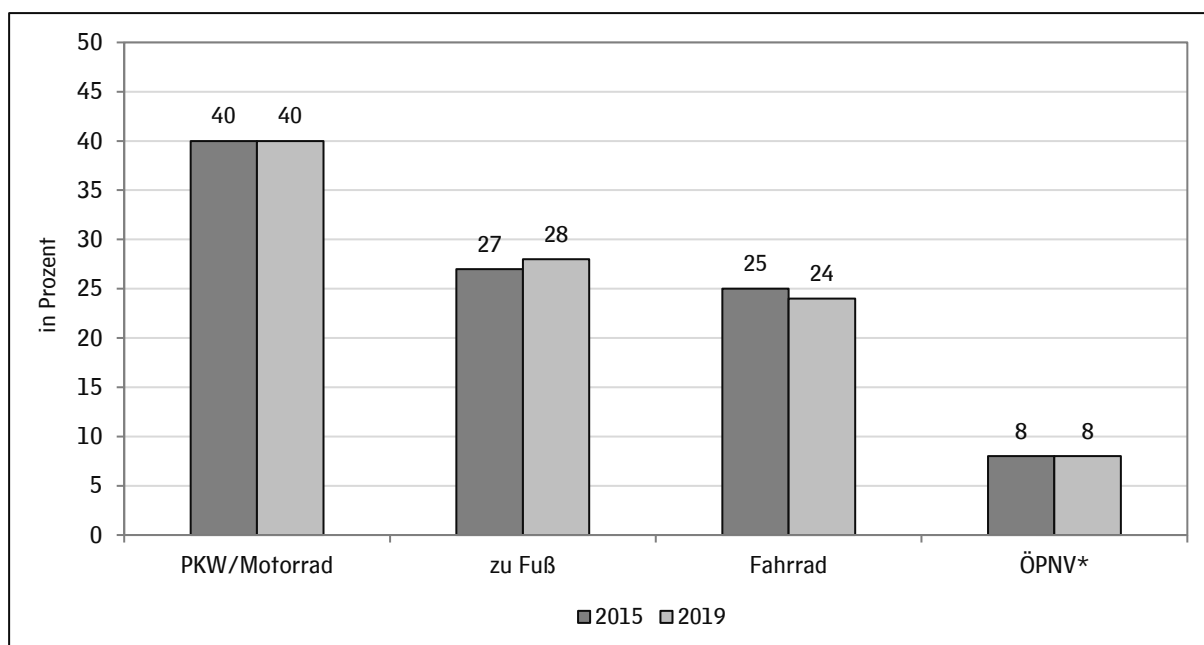
Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019



## Verkehrsmittelwahl für Einkäufe/Besorgungen

- ▶ Die Wahl des Verkehrsmittels für Einkäufe und Besorgungen veränderte sich gegenüber 2015 kaum: Sowohl 2015 als auch 2019 werden PKW/Motorrad mit einem Anteil von 40 Prozent hierfür am häufigsten benutzt.
- ▶ 28 Prozent aller Einwohner\*innen erledigen 2019 Einkäufe und Besorgungen zu Fuß (2015: 27 Prozent), 24 Prozent mit dem Fahrrad (2015: 25 Prozent).
- ▶ Der ÖPNV wird 2019 wie schon 2015 von 8 Prozent aller Einwohner\*innen für Einkäufe und Besorgungen genutzt.

**Abbildung 28: Verkehrsmittelwahl für Einkäufe/Besorgungen 2015 und 2019**  
(Angaben in Prozent)



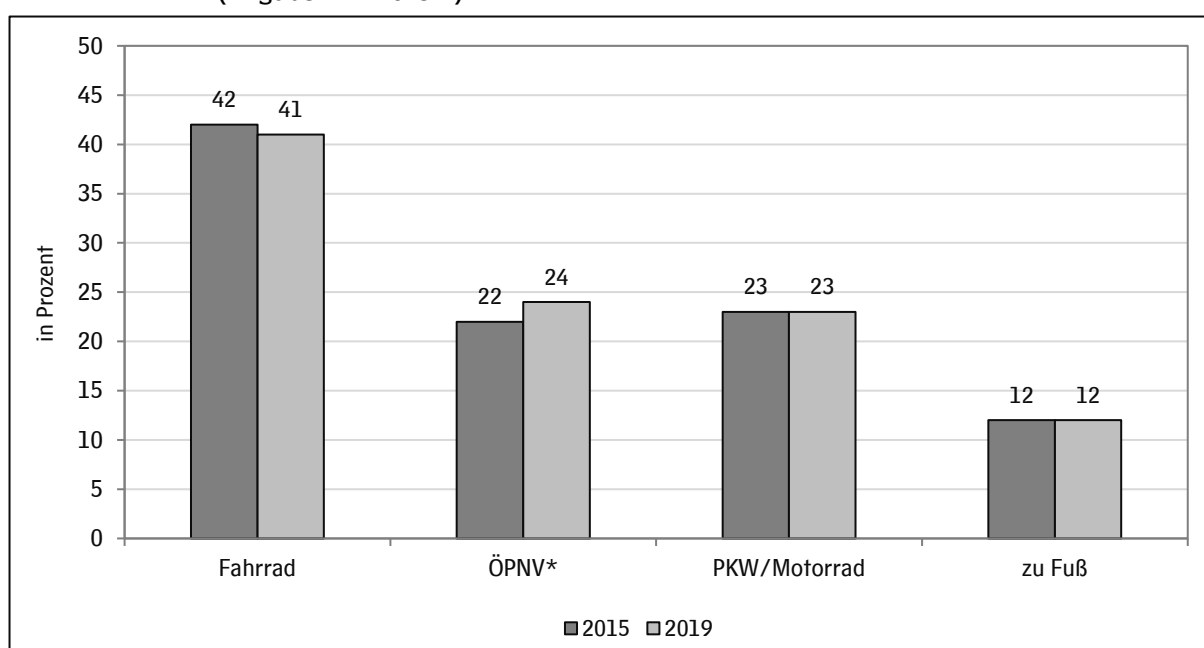
\* Stadtbahn, Bus, S-Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

### Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten

- ▶ In der Freizeit ist das Fahrrad das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel, 41 Prozent der Einwohner\*innen nutzen es für Freizeitaktivitäten (2015: 42 Prozent).
- ▶ Die Nutzung des ÖPNV in der Freizeit liegt 2019 bei 24 Prozent und erhöhte sich gegenüber 2015 leicht um 2 Prozentpunkte.
- ▶ 23 Prozent der Befragten nutzen 2019 in der Freizeit einen PKW oder ein Motorrad, 12 Prozent gehen zu Fuß. Gegenüber 2015 blieben beide Anteile konstant.

**Abbildung 29: Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten 2015 und 2019**  
(Angaben in Prozent)



\* Stadtbahn, Bus, S-Bahn

Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

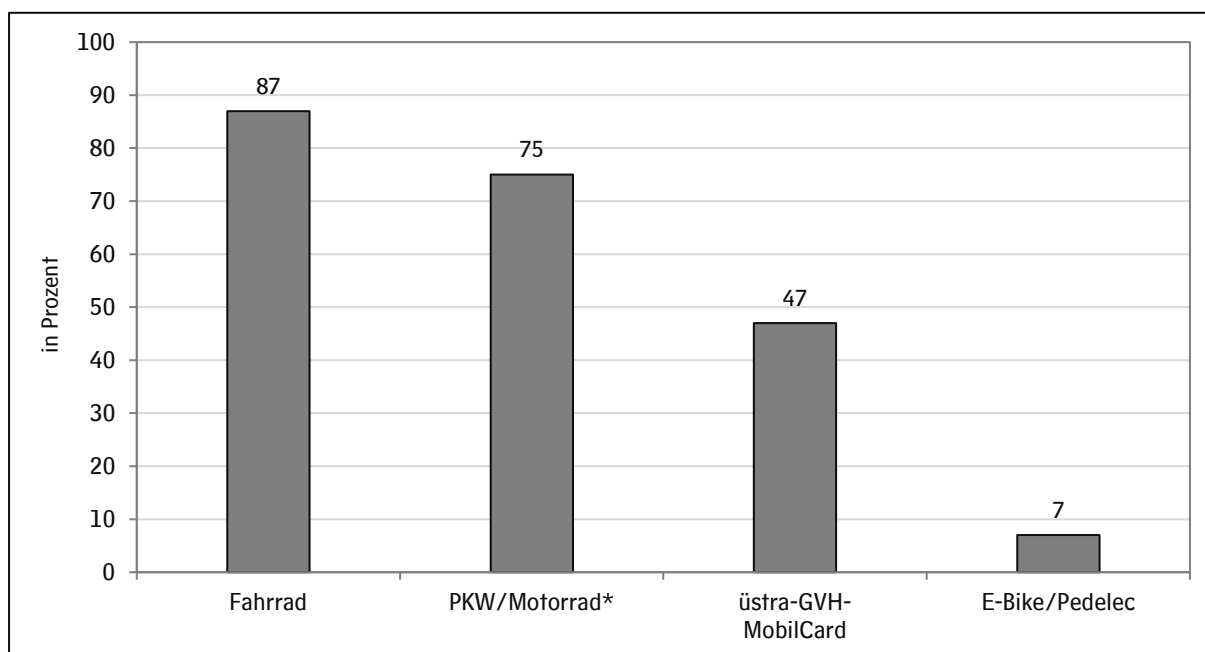
## 9.2 Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel/Carsharing

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

Bei dem Ergebnis zu dieser Frage ist zu berücksichtigen, dass nur das Vorhandensein der unterschiedlichen Verkehrsmittel im Haushalt abgefragt wurde, nicht aber die genaue Zahl der jeweils im Haushalt zur Verfügung stehenden Verkehrsmittel. So können im Haushalt von Befragten, die die Kategorie „PKW/Motorrad“ markieren, auch mehrere „PKWs“ bzw. „Motorräder“ vorhanden sein. Zudem wurden „PKWs“, „Motorräder“, „Mopeds“ und „Mofas“ zu einer Kategorie zusammengefasst.

**Abbildung 30: Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel 2019**

(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



\* incl. Moped/Mofa

Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Das am häufigsten im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel ist das Fahrrad, 87 Prozent aller Haushalte nutzen ein oder mehrere Fahrräder.
- ▶ Drei von vier Haushalten (75 Prozent) stehen im Haushalt ein oder mehrere PKWs bzw. Motorräder zur Verfügung, knapp die Hälfte aller Haushalte (47 Prozent) nutzt eine üstra-GVH-Mobilcard (Monatskarte).
- ▶ In 7 Prozent aller Haushalte sind ein oder mehrere E-Bikes/Pedelecs vorhanden.

**Tabelle 26: Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel 2015 und 2019**  
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)

	2015	2019
Fahrrad	88	87
PKW/Motorrad/Moped/Mofa	73	75
üstra-/GVH-MobilCard	43	47
E-Bike/Pedelec	4	7
Insgesamt	208	216

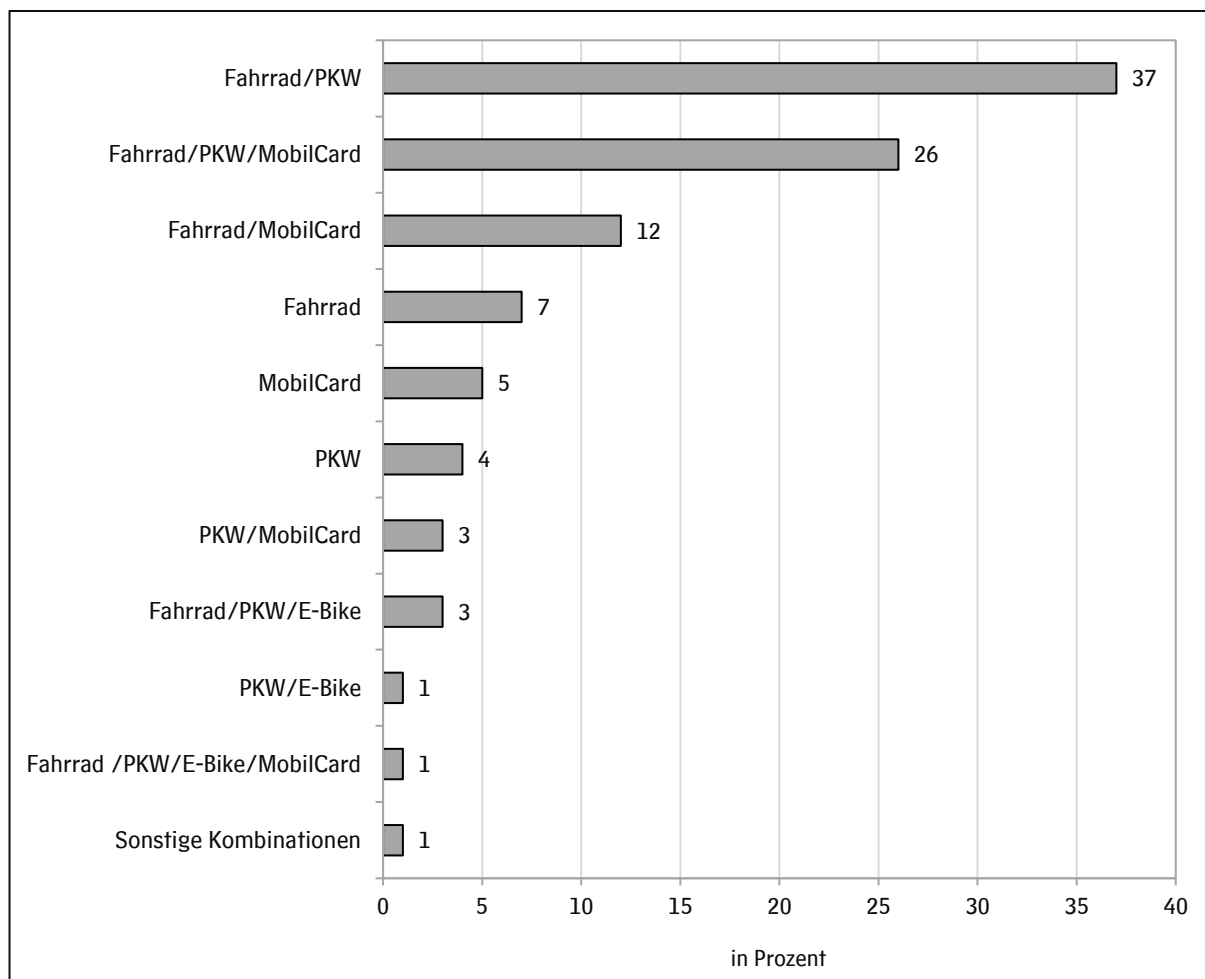
Quelle: Repräsentativerhebungen 2015 und 2019

- ▶ Gegenüber 2015 hat sich die durchschnittliche Anzahl der im Haushalt vorhandenen Verkehrsmittel von durchschnittlich 2,08 auf 2,16 erhöht.
- ▶ Dabei nahm am deutlichsten der Anteil der Haushalte zu, die über eine üstra-GVH-Mobilcard (Monatskarte) verfügen können: Von 2015 auf 2019 erhöhte sich dieser Anteil um 4 Prozentpunkte von 43 auf 47 Prozent.
- ▶ Auch der Anteil der Haushalte, denen im Haushalt ein E-Bike/Pedelec zur Verfügung steht, erhöhte sich von 2015 bis 2019 um 3 Prozentpunkte von 4 auf 7 Prozent. Zugleich verringerte sich der Anteil der Haushalte mit einem oder mehreren Fahrrädern leicht von 88 auf 87 Prozent (- 1 Prozentpunkt).
- ▶ Der Anteil der Haushalte mit einem oder mehreren PKWs, Motorrädern, Mopeds oder Mofas erhöhte sich um 2 Prozentpunkte von 73 auf 75 Prozent.

### Kombinationen der im Haushalt vorhandenen Verkehrsmittel/MobilCard-Besitz

- ▶ In 37 Prozent aller Haushalte ist sowohl ein Fahrrad als auch ein PKW (oder Motorrad, Moped, Mofa) vorhanden. In 26 Prozent aller Haushalte ist neben Fahrrad und PKW (oder Motorrad, Moped, Mofa) auch eine üstra-/GVH-MobilCard (Monatskarte) vorhanden.
- ▶ 12 Prozent aller Haushalte steht ein Fahrrad und eine üstra-/GVH-MobilCard (Monatskarte) zur Verfügung.
- ▶ 16 Prozent aller Haushalte steht nur ein Verkehrsmittel zur Verfügung, davon 7 Prozent ein Fahrrad, 5 Prozent eine üstra-/GVH-MobilCard (Monatskarte) und 4 Prozent ein PKW (oder Motorrad, Moped, Mofa).

**Abbildung 31: Kombinationen der im Haushalt vorhandenen Verkehrsmittel/MobilCard-Besitz\* 2019 (Angaben in Prozent)**



\*MobilCard = üstra-/GVH-MobilCard (Monatskarte)

Kategorie PKW incl. Motorrad, Moped, Mofa; Kategorie E-Bike incl. Pedelec

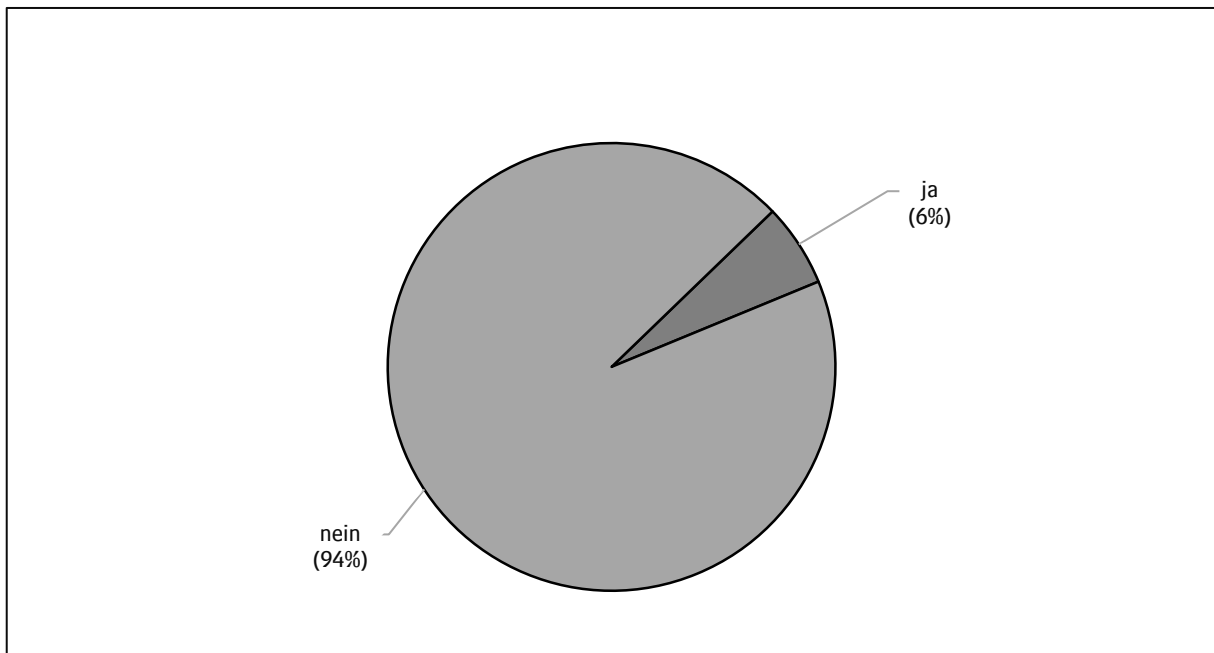
Quelle: Repräsentativerhebung 2019

**Frage: „Nutzen Sie oder andere Haushaltsmitglieder Carsharing?“**

Diese Frage wurde erstmals im Rahmen der Repräsentativerhebung gestellt, aus diesem Grunde liegen keine Vergleichsdaten für die Vorjahre vor.

- ▶ 6 Prozent der befragten Einwohner\*innen geben an, dass sie oder ein anderes Haushaltsmitglied Carsharing nutzen.

**Abbildung 32: Nutzung von Carsharing im Haushalt 2019** (Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

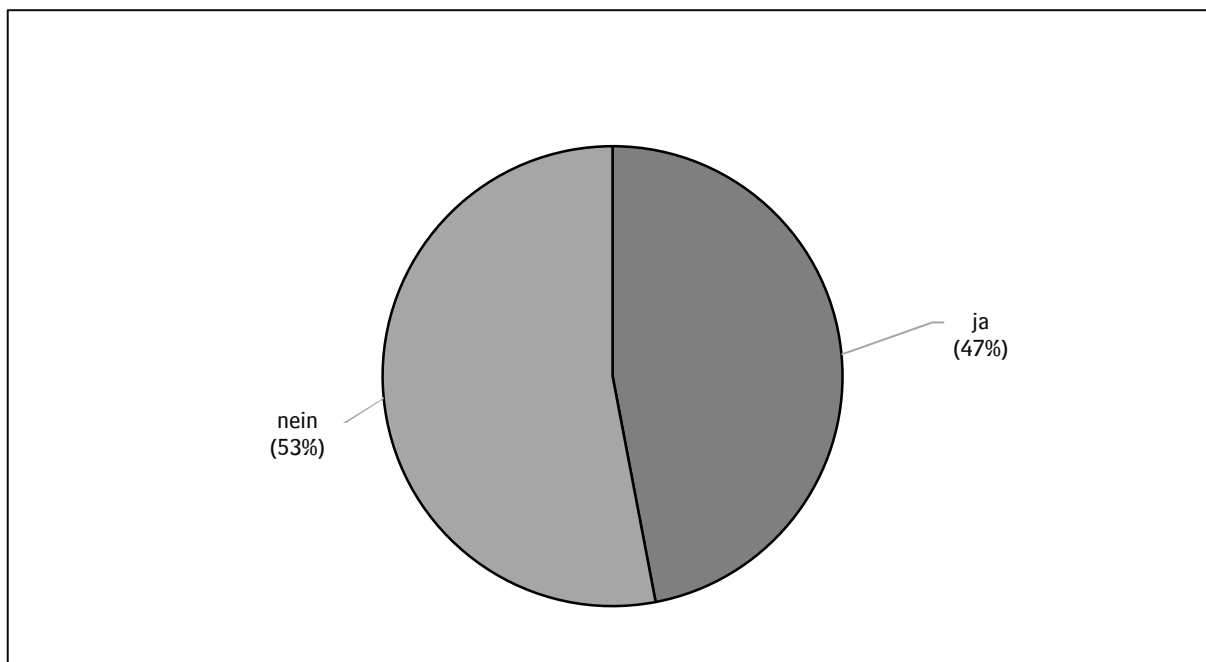


## 10. Bewerbung zur „Kulturhauptstadt Europas 2025“

Im Jahr 2025 darf Deutschland – neben Slowenien – wieder eine Kulturhauptstadt für Europa benennen. Hierfür hat sich u.a. die Landeshauptstadt Hannover beworben, im Jahr 2020 soll der deutsche Bewerber ausgewählt werden.

Frage: „Ist Ihnen bekannt, dass sich die Landeshauptstadt Hannover um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025 bewirbt?“

Abbildung 33: Kenntnis der Bewerbung Hannovers zur „Kulturhauptstadt Europas 2025“  
(Angaben in Prozent)



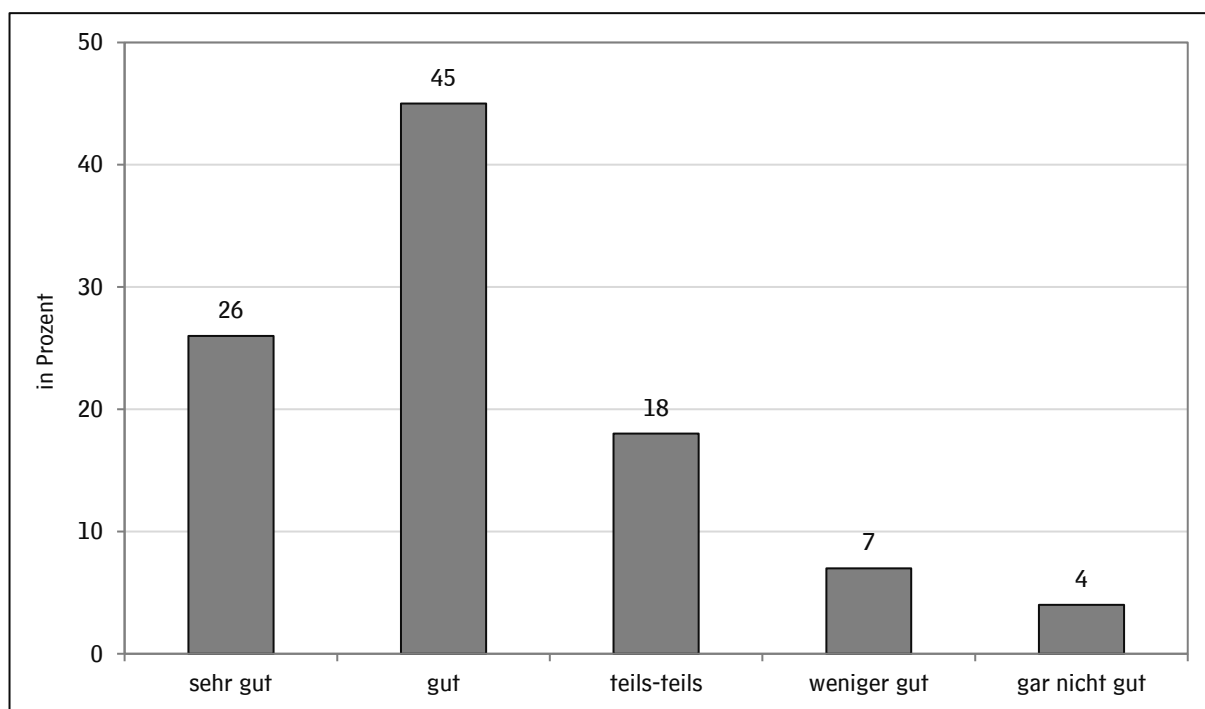
Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Knapp der Hälfte aller Einwohner\*innen (47 Prozent) ist bekannt, dass sich die Stadt Hannover um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ bewirbt.



Frage: „Wie finden Sie es, dass sich die Landeshauptstadt Hannover um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ bewirbt?“

Abbildung 34: Bewertung der Bewerbung Hannovers um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ (Angaben in Prozent)

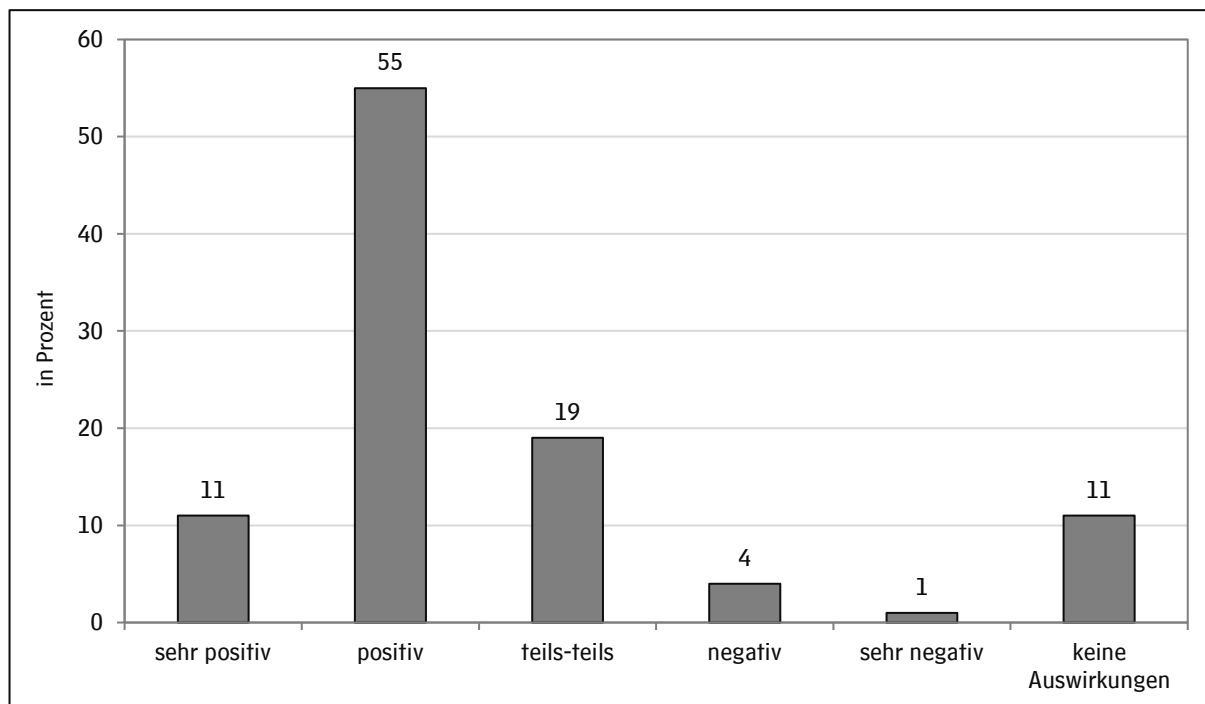


Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ 71 Prozent aller Einwohner\*innen bewerten die Bewerbung Hannovers um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ positiv („sehr gut“ oder „gut“), davon 26 Prozent als „sehr gut“.
- ▶ 18 Prozent der Befragten sehen sowohl Vor- als auch Nachteile („teils-teils“) und 11 Prozent aller Einwohner\*innen geben eine negative Bewertung („weniger gut“ oder „gar nicht gut“) ab.

Frage: „Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Bewerbung um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ auf die Entwicklung der Stadt auswirken?“

Abbildung 35: Vermutete Auswirkungen der Bewerbung Hannovers zur „Kulturhauptstadt Europas 2025“ auf die Entwicklung der Stadt Hannover (Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Zwei Drittel (66 Prozent) aller Befragten glauben, dass sich die Bewerbung Hannovers um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ positiv („sehr positiv“ und „positiv“) auf die Entwicklung der Stadt auswirken wird, davon erwarten 11 Prozent eine „sehr positive“ Entwicklung.
- ▶ Etwa ein Fünftel aller Einwohner\*innen (19 Prozent) ist der Meinung, dass die Bewerbung sowohl positive als auch negative Auswirkungen haben wird.
- ▶ 5 Prozent aller Befragten befürchten negative („negativ“ oder „sehr negativ“) Effekte für die Stadtentwicklung und 11 Prozent aller Einwohner\*innen glauben, dass die Bewerbung Hannovers um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“ überhaupt keine Auswirkungen haben wird.



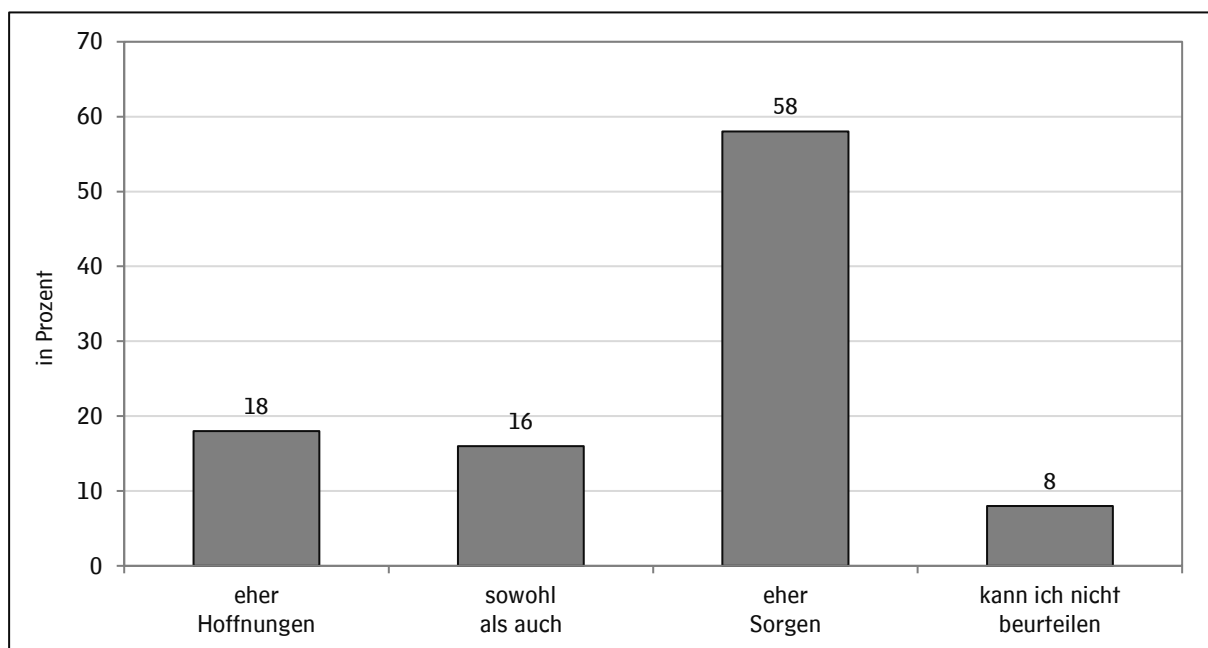
## 11. Digitalisierung

Die digitale Transformation ist einer der prägenden Veränderungsprozesse unserer Zeit. Der allumfassende Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie, die steigende globale Vernetzung sowie der unbegrenzt wachsende Datenverkehr haben einen fundamentalen Wandel der Arbeits- und Lebenswelt ausgelöst.

### 11.1 Einschätzungen zu den Auswirkungen der Digitalisierung

Frage: „Wie ist das bei Ihnen? Verbinden Sie mit der Digitalisierung alles in allem eher Hoffnungen oder eher Sorgen?“

**Abbildung 36: Generelle Beurteilung der Auswirkungen der Digitalisierung**  
(Angaben in Prozent)

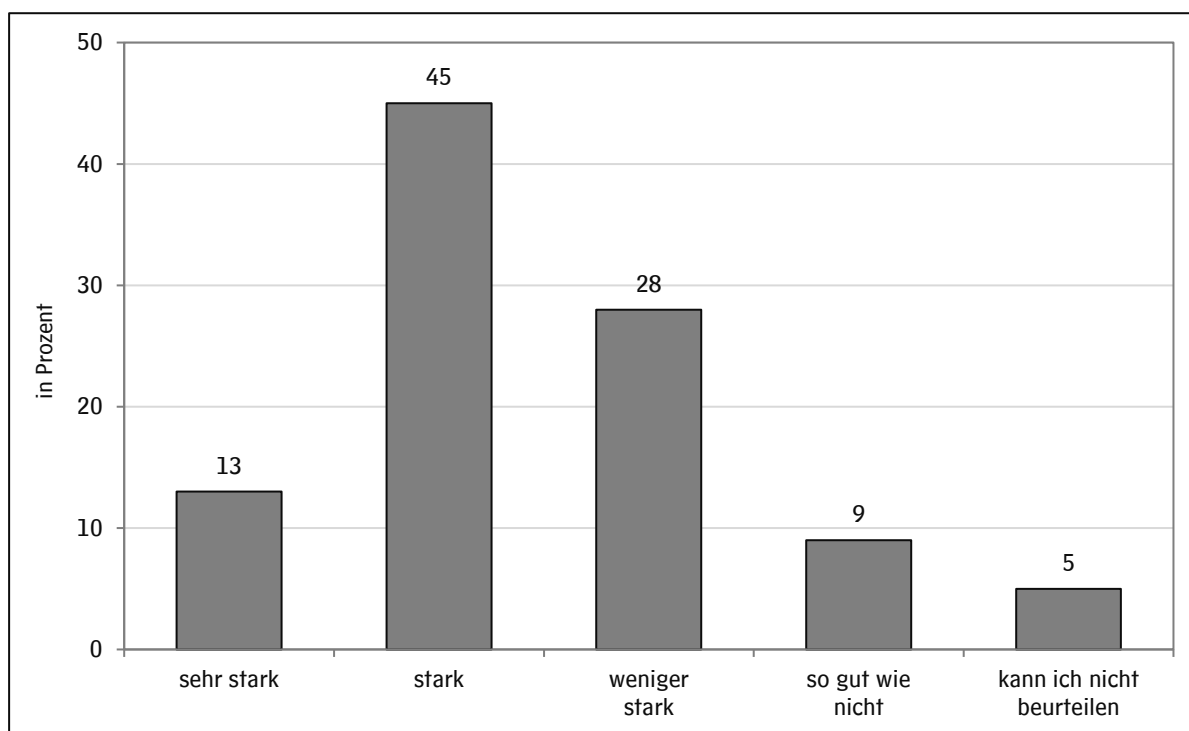


Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Mehrheitlich verbinden die Befragten eher Sorgen (58 Prozent) als Hoffnungen (18 Prozent) mit dem Thema Digitalisierung.
- ▶ 16 Prozent aller Einwohner\*innen sehen sowohl positive als auch negative Auswirkungen und 8 Prozent aller Befragten geben an, dies nicht beurteilen zu können.

Frage: „Wenn Sie an Ihr alltägliches Leben denken: Wie hat die Digitalisierung Ihr Leben bisher verändert?“

Abbildung 37: Einschätzung der Auswirkungen der Digitalisierung auf das eigene alltägliche Leben (Angaben in Prozent)



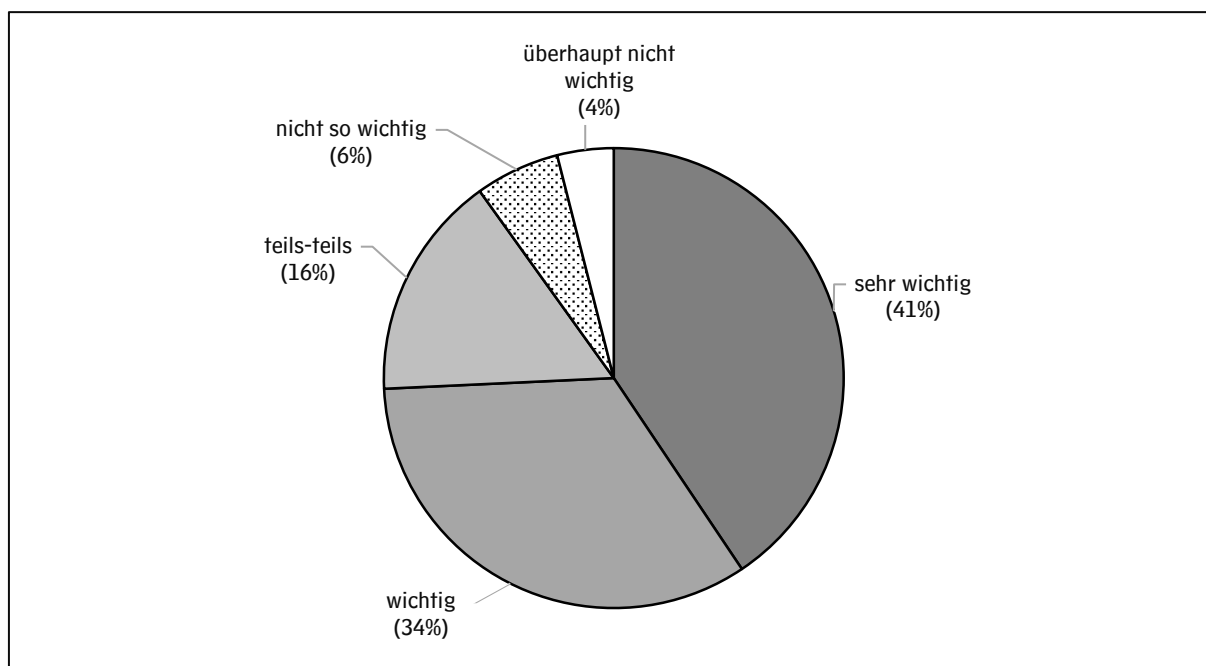
Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Mehr als die Hälfte aller Befragten (58 Prozent) meint, dass die Digitalisierung ihr alltägliches Leben bisher stark („sehr stark“ und „stark“) verändert hat. Davon bewerten 13 Prozent die Auswirkungen als „sehr stark“ und 45 Prozent als „stark“.
- ▶ 37 Prozent aller befragten Einwohner\*innen schätzen die bisherigen Auswirkungen der Digitalisierung auf ihren Alltag als eher gering ein, davon 28 Prozent als „weniger stark“ und 9 Prozent als „so gut wie nicht“.
- ▶ 5 Prozent der Befragten geben an, dies nicht beurteilen zu können.

## 11.2 Nutzung und Bewertung digitaler Angebote der Stadt Hannover

Frage: „Für wie wichtig halten Sie es, dass Behörden und öffentliche Einrichtungen Dienstleistungen und Informationen über das Internet anbieten?“

Abbildung 38: Wichtigkeit des Angebots von Dienstleistungen und Informationen über das Internet durch Behörden und öffentliche Einrichtungen (Angaben in Prozent)

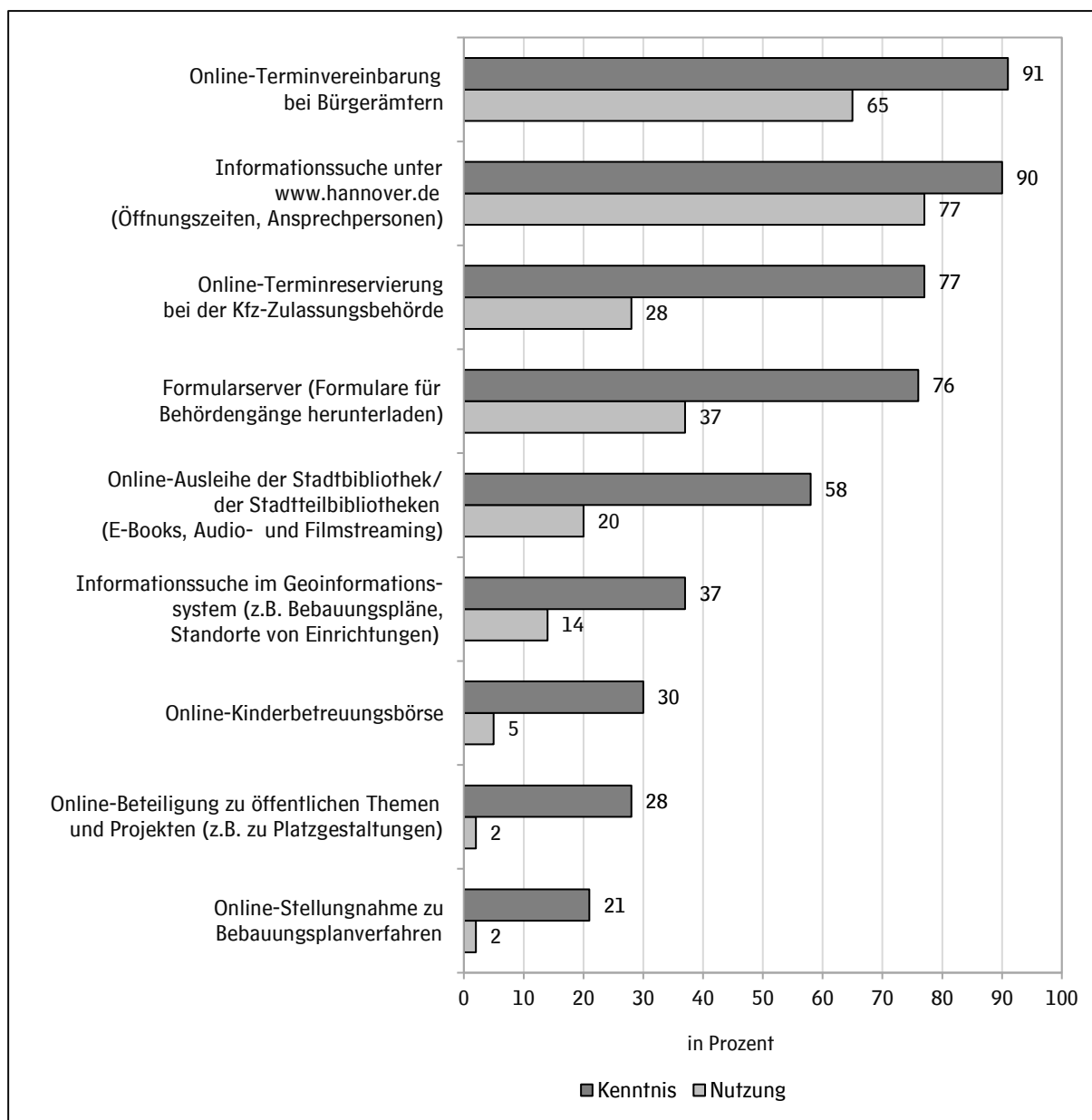


Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Drei Viertel aller befragten Einwohner\*innen finden es wichtig („sehr wichtig“ und „wichtig“), dass Behörden und öffentliche Einrichtungen Dienstleistungen und Informationen über das Internet anbieten, davon empfinden 41 Prozent aller Befragten dies als „sehr wichtig“ und 34 Prozent als „wichtig“.
- ▶ 16 Prozent geben diesbezüglich eine eher neutrale Bewertung ab („teils-teils“) und 10 Prozent halten ein digitales Angebot eher für weniger wichtig („nicht so wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“).

**Frage: „Welche der folgenden digitalen Angebote der Stadt Hannover kennen Sie und wie zufrieden waren Sie, falls Sie diese schon einmal genutzt haben?“**

**Abbildung 39: Kenntnis und Nutzung digitaler Angebote der Stadt Hannover**  
(Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

### **Kenntnis digitaler Angebote der Stadt Hannover**

- ▶ Die beiden mit Abstand bekanntesten digitalen Angebote der Stadt Hannover sind zum einen die Online-Terminreservierung bei den Bürgerämtern (91 Prozent), zum anderen die Informationssuche unter [www.hannover.de](http://www.hannover.de), u.a. nach Öffnungszeiten und Ansprechpersonen (90 Prozent).
- ▶ Jeweils mehr als drei Viertel aller befragten Einwohner\*innen kennen die Möglichkeit, einen Termin bei der Kfz-Zulassungsstelle online zu vereinbaren (77 Prozent) bzw. die Möglichkeit, Formulare für Behördengänge vom Formularserver herunterzuladen (76 Prozent).
- ▶ Über die Hälfte aller Befragten (58 Prozent) kennt den Online-Ausleihservice der Stadtbibliothek/der Stadtteilbibliotheken, 37 Prozent kennen die Informationssuche im Geoinformationssystem (u.a. nach Bebauungsplänen oder Standorten von Einrichtungen) und 30 Prozent die Online-Kinderbetreuungsbörse.
- ▶ Die Möglichkeit der Online-Beteiligung zu öffentlichen Themen und Projekten (u.a. Platzgestaltungen) ist 28 Prozent aller befragten Einwohner\*innen bekannt, die Möglichkeit, eine Online-Stellungnahme zu Bebauungsplanverfahren abzugeben, kennen 21 Prozent.

### **Nutzung digitaler Angebote der Stadt Hannover**

- ▶ Die bei den Einwohner\*innen bekanntesten Angebote werden von ihnen auch am häufigsten genutzt: 77 Prozent aller Einwohnerinnen haben schon einmal Informationen unter [www.hannover.de](http://www.hannover.de) gesucht und knapp zwei Drittel aller Befragten (65 Prozent) haben schon einmal einen Termin in einem Bürgeramt online vereinbart.
- ▶ Mehr als ein Drittel der Befragten (37 Prozent) haben schon einmal ein Formular für Behördengänge vom städtischen Formularserver heruntergeladen.
- ▶ 28 Prozent aller befragten Einwohner\*innen haben schon einmal die Online-Terminreservierung der Kfz-Zulassungsstelle und 20 Prozent den Online-Ausleihservice der Stadtbibliothek/der Stadtteilbibliotheken genutzt.
- ▶ Alle weiteren digitalen Angebote werden vergleichsweise selten genutzt: die Informationssuche im Geo-Informationssystem von 14 Prozent, die Online-Kinderbetreuungsbörse von 5 Prozent, die Online-Beteiligung zu öffentlichen Themen und Projekten von 2 Prozent und die Online-Stellungnahme zu Bebauungsplanverfahren von 2 Prozent der Einwohner\*innen.

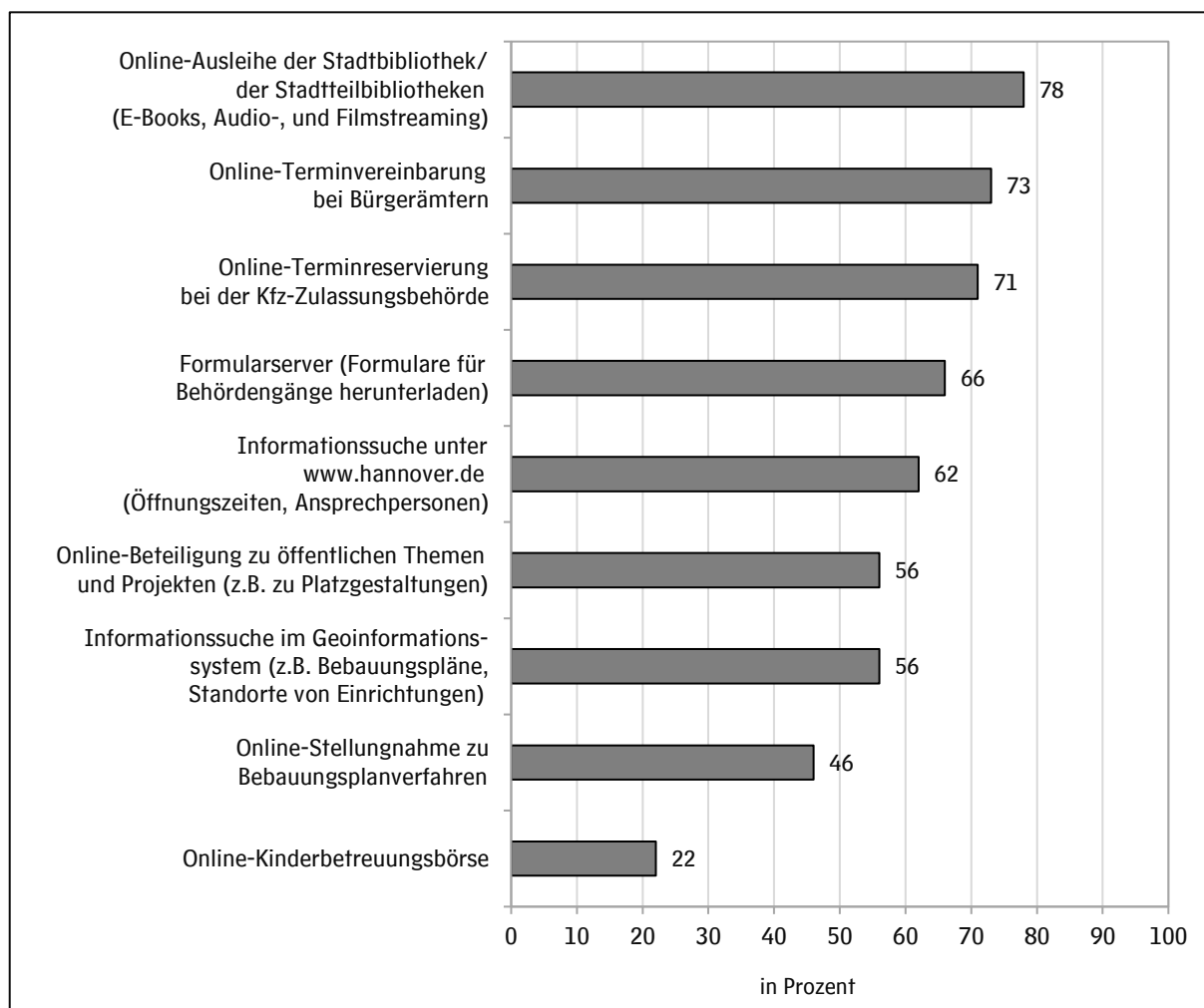


**Frage: „Falls Sie dieses Angebot schon einmal genutzt haben: Wie zufrieden waren Sie dabei insgesamt“**

Bei dieser Frage wurden alle befragten Einwohner\*innen, die das jeweilige digitale Angebot der Stadt Hannover schon einmal genutzt haben, gebeten, die Angebote anhand einer 5-stufigen Skala von „sehr zufrieden“ bis „sehr unzufrieden“ zu bewerten. Im Rahmen der Auswertung wurden die Anteile für „sehr zufrieden“ und „zufrieden“ zu einer Kategorie zusammengefasst.

**Abbildung 40: Zufriedenheit mit den digitalen Angeboten der Stadt Hannover 2019**

(Anteile „sehr zufrieden“ und „zufrieden“, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, die das jeweilige Angebot schon einmal genutzt haben)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

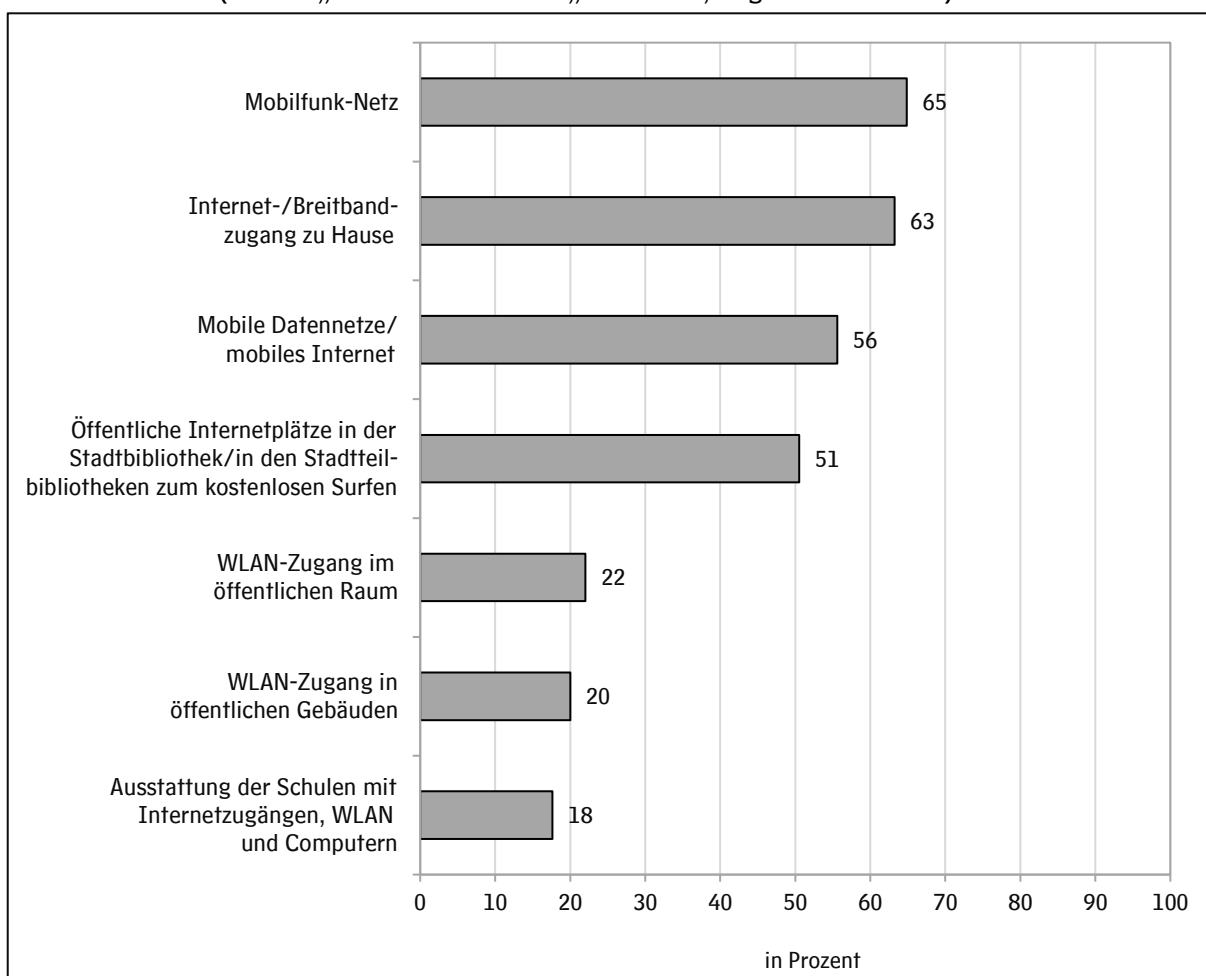
- ▶ Der Online-Ausleihservice der Stadtbibliothek/der Stadtteilbibliotheken (u.a. E-Books, Audio- und Filmstreaming) weist die größte Zufriedenheit aller digitalen Angebote auf: 78 Prozent der Befragten sind hiermit zufrieden („sehr zufrieden“ und „zufrieden“), auch wenn bisher nur ein Fünftel (20 Prozent) aller befragten Einwohner\*innen dieses Angebot schon einmal genutzt hat.
- ▶ Die zweithöchste Zufriedenheit mit einem Anteil von 73 Prozent entfällt auf die Möglichkeit, online einen Termin bei einem Bürgeramt zu vereinbaren. Dieses Angebot wurde von 65 Prozent aller befragten Einwohner\*innen schon einmal genutzt.
- ▶ Eine fast ebenso große Zufriedenheit (73 Prozent „sehr zufrieden“ und „zufrieden“) findet sich hinsichtlich dem Online-Terminreservierungs-Service der Kfz-Zulassungsstelle. Dieses Angebot wurde jedoch bisher von deutlich weniger Einwohner\*innen (28 Prozent) in Anspruch genommen.
- ▶ Jeweils etwa zwei Drittel der Befragten sind zufrieden („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) mit dem Formularserver der Stadt Hannover (66 Prozent, bereits genutzt: 37 Prozent) bzw. mit der Möglichkeit, Informationen unter [www.hannover.de](http://www.hannover.de) suchen zu können (62 Prozent, bereits genutzt: 77 Prozent).
- ▶ Jeweils 56 Prozent aller Einwohner\*innen sind zufrieden („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) mit der Möglichkeit, sich online an politischen Themen und Projekten beteiligen zu können bzw. Informationen im Geoinformationssystem (u.a. zu Bebauungsplänen oder dem Standort von Einrichtungen) suchen zu können. Diese Angebote wurden allerdings bisher vergleichsweise selten (2 Prozent bzw. 14 Prozent) von den Befragten genutzt.
- ▶ Mit dem Angebot, eine Stellungnahme zu Bebauungsplanverfahren online abgeben zu können, sind 46 Prozent der Befragten zufrieden („sehr zufrieden“ und „zufrieden“), allerdings haben bisher auch nur 2 Prozent der Befragten dieses Angebot schon einmal in Anspruch genommen. Mit der Online-Kinderbetreuungsborse, die von 5 Prozent der Befragten schon einmal genutzt wurde, sind 22 Prozent der Einwohner\*innen zufrieden („sehr zufrieden“ und „zufrieden“).

## 11.3 Zufriedenheit mit der digitalen Infrastruktur in Hannover

Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit der digitalen Infrastruktur in Hannover?“

Auch bei dieser Frage war eine 5-stufige Skala von „sehr zufrieden“ bis „sehr unzufrieden“ vorgegeben. Die Anteile für „sehr zufrieden“ und „zufrieden“ wurden im Rahmen der Auswertung zu einer Kategorie zusammengefasst.

**Abbildung 41: Zufriedenheit mit der digitalen Infrastruktur in Hannover 2019**  
(Anteile „sehr zufrieden“ und „zufrieden“, Angaben in Prozent)



Quelle: Repräsentativerhebung 2019

- ▶ Jeweils knapp zwei Drittel der befragten Einwohner\*innen sind zufrieden („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) mit dem Mobilfunknetz (65 Prozent) und dem Internet-/Breitbandzugang zur Hause (63 Prozent).
- ▶ Die Zufriedenheit („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) mit den mobilen Datennetzen/dem mobilen Internet liegt bei 56 Prozent. Die Öffentlichen Internetplätze zum kostenlosen Surfen in der Stadtbibliothek bzw. in den Stadtteilbibliotheken werden von 51 Prozent der Befragten positiv („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) bewertet.
- ▶ Nur eine geringe Zufriedenheit („sehr zufrieden“ und „zufrieden“) findet sich hinsichtlich der WLAN-Zugänge im öffentlichen Raum (22 Prozent), der WLAN-Zugänge in öffentlichen Gebäuden (20 Prozent) und der Ausstattung der Schulen mit Internetzugängen, WLAN und Computern (18 Prozent).



## Tabellenverzeichnis

	<b>Seite</b>
Tabelle 1: Ausschöpfungsquoten der Repräsentativerhebung 2019	14
Tabelle 2: Alter und Geschlecht der Einwohner*innen ab 18 Jahren ohne Migrationshintergrund nach Melderegister sowie nach Repräsentativerhebung 2019	15
Tabelle 3: Anteil der Einwohner*innen ab 18 Jahren ohne Migrationshintergrund auf Stadtteilebene nach Melderegister sowie nach Repräsentativerhebung 2019	16
Tabelle 4: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 1999 bis 2019	20
Tabelle 5: Zufriedenheit mit der persönlichen wirtschaftlichen Lage 2005, 2018, 2019	22
Tabelle 6: Größte Probleme Hannovers 2008 bis 2019	26
Tabelle 7: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2015 und 2019	29
Tabelle 8: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 1999 bis 2019	32
Tabelle 9: Nennungen zu Vorteilen des eigenen Stadtteils 2008 bis 2019	35
Tabelle 10: Nennungen zu Nachteilen des eigenen Stadtteils 2008 bis 2019	37
Tabelle 11: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 1999 bis 2019	41
Tabelle 12: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 1999 bis 2019	42
Tabelle 13: Zufriedenheit mit der Wohnung 1999 bis 2019	44
Tabelle 14: Zufriedenheit mit der Innenstadt 1999 bis 2019	48
Tabelle 15: Nennungen zu Vorteilen der Innenstadt 2008 bis 2019	51
Tabelle 16: Nennungen zu Nachteilen der Innenstadt 2008 bis 2019	53
Tabelle 17: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2015 und 2019	56
Tabelle 18: Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2015 und 2019	58
Tabelle 19: Überwiegender Zweck/Anlass des Innenstadtbesuchs 2015 und 2019	61
Tabelle 20: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch 1996 bis 2019	63
Tabelle 21: Warengruppen nach Einkaufsorten 2019	67
Tabelle 22: Warengruppen nach Einkaufsorten 2015 und 2019	68
Tabelle 23: Häufigkeit des Online-Shoppings 2015 und 2019	70
Tabelle 24: Veränderung der Besuchshäufigkeit der Innenstadt durch die Möglichkeit des Online-Shoppings 2015 und 2019	71
Tabelle 25: Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungsorte 2005 bis 2019	74
Tabelle 26: Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel 2015 und 2019	83

## Abbildungsverzeichnis

	<b>Seite</b>
Abbildung 1: Zufriedenheit mit den Lebensbedingungen in Hannover 2015 und 2019	19
Abbildung 2: Zufriedenheit mit der persönlichen wirtschaftlichen Lage 2019	21
Abbildung 3: Größte Probleme Hannovers 2019	24
Abbildung 4: Zufriedenheit mit unterschiedlichen Lebensbereichen in der Stadt Hannover 2019	28
Abbildung 5: Zufriedenheit mit den Wohn- und Lebensbedingungen im Stadtteil 2015 und 2019	31
Abbildung 6: Nennungen zu Vorteilen des eigenen Stadtteils 2019	34
Abbildung 7: Nennungen zu Nachteilen des eigenen Stadtteils 2019	36
Abbildung 8: Zufriedenheit mit Einrichtungen und Angeboten im Stadtteil 2019	39
Abbildung 9: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Tage 2019	40
Abbildung 10: Sicherheitsgefühl in der Wohngegend am Abend 2019	41
Abbildung 11: Zufriedenheit mit der Wohnung 2015 und 2019	43
Abbildung 12: Beurteilung der Barrierefreiheit im öffentlichen Raum, in öffentlichen Gebäuden sowie in öffentlichen Verkehrsmitteln 2019	45
Abbildung 13: Zufriedenheit mit der Innenstadt 2015 und 2019	47
Abbildung 14: Nennungen zu Vorteilen der Innenstadt 2019	49
Abbildung 15: Nennungen zu Nachteilen der Innenstadt 2019	52
Abbildung 16: Zufriedenheit mit einzelnen Aspekten der Innenstadt 2019	55
Abbildung 17: Häufigkeit des Innenstadtbesuches 2019	57
Abbildung 18: Dauer des Innenstadtbesuches 2019	59
Abbildung 19: Überwiegender Zweck/Anlass des Innenstadtbesuchs 2019	60
Abbildung 20: Verkehrsmittelwahl beim letzten Innenstadtbesuch 2015 und 2019	62
Abbildung 21: Wichtigste Warengruppen nach Einkaufsorten 2019	66
Abbildung 22: Häufigkeit des Online-Shoppings 2019	69
Abbildung 23: Veränderung der Besuchshäufigkeit der Innenstadt durch die Möglichkeit des Online-Shoppings 2019	71
Abbildung 24: Besuchte Einrichtungen und Veranstaltungsorte 2019	73

---

	<b>Seite</b>
Abbildung 25: Anteil der innerhalb der letzten 5 Jahre zugezogenen Einwohner*innen an allen Einwohner*innen sowie Herkunftsregion der zugezogenen Einwohner*innen 2019	77
Abbildung 26: Umzugsmotive von innerhalb der letzten 5 Jahre zugezogenen Einwohner*innen 2019	78
Abbildung 27: Verkehrsmittelwahl für den Weg zur Arbeits-/Ausbildungsstätte 2015 und 2019	79
Abbildung 28: Verkehrsmittelwahl für Einkäufe/Besorgungen 2015 und 2019	80
Abbildung 29: Verkehrsmittelwahl für Freizeitaktivitäten 2015 und 2019	81
Abbildung 30: Im Haushalt vorhandene Verkehrsmittel 2019	82
Abbildung 31: Kombinationen der im Haushalt vorhandenen Verkehrsmittel/MobilCard-Besitz 2019	84
Abbildung 32: Nutzung von Carsharing im Haushalt 2019	85
Abbildung 33: Kenntnis der Bewerbung Hannovers zur „Kulturhauptstadt Europas 2025“	87
Abbildung 34: Bewertung der Bewerbung Hannovers um den Titel „Kulturhauptstadt Europas 2025“	88
Abbildung 35: Vermutete Auswirkungen der Bewerbung Hannovers zur „Kulturhauptstadt Europas 2025“ auf die Entwicklung der Stadt Hannover	89
Abbildung 36: Generelle Beurteilung der Auswirkungen der Digitalisierung	91
Abbildung 37: Einschätzung der Auswirkungen der Digitalisierung auf das eigene alltägliche Leben	92
Abbildung 38: Wichtigkeit des Angebots von Dienstleistungen und Informationen über das Internet durch Behörden und öffentliche Einrichtungen	93
Abbildung 39: Kenntnis und Nutzung digitaler Angebote der Stadt Hannover	94
Abbildung 40: Zufriedenheit mit den digitalen Angeboten der Stadt Hannover 2019	96
Abbildung 41: Zufriedenheit mit der digitalen Infrastruktur in Hannover 2019	98

---



## Schriften zur Stadtentwicklung

- 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 Wanderungsmotivbefragung 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 81 Wohnungspolitischer Handlungsrahmen 2010 – Dokumentation einer Fachtagung der LHH am 14.12.1998 – Hannover Juli 1999
- Heft 80.12 Dialog zur Stadtentwicklung – Leitthema Demokratische Teilhabe – Zukunftskonferenz „Sahlkamp 2010“ – Dokumentation – Hannover Dezember 2002
- Heft 80.11 Dialog zur Stadtentwicklung – Leitthema Demokratische Teilhabe – Kurzberichte 3 – Lokale Demokratie und Schule, Erste Wahl mit 16 – Schülerinnen und Schüler fit machen für die Kommunalwahl – Hannover Januar 2002
- Band 1 bis 80.10 vergriffen