



# Stadt Hameln

Green City Plan

Masterplan für die Gestaltung nachhaltiger und emissionsfreier Mobilität (GCP Hameln)

Vorstudie 3

Urbane Mobilität und Logistik  
(Mobilitätsmanagement)

## **Stadt Hameln**

Green City Plan

Masterplan für die Gestaltung nachhaltiger und emissionsfreier Mobilität  
(GCP Hameln)

Vorstudie 3

Urbane Mobilität und Logistik (Mobilitätsmanagement)

Auftraggeber: Stadt Hameln  
Fachbereich Umwelt und technische Dienste

Auftragnehmer: ARGE Green City Plan Hameln 2018

Planungsgemeinschaft Verkehr –  
PGV Dargel Hildebrandt GbR  
Adelheidstraße 9 b  
30171 Hannover

Telefon 0511 220601-87  
Telefax 0511 220601-990  
E-Mail [info@pgv-dargel-hildebrandt.de](mailto:info@pgv-dargel-hildebrandt.de)  
[www.pgv-dargel-hildebrandt.de](http://www.pgv-dargel-hildebrandt.de)

CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH  
Berliner Allee 12  
30175 Hannover

Telefon 0511 22007968  
Telefax 0511 22007999  
E-Mail [info@cima.de](mailto:info@cima.de)  
[www.cima.de/regionalwirtschaft](http://www.cima.de/regionalwirtschaft)

Bearbeitung: Dipl.-Ing. Edzard Hildebrandt (Projektleitung)  
Dr. Gerhard Becher (stv. Projektleitung)  
Dipl.-Geogr. Annika Wittkowski  
Lukas Arndt  
Sabine Derksen  
Marc Peus  
Joana Pfeil

Hannover, 30. Aug. 2018

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Zusammenfassende Empfehlungen .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1</b>	<b>Mobilitätskonzepte für verschiedene Zielgruppen.....</b>	<b>2</b>
1.1.1	Mitarbeiter / Berufspendler .....	2
1.1.2	Schüler und Studierende .....	4
1.1.3	Freizeitverkehre, Touristen, Veranstaltungsbesucher .....	4
<b>1.2</b>	<b>Logistikkonzepte für Lieferverkehr und Lieferservice für den Einzelhandel.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3</b>	<b>Einsatz von Lastenrädern .....</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>Übersicht Teilberichte (Anhang).....</b>	<b>10</b>

# 1 Zusammenfassende Empfehlungen

## 1.1 Mobilitätskonzepte für verschiedene Zielgruppen

### 1.1.1 Mitarbeiter / Berufspendler

Im Rahmen der Befragungen der Mitarbeitenden der Stadtverwaltung (vgl. Teilbericht 3 zur Vorstudie 3) wurden umfangreiche Erkenntnisse zum Handlungsbedarf in Bezug auf Mobilität von Mitarbeitenden und Berufspendlern gewonnen, die für ganz Hameln Hinweise für die Verbesserung der Mobilitätsangebote bieten.

Da für viele Mitarbeitende der eigene Pkw das bevorzugte und oftmals alternative Verkehrsmittel ist, sollten Handlungsoptionen zur Attraktivierung insbesondere der Verkehrsmittel des Umweltverbundes getroffen werden.

#### **ÖPNV**

Der ÖPNV wird nur sehr geringfügig genutzt, da das Angebot vielfach als wenig attraktiv eingeschätzt wird. Es wird jedoch genannt, dass u.a. durch günstigere Preise, eine stärkere Taktung und kürzere Fahrzeiten der ÖPNV als Alternative in Frage kommen könnte.

#### Empfehlungen

Diese Punkte werden u.a. in der Vorstudie 2 (Kap.7 – Kap.9) aufgegriffen. Folgende dort ausführlich beschriebene Punkte können zu einer deutlichen Attraktivierung des ÖPNV beitragen:

- Neueinrichtung von SPNV-Haltepunkten
- Überprüfung des Busliniennetzes
- Busbeschleunigung und Fahrzeitenverringerung
- Prüfung der Einsatzoptionen flexibler Bedienformen und Mitfahrangebote
- Förderung eines multimodalen Verkehrsverhaltens in Hameln
- Überprüfung der Wirkungen unterschiedlich räumlich-zeitlich differenzierter Bedienungsstandards

Für Unternehmen sollten Angebote für z.B. Jobtickets oder Firmenkarten erarbeitet werden, die ggf. eine vergünstigte Nutzung ermöglichen. Mitarbeitern größerer Firmen kann der Einsatz eines Werksbusses eine Erleichterung für Wege zwischen Bahnhof und dem Arbeitsplatz bieten, der auf die Ankunfts-/Abfahrtszeit von Zügen abgestimmt ist.

## **Radverkehr**

Das Fahrrad kann insbesondere für Mitarbeitende aus der Kernstadt Hameln als alternatives Verkehrsmittel dienen. Eine Aufwertung des Angebots für den Radverkehr könnte die Entscheidung das Fahrrad als Verkehrsmittel zu nutzen beeinflussen. Es wird genannt, dass u.a. durch bessere Wegeführungen, bessere Abstellmöglichkeiten oder Umkleidemöglichkeiten im Rathaus das Fahrrad als Alternative in Frage kommen könnte.

### Empfehlungen

Diese Punkte werden in der Vorstudie 1 aufgegriffen. Folgende dort ausführlich beschriebene Punkte können zu einer deutlichen Attraktivierung des Radverkehrs beitragen:

- Weiterentwicklung Radverkehrsnetz zum Hamelner Vorzugsroutennetz
- Errichtung von Weserbrücken für Fuß- und Radverkehr im Vorzugsroutennetz
- Verbesserung des Fahrradparkangebots am Ziel und an der Quelle
- Verbesserung des Bike&Ride Angebotes am Bahnhof
- Einrichtung eines Fahrradverleihsystems

In Zusammenarbeit mit einzelnen Unternehmen sollten Maßnahmen erarbeitet werden, die zu einer Mehrnutzung des Fahrrades beitragen können. Dazu zählen, z.B. die finanzielle Unterstützung von Angeboten zum Aufbau von Fahrradabstellanlagen in Unternehmen. Auch die Bereitstellung von Dienstfahrrädern, z.B. in Kooperation mit dem geplanten Fahrradverleihsystem schaffen Anreize für eine verstärkte Radnutzung. Mit Einrichtung von Duschen und Umkleidebereichen könnten auch Radfahren aus weiterentfernten Orten attraktiv gemacht werden. Hierfür könnte eine Förderung angeboten werden.

## **Fahrgemeinschaften**

Für Mitarbeitende insbesondere aus anderen Orten und Städten kann die Einrichtung eines digitalen Pendlerportals innerhalb der Stadtverwaltung als Anreiz dienen, diese Angebote zu prüfen.

## **Home-Office**

Es wird empfohlen, die Möglichkeit des Home-Office für mehr Mitarbeitende zu prüfen. Es sollte ein Attraktives Modell für interessierte Mitarbeitende erarbeitet werden, das zunächst als Modell dienen kann, um diese Arbeitsform für eine größere Zielgruppe zu attraktivieren.

### 1.1.2 **Schüler und Studierende**

Zur Verbesserung der Mobilität von Schülern und Studierenden und insbesondere der Förderung der Nutzung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes werden am Beispiel der Errichtung des Bildungscampus Linsingen verschiedene Maßnahmen exemplarisch vorgeschlagen:

- Einrichtung einer attraktiven Busanbindung (vgl. Vorstudie 2, Neukonzeption des Busliniennetzes)
- Einrichtung eines SPNV-Haltepunktes „Hameln-West“ besonders hohes Potenzial: 70% der Berufsschüler kommen aus dem Hamelner Umland) (vgl. Vorstudie 2)
- Schaffung eines Angebotes für gesichertes Fahrradparken, z.B. in Form eines Fahrradturmes (vgl. Vorstudie 1, Kap. 7)
- Bewirtschaftung der Kfz-Stellplätze.

### 1.1.3 **Freizeitverkehre, Touristen, Veranstaltungsbesucher**

Im Rahmen der Befragung der Besucher des Street Food Festivals (vgl. Teilbericht 1 zur Vorstudie 3) wurden Erkenntnisse zum Hintergrund der Mobilitätsentscheidung gewonnen.

Es wurde deutlich, dass die Anreise mit dem eigenen Pkw für viele Besucher mit Wohnsitz außerhalb Hamelns am attraktivsten erscheint. Teilnehmer aus der Hamelner Kernstadt erreichten den Street Food Market dagegen zumindest an den Befragungstagen häufig auch zu Fuß oder mit dem Fahrrad.

Eine Veränderung der Wahl des Verkehrsmittels könnte durch ein verbessertes ÖPNV-Angebot oder durch die Verbesserung der Radwegeinfrastruktur sowie eine Verbesserung von Fahrradabstellmöglichkeiten geschaffen werden.

#### Empfehlungen

Durch Maßnahmen zur Verbesserung des ÖPNV (vgl. Vorstudie 2) und des Radverkehrs (vgl. Vorstudie 1) würden auch für Veranstaltungsbesucher attraktivere Angebote geschaffen. Diese Empfehlungen schließen auch Angebote für Besucher von Abendlichen Veranstaltungen (z.B. Kino/ Theater) ein.

Um den Umweltgedanken stärker hervorzuheben, wird für ausgewählte Veranstaltung eine Fokussierung auf die Verkehrsmittel des Umweltverbundes empfohlen. So kann z.B. die Innenstadt für den Autoverkehr gesperrt werden und das Angebot an Fahrradabstellanlagen (auch gesicherter) temporär erhöht werden. Für ÖPNV-Nutzer bietet sich z.B. die Einrichtung von Kombi-Tickets

an, die die eine Eintrittskarte als Ticket nutzbar machen. Für verbesserte Anbindung ausgewählter Veranstaltungen könnte auch das ÖPNV-Angebot temporär erhöht werden.

Wichtig ist im jedem Fall eine frühzeitige und gezielte Öffentlichkeitsarbeit, um diese Angebote zu bewerben.

## **1.2 Logistikkonzepte für Lieferverkehr und Lieferservice für den Einzelhandel**

Die Stadt Hameln möchte Ihren Beitrag zu einer Bündelung und Optimierung des Lieferverkehrs im Stadtgebiet beitragen mit dem Ziel, den Lieferverkehr zu reduzieren bzw. nachhaltiger zu gestalten.

Das Handlungsfeld Elektromobilität (vgl. Vorstudie 2), in dem die Entwicklungen bisher sehr zaghafte vorangehen, des Green City Plans Hamelns befasst sich mit den Möglichkeit, elektrische betriebene Kfz zu privilegieren. Eine Befragung der aktuell in Hameln aktiven Lieferdienste konnte in diesem Bereich noch nicht erfolgen, konkrete Lösungsvorschläge noch nicht entwickelt werden.

Insbesondere für die Altstadt von Hameln sind Ansätze weiter zu verfolgen, die den rein elektrischen bzw. nicht fossil betriebenen Lieferverkehr privilegieren. Die befragten Einzelhändler der GCP-Befragung zeigten sich generell interessiert.

### 1.3 Einsatz von Lastenrädern

Lastenräder verbreiten sich derzeit erstmals auch in Deutschland vorrangig in Groß- und Millionenstädten in den beiden Handlungsfeldern des **privaten Kinder- und Lastentransportes** und – zur Zeit in noch etwas geringerem Umfang als privat – im **gewerblichen Sektor der Handwerker, des Kleingewerbes und der Lieferdienste**.

Lastenräder sind verkehrsrechtlich Fahrräder, allerdings hinsichtlich der Fahreigenschaften, des Handlings und vor allem auch des Fahrradparkens mit sehr speziellen Anforderungen versehen. Häufig werden sie mit elektrischer Unterstützung gefahren. Aufgrund der genannten Faktoren werden Lastenfahrräder im privaten Bereich noch wesentlich häufiger ausgeliehen als gekauft. Im gewerblichen Bereich bilden Kauf und Leasing die beiden Gruppen der Bereitstellung.


In Städten wie Berlin, Hamburg und anderen Großstädten werden gewerblich genutzt Lastenräder im Rahmen von Modellprojekten erprobt und zum Teil länderseitig gefördert.

Ziel: Die Stadt Hameln verfolgt das Ziel, den Anteil von Lastenrädern und E-Lastenrädern sowohl im gewerblichen, als auch im privaten Bereich als Alternative zum herkömmlichen KFZ-Verkehr zu fördern.

Hier sind je zwei Beispiele für Lastenrad-Anbieter bzw. Mobilitätskonzepte im privaten und im gewerblichen Bereich:




## Masterplan für nachhaltige und emissionsfreie Mobilität Green City Plan Hameln 2018



### HSP Lastenräder I – Best Practice


#### Öffentliche Angebote




<b>Kostenfrei</b>	<b>Kostenpflichtig</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ „Hannah“ in Hannover</li> <li>➤ Finanzierung über Fördergelder und Spenden</li> <li>➤ 2018:               <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 23 Räder (11 davon Elektro)</li> <li>➤ 80 Stationen</li> <li>➤ Fast 3000 Nutzer</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ „Donk-EE“ in Köln</li> <li>➤ Ausleihgebühr zwischen 1,50 und 3,50 Euro + Anmeldepauschale</li> <li>➤ Teil der Klimaschutzinitiative „Klimaschutz durch Radverkehr“</li> <li>➤ Ziel: Europas größtes Fahrradverleihsystem               <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bereits 50 E-Räder</li> <li>➤ Ca. 40 Stationen</li> </ul> </li> </ul>

30.05.2018 Vorabstimmung Vorstudie 3

54




## Masterplan für nachhaltige und emissionsfreie Mobilität Green City Plan Hameln 2018



### HSP Lastenräder II – Best Practice


#### Gewerbliche Angebote



<b>Mikro-Depot-Konzept</b>	<b>City-Hub-Prinzip</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ DPD in Nürnberg</li> <li>➤ Kleines Depot als Station der Lastenräder</li> <li>➤ 1 Jahr Pilotprojekt erfolgreich</li> <li>➤ 5 E-Lastenfahrräder, welche herkömmliche Transporter nahezu vollständig ersetzen</li> <li>➤ Nachhaltige Paketzustellung: weitere Städte geplant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Konsolidierungsmodelle, z.B. Paketshops (auch GB, NL)</li> <li>➤ VeloCarrier in diversen Städten (DHL)</li> <li>➤ First-/Last-Mile-Konzept               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Beim Absender abholen</li> <li>○ Zum Empfänger bringen</li> </ul> </li> <li>➤ Same-Day-Delivery (Konkurrenzfähigkeit)</li> <li>➤ Neben Geschäfts- auch Privatkunden</li> </ul>

30.05.2018 Vorabstimmung Vorstudie 3

55



Zur Situation In Hameln ist hier Folgendes anzumerken:

- Es sind augenscheinlich erst wenige Lastenräder unterwegs, tendenziell aber zunehmend stärker im privaten als im gewerblichen Bereich.
- Mit Paketdienstleistern bestehen Kontakte, um ggf. Handlungsfelder zu entwickeln.
- Der örtliche Einzelhandel hat Interesse, allerdings bestehen viele Vorbehalte.

Für den Bereich der **Innenstadtlogistik und des gewerblichen Lastentransportes** in Hameln sollte ein Konzept folgende Ziele verfolgen und das Vorgehen darauf ausrichten:

- Gespräche mit den vor Ort bereits tätigen Paketdienstleistern anstoßen und aufnehmen
- Das Sendungsvolumen und die Sendungsverteilung analysieren, vor allem hinsichtlich Transportentfernungen, Ladungsgewicht und Ladungsart (Pakete, Sperrgut etc.)
- Geeignete Örtlichkeiten für Mikro-Depot und/oder Mini-Hub (siehe Abb./Beispiele) nahe der Innenstadt finden; zum Beispiel könnte die Pfortmühle ein Logistikpunkt sein, von dort nur max. 5 Minuten bis zum Wallrings (mit dem Rad); Kontaktaufnahme je nach Eigentümer der Liegenschaft privat/öffentlich, Verfügbarkeit, Nutzbarkeit, Miete/ Pacht/ Gebühren usw.
- Geeignete Lastenräder auswählen, denn örtlichen Fahrradhandel einbinden

Empfehlung: Die Durchführung eines Pilotprojektes in Hameln sondieren.

Für den Bereich der **Privaten Lastenradvermietung** in Hameln sollte ein Konzept folgende Ziele verfolgen und das Vorgehen darauf ausrichten:

- Über eine Umfrage das Interesse der Bürger herausfinden
- Entscheiden ob kostenfreie oder auch kostenpflichtige Angebote marktfähig sind
- Geeignete Lastenräder auswählen
- Geeigneten Kooperationspartner finden
- Pilotprojekt starten inkl. Marketingkampagne
- Werbepartner finden (Werbung auf Lastenrad)

Empfehlung: Andockpunkte an bestehende Modelle oder Einrichtungen des Fahrradhandels finden.

## 2

### Übersicht Teilberichte (Anhang)

1. Teilbericht:

Auswertung der Befragung VollMund – Street Food Market Hameln

2. Teilbericht:

Auswertung der Befragung der Einzelhändler in der Hamelner Innenstadt

3. Teilbericht:

Auswertung der Befragung der Beschäftigten der Stadt Hameln



# Stadt Hameln

## Green City Plan

### Masterplan für die Gestaltung nachhaltiger und emissionsfreier Mobilität (GCP Hameln)

#### Vorstudie 3

#### Urbane Mobilität und Logistik – Mobilitätsmanagement

#### 1. Teilbericht

#### Auswertung der Befragung VollMund – Street Food Market Hameln

## **Stadt Hameln**

Green City Plan

Masterplan für die Gestaltung nachhaltiger und emissionsfreier Mobilität  
(GCP Hameln)

Vorstudie 3: Urbane Mobilität und Logistik – Mobilitätsmanagement

1. Teilbericht: Auswertung der Befragung VollMund – Street Food Market Hameln

Auftraggeber: Stadt Hameln  
Fachbereich Umwelt und technische Dienste

Auftragnehmer: ARGE Green City Plan Hameln 2018

Planungsgemeinschaft Verkehr –  
PGV Dargel Hildebrandt GbR  
Adelheidstraße 9 b  
30171 Hannover

Telefon 0511 220601-87  
Telefax 0511 220601-990  
E-Mail [info@pgv-dargel-hildebrandt.de](mailto:info@pgv-dargel-hildebrandt.de)  
[www.pgv-dargel-hildebrandt.de](http://www.pgv-dargel-hildebrandt.de)

CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH  
Berliner Allee 12  
30175 Hannover

Telefon 0511 22007968  
Telefax 0511 22007999  
E-Mail [info@cima.de](mailto:info@cima.de)  
[www.cima.de/regionalwirtschaft](http://www.cima.de/regionalwirtschaft)

Bearbeitung: Dipl.-Ing. Edzard Hildebrandt (Projektleitung)  
Dr. Gerhard Becher (stv. Projektleitung)  
Dipl.-Geogr. Annika Wittkowski  
Lukas Arndt  
Sabine Derksen  
Marc Peus  
Joana Pfeil

Hannover, 30. Aug. 2018

## Inhaltsverzeichnis

1	Einführung .....	3
2	Analyse der Befragungsergebnisse.....	4
2.1	Wohnort / Herkunft.....	4
2.2	Verkehrsmittelwahl (Modal Split) .....	5
2.3	Alternatives Verkehrsmittel.....	7
2.4	Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl .....	8
2.5	Maßnahmen Fahrrad-Angebot .....	9
2.6	Entfernungsvergleich .....	10
3	Fazit.....	11

## Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Herkunft der Besucher (klassifiziert) .....</i>	<i>4</i>
<i>Abbildung 2: Herkunft der Besucher aus anderen Orten/Städten .....</i>	<i>5</i>
<i>Abbildung 3: Herkunft der Besucher aus der Kernstadt Hameln.....</i>	<i>5</i>
<i>Abbildung 4: Modal Split .....</i>	<i>6</i>
<i>Abbildung 5: Modal Split - Bewohner Stadt Hameln .....</i>	<i>6</i>
<i>Abbildung 6: Modal Split - Bewohner der Hamelner Kernstadt .....</i>	<i>7</i>
<i>Abbildung 7: Alternatives Verkehrsmittel .....</i>	<i>7</i>
<i>Abbildung 8: Maßnahmen für Veränderung der Verkehrsmittelwahl .....</i>	<i>8</i>
<i>Abbildung 9: Relevanz der Maßnahmen des Fahrrad-Angebots .....</i>	<i>9</i>

## Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Altersverteilung der Besucher.....</i>	<i>3</i>
<i>Tabelle 2: Entfernungsvergleich der aus der Kernstadt angereisten Personen.....</i>	<i>10</i>
<i>Tabelle 3: Entfernungsvergleich der aus Hamelner Ortsteilen angereisten Personen.....</i>	<i>11</i>



# 1 Einführung

Am 05. Mai und 06. Mai 2018 führten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der ARGE Green City Plan Hameln 2018, bestehend aus der Planungsgemeinschaft Verkehr – PGV Dargel Hildebrandt GbR und der CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH, eine persönliche Befragung mit einem standardisierten Fragebogen auf dem VollMund - Street Food Market in der Hamelner Altstadt durch.

Am ersten Erhebungstag, einem Samstag, wurde zwischen 14 und 17 Uhr befragt. Am Sonntag wurden zwischen 13 und 16 Uhr Besucherinnen und Besucher des Festes interviewt. Insgesamt wurden 107 zufällig ausgesuchte Besucher des Festes befragt, was bei einer Gesamtbesucherzahl von etwa 42.000 Personen (Angabe der Veranstalter) einer Stichprobe von 0,255 % entspricht.

Die Repräsentativität der Ergebnisse der Befragung ist damit bei dieser Befragung nicht gewährleistet. Dennoch können unseres Erachtens aus den Befragungsergebnissen wichtige erste Erkenntnisse abgeleitet werden.

52 % der Befragten waren männlich, 48 % weiblichen Geschlechts. Die Altersverteilung der Besucher in Tabelle 1 verdeutlicht die Homogenität der Stichprobe. 84 % der Befragten besuchten das Fest in Begleitung mit weiteren Personen.

Die Diagramme und Tabellen wurden auf Basis von Excel erstellt.

*Tabelle 1: Altersverteilung der Besucher*

<b>Klasse</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Anteil</b>
Unter 18 Jahre	3	3 %
18 bis unter 30 Jahre	30	28 %
30 bis unter 45 Jahre	19	18 %
45 bis unter 60 Jahre	40	37 %
60 Jahre und älter	15	14 %

## 2 Analyse der Befragungsergebnisse

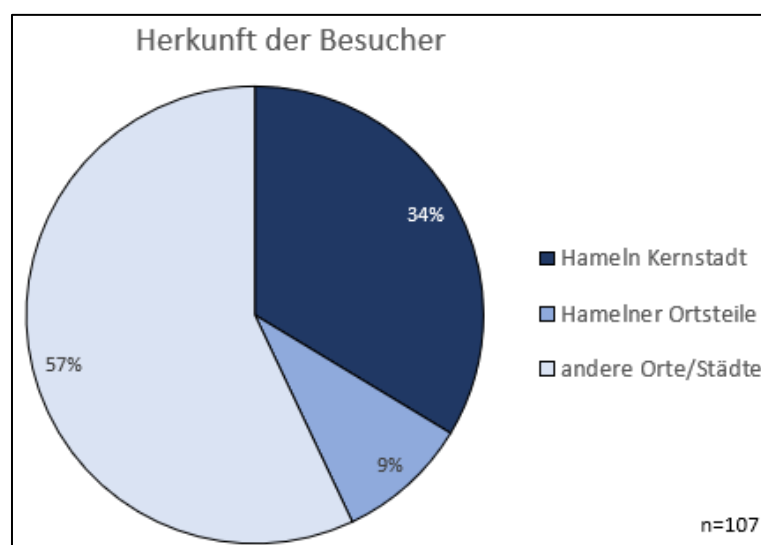
### 2.1 Wohnort / Herkunft

57 % der befragten Besucherinnen und Besucher kamen aus anderen Orten/Städten, 43 % dagegen aus Hameln selbst, (hiervon wiederum 34 % aus der Hamelner Kernstadt, dagegen nur 9 % aus Hamelner Ortsteilen), wie *Abbildung 1* zeigt. *Abbildung 2* verdeutlicht weiter, dass fast ein Sechstel der von uns befragten Besucherinnen und Besucher aus den Ortsteilen aus Emmerthal stammte. Größere Anteile dieser Besuchergruppe kamen ebenfalls aus Coppenbrügge, Aerzen und Springe. Einige der Befragten suchte das Fest in der Hamelner Innenstadt aus weiter entfernten Städten wie Kiel, Köln, Freiburg, Wiesbaden oder Wuppertal auf.

Die Herkunft der Besucher aus der Kernstadt Hameln zeigt ein sehr differenziertes Bild. Zwei Besucher kamen jeweils aus dem Ahornweg, dem Galgenberg, dem Kopmanshof sowie dem Scharnhorstviertel. Alle anderen Straßen wurden jeweils einmal genannt (siehe *Abbildung 3*).

Mehr als die Hälfte der Besucher des Street Food Markets kam aus einer Entfernung von maximal 10 km Fahrdistanz, 13 % kam aus einer Entfernung von zwischen 10 und maximal 20 km Fahrdistanz.

Ein Drittel der Besucher kam aus einer Entfernung von über 20 km.



*Abbildung 1: Herkunft der Besucher (klassifiziert)*

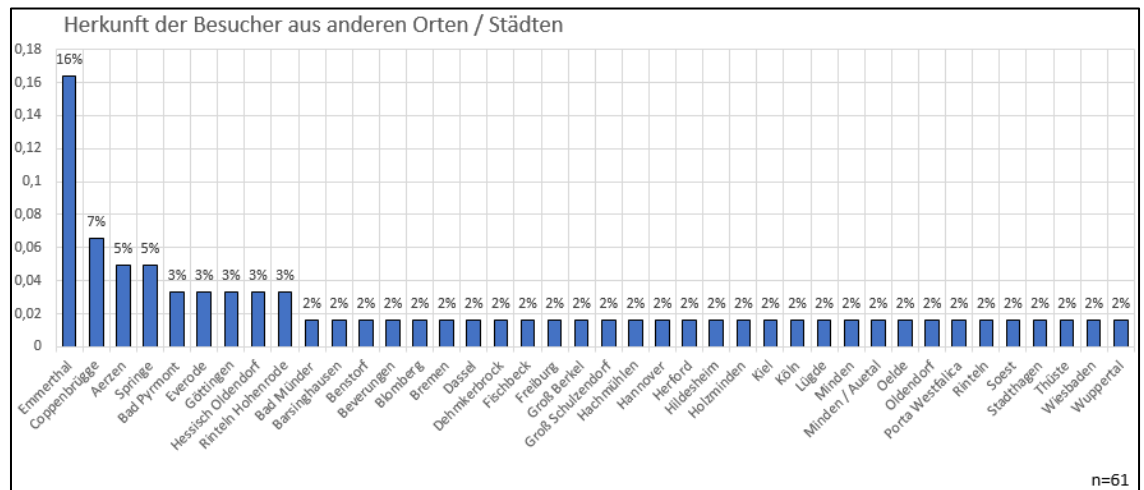


Abbildung 2: Herkunft der Besucher aus anderen Orten/Städten

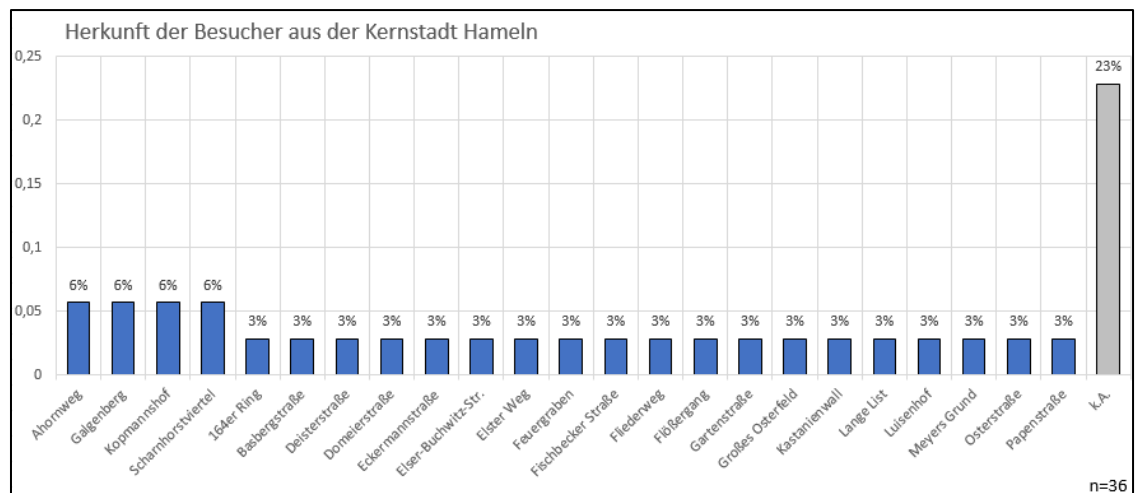


Abbildung 3: Herkunft der Besucher aus der Kernstadt Hameln

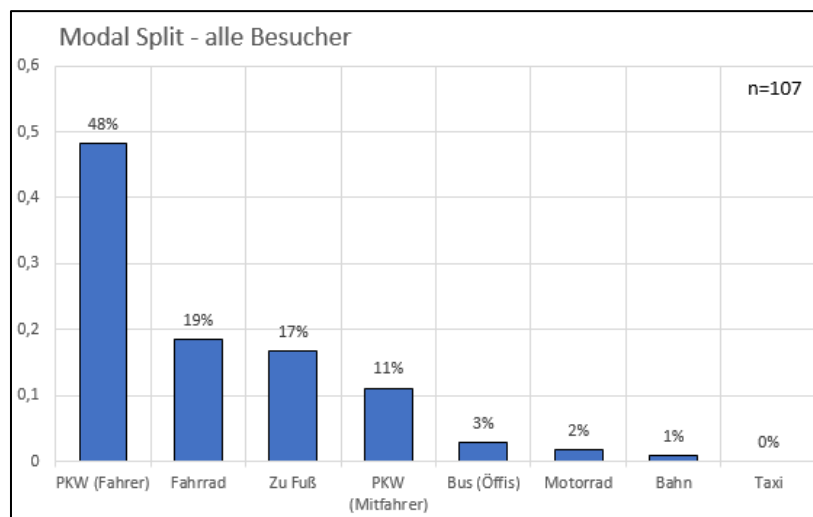
## 2.2 Verkehrsmittelwahl (Modal Split)

Von allen Besuchern kam mit fast 60 % der größte Anteil mit dem PKW (Fahrer oder Mitfahrer), während jeweils knapp 20 % das Fahrrad nutzten oder zu Fuß unterwegs waren. Allein fast 50 % aller Besucherinnen und Besucher des Festes fahren als Fahrer des eigenen PKW zum Fest (Abbildung 4). Nur 4 % der 108 befragten Besucherinnen und Besucher nutzten dagegen den ÖPNV (Bus und Bahn). Der Anteil des öffentlichen Verkehrs am Modal Split ist damit verschwindend gering.

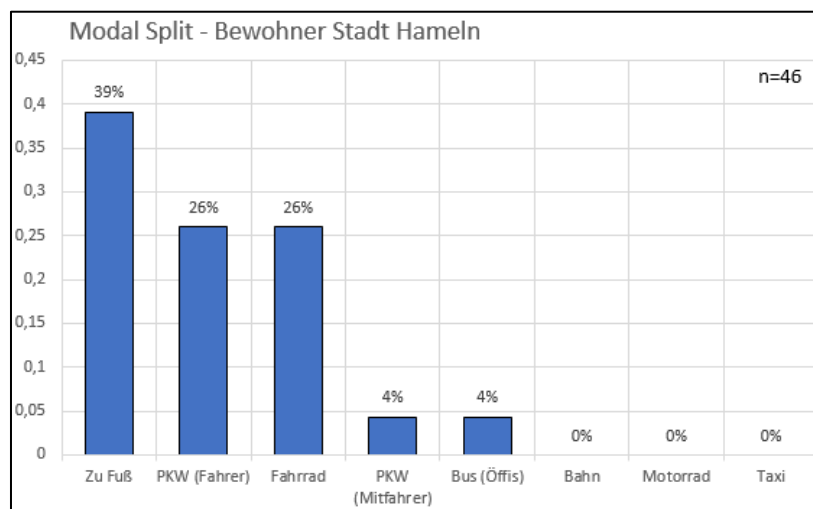
Die Verkehrsmittelwahl der Besucherinnen und Besucher des Food Street Markets wurde dabei sehr stark von ihrem Herkunftsort bestimmt. Betrachtet man zum Beispiel nur die Verkehrsmittelwahl der Bewohner der Stadt

Hameln (Kernstadt und Ortsteile), zeigt sich ein hoher Anteil von 39 %, welcher das Fest zu Fuß erreichte. Weitere 26 % der Besucher kamen jeweils mit dem Fahrrad oder nutzten den PKW, während in dieser Gruppe 4 % auf den Bus zurückgriffen (vgl. *Abbildung 5*).

Aus der Gruppe der Befragten, die aus dem noch engeren Radius der Kernstadt Hamelns die Veranstaltung aufsuchten, kamen sogar mehr als 50 % der Besucher zu Fuß. Ein Viertel nutzte das Fahrrad und 20 % jener Zielgruppe kamen mit dem PKW. Auch in dieser Gruppe spielt allerdings das Angebot des ÖPNV nur eine geringe Rolle. 6 % der Besucherinnen und Besucher der Kernstadt griffen auf das Angebot der Öffis zurück, wie *Abbildung 6* verdeutlicht. Auch für diese Gruppe war somit das heutige Angebot der Öffis ohne große Bedeutung. Die Gäste, die den Street Food Market von außerhalb besuchten, nutzten dagegen überwiegend (80 %) den PKW zur Anreise.



**Abbildung 4: Modal Split**



**Abbildung 5: Modal Split - Bewohner Stadt Hameln**

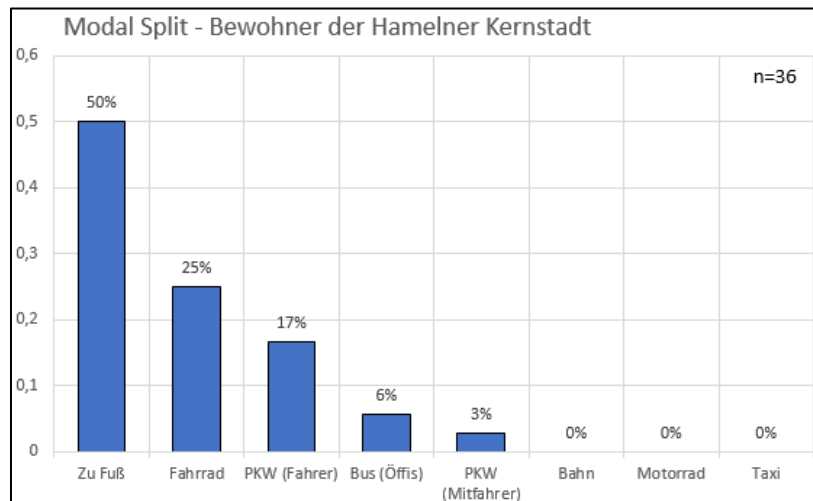


Abbildung 6: **Modal Split - Bewohner der Hamelner Kernstadt**

## 2.3 Alternatives Verkehrsmittel

Fast drei Viertel der befragten Besucher gaben an, vor Beginn des Fahrtantritts nicht über ein alternatives Verkehrsmittel nachgedacht zu haben.

15 % der Besucher zogen die Nutzung des Fahrrads in Erwägung, während 9 % alternativ den ÖPNV in Erwägung gezogen haben bzw. 3 % überlegt haben, zu Fuß zu kommen (siehe *Abbildung. 7*).

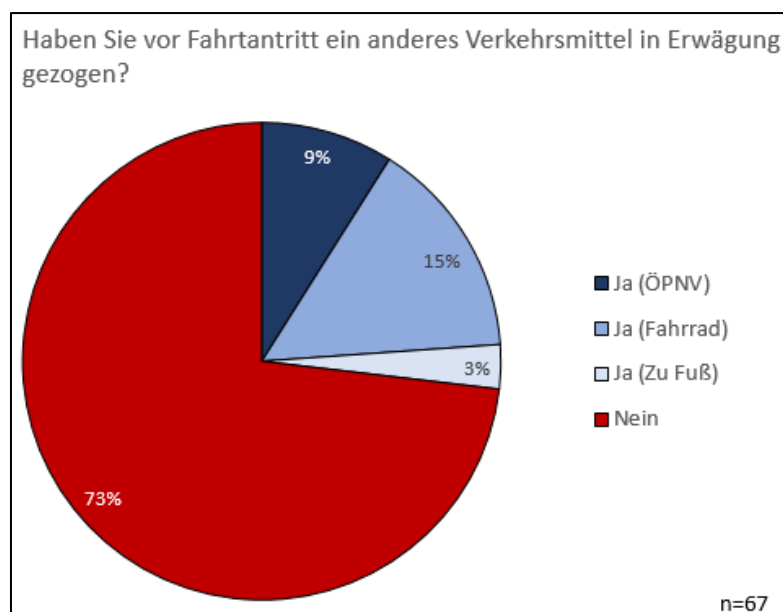
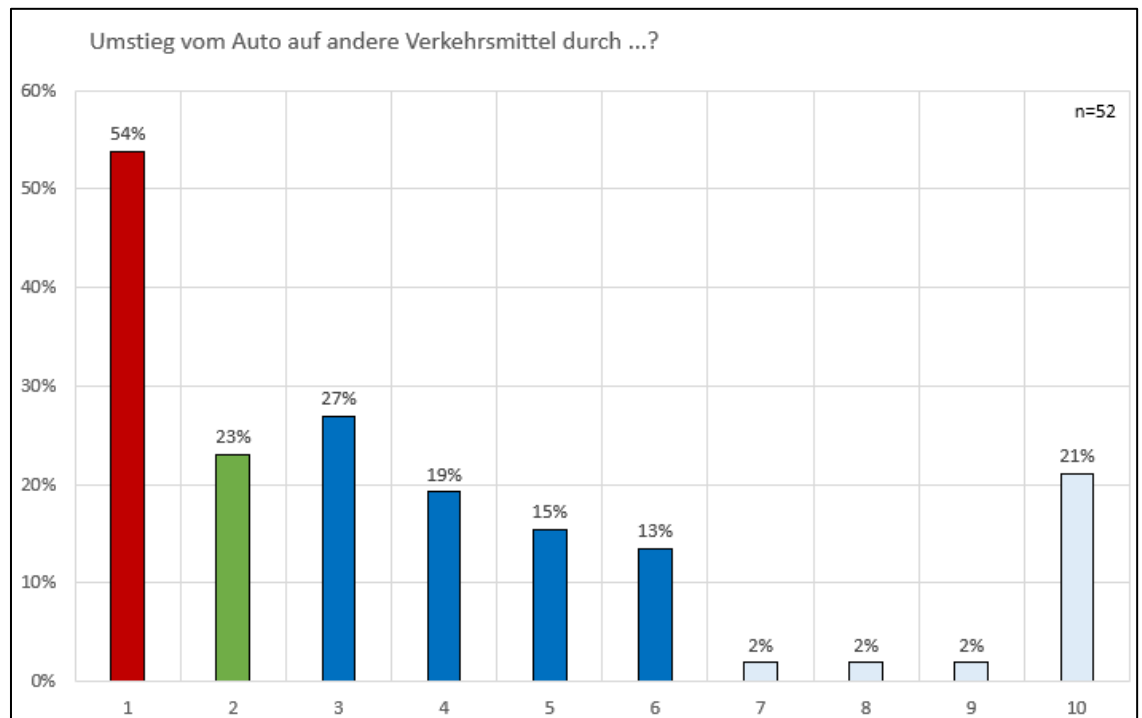


Abbildung 7: **Alternatives Verkehrsmittel**

## 2.4 Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl

Bei den Autofahrern gab etwa die Hälfte der befragten Autofahrer an, dass für sie unter keinen Umständen ein anderes Verkehrsmittel in Frage kommen würde, während sich 23 % der Besucher ein anderes Verkehrsmittel je nach Tagesumstand hätte vorstellen können, wie *Abbildung 8* verdeutlicht.



**Abbildung 8: Maßnahmen für Veränderung der Verkehrsmittelwahl**

1	Für mich kommt unter keinen Umständen ein anderes Verkehrsmittel in Frage
2	Unabhängig der Angebote kommen andere Verkehrsmittel für mich je nach Tagesumstand in Frage.
3	Besseres ÖPNV-Angebot (Stärkere Taktung)
4	Besseres ÖPNV-Angebot (Günstigere Preise)
5	Besseres ÖPNV-Angebot (Kürzere Fahrzeiten)
6	Besseres ÖPNV-Angebot (Sonstiges)
7	Besseres Fahrradangebot (Bike-Sharing-Angebot)
8	Besseres Fahrradangebot (Bessere Wegeföhrung)
9	Besseres Fahrradangebot (Fahrradmitnahme im Bus)
10	Sonstiges

Verbesserungen beim ÖPNV-Angebot würden nach Angabe der Besucher dabei eher als Verbesserungen beim Fahrradangebot zu einem Wechsel des Verkehrsmittels föhren. 27 % der Befragten in dieser Gruppe gaben zum Beispiel an, sich einen Umstieg vorstellen zu können, wenn es eine stärkere Taktung geben würde. Darüber hinaus wäre für sie ein günstigerer Preis ein wichtiges Kriterium für einen Umstieg. Eine kürzere Fahrzeit des ÖPNV wurde sechs Mal als Vorbedingung genannt.

Verbesserungen des Fahrradangebots würden für den größten Teil der Nutzer in dieser Gruppe dagegen keine großen Veränderungen in der Verkehrsmittelwahl herbeiführen.

Bike-Sharing-Angebote, bessere Wegeführung und Fahrradmitnahme im Bus wurden jeweils einmal genannt.

## 2.5 Maßnahmen Fahrrad-Angebot

Große Bedeutung als verbesserungswürdiger Aspekt weist unter denjenigen Befragten, die mit dem Fahrrad zur Veranstaltung kamen, die Qualität der Wegeführung auf, welche von 35 % der Radnutzer als sehr wichtig oder wichtig angesehen wurde. Ähnlich viele Befragte plädierten für die Wichtigkeit besserer Abstellmöglichkeiten beim Street Food Market, wohingegen nur für zwei Besucher bessere Möglichkeiten zu Hause wichtig wären.

Eine bessere Beschilderung wurde von zwei Besuchern als sehr wichtig eingeschätzt, wie *Abbildung 9* verdeutlicht.

Es ist zu berücksichtigen, dass die Fallzahl mit  $n=20$  relativ gering ausfällt, da diese Fragen nur den Fahrrad-Nutzern gestellt wurden.

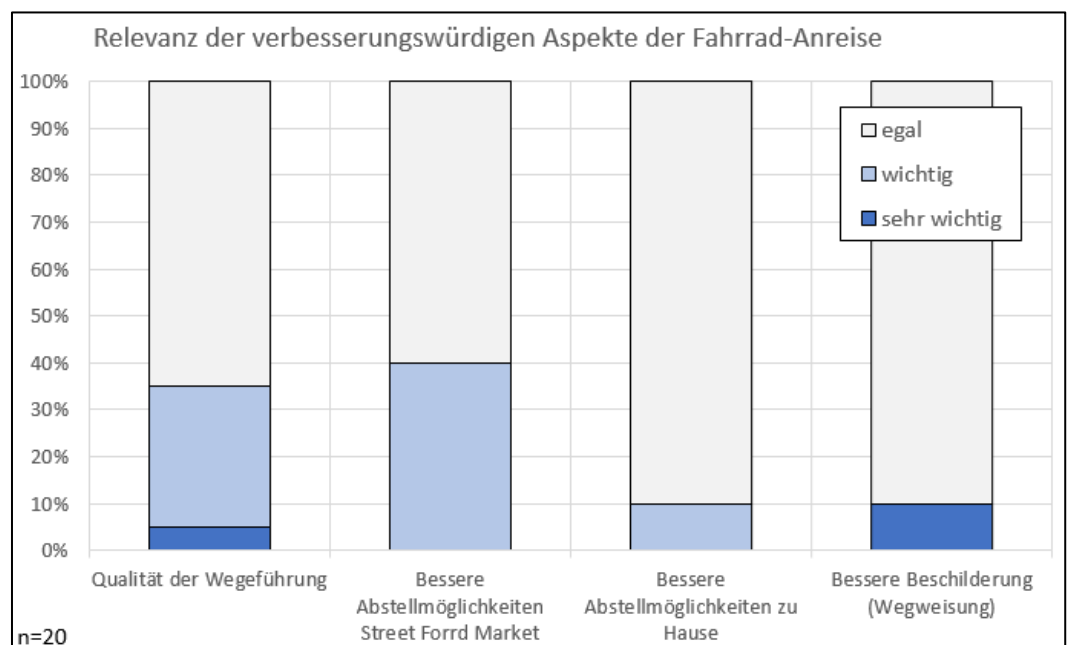


Abbildung 9: Relevanz der Maßnahmen des Fahrrad-Angebots

## 2.6 Entfernungvergleich

*Tabelle 2* verdeutlicht, dass die Besucher aus der Kernstadt Hameln, welche mit dem PKW angereist sind, im Durchschnitt 1,1 km mehr zurücklegen mussten als jene, die nicht das Auto nutzten.

Jedoch ist auch in diesem Fall die Distanz von 2,7 km verhältnismäßig gering. Allerdings handelt es sich bei dieser Gruppe auch nur um vier Personen. Insgesamt handelt es sich bei den Personen, die aus der Hamelner Kernstadt kamen und den PKW zur Anreise nutzten, um sieben Personen (sechs Fahrer, ein Mitfahrer).

Auch bei den Besuchern des Street Food Market, die aus den Hamelner Ortsteilen das Fest besuchten, ist die mittlere Entfernung, die zurückgelegt wurde, sowohl bei den Autofahrern wie auch den Nicht-Autorfahrern gering, bei den Autofahrern in diesem Fall sogar noch etwas geringer als bei den Nicht-Autorfahrern.

Bereits in der Gruppe der aus den Hamelner Ortsteilen angereisten Personen besuchte mit 70 % die mit Abstand größte Gruppe den Street Food Market mit dem PKW, obwohl die Entfernung durchaus noch in einer Größenordnung liegt, die auch mit dem Fahrrad hätte zurückgelegt werden können.

**Tabelle 2: Entfernungvergleich der aus der Kernstadt angereisten Personen**

	<b>Kürzeste Entfernung mit dem Auto in km (Mittelwert)</b>	<b>Luftlinie in km (Mittelwert)</b>
<b>Nicht-Autofahrer (Bus, zu Fuß, Fahrrad)</b> n = 21	1,6	0,8
<b>Autofahrer (Fahrer und Mitfahrer)</b> n = 4	2,7	1,6



**Tabelle 3: Entfernungsvergleich der aus Hamelner Ortsteilen angereisten Personen**

	<b>Kürzeste Entfernung mit dem Auto in km (Mittelwert)</b>	<b>Luftlinie in km (Mittelwert)</b>
<b>Nicht-Autofahrer</b> (Bus, zu Fuß, Fahrrad) n = 3	5,0	3,9
<b>Autofahrer</b> (Fahrer und Mitfahrer) n = 7	4,6	3,5

### 3

### Fazit

Die Befragung der Besucher des VollMund – Street Food Markets in Hameln verdeutlicht, dass Veranstaltungen in der Innenstadt in Hameln heute offenbar zu großen Teilen mit dem PKW erreicht werden, zumindest dann, wenn die Besucher nicht aus der Kernstadt Hamelns das Fest aufsuchen.

Teilnehmer aus der Hamelner Kernstadt erreichten den Street Food Market dagegen zumindest an den Befragungstagen häufig auch zu Fuß oder mit dem Fahrrad. Es fällt weiterhin auf, dass bei zunehmender Entfernung zwischen Herkunfts- und Veranstaltungsort der Anteil der PKW-Nutzer steigt. Es muss bei diesen Ergebnissen bedacht werden, dass die gute Wetterlage den Modal Split der Hamelner vom Auto in Richtung Fahrrad und zu Fuß verschoben haben dürfte.

Der ÖPNV wird hingegen sowohl von Besuchern aus Hameln als auch von außerhalb quasi gar nicht genutzt. Von den 107 befragten Besucherinnen und Besuchern des Festes hatten nur drei Personen die Öffis genutzt, zwei davon kamen aus der Hamelner Kernstadt, eine Person von außerhalb.

Verbesserungen beim ÖPNV-Angebot, vor allem eine stärkere Taktung und günstigere Preise würden nach Angabe der Besucher dabei eher als eine Verbesserung des Fahrradangebots zu einem Wechsel des Verkehrsmittels führen.

Verbesserungswürdig an der Anreise mit dem Fahrrad sind vor allem die Qualität der Wegeführung und die Abstellmöglichkeiten bei dem Street Food Market, wobei die Anzahl der Bügel abgesehen von Veranstaltungszeiträumen ausreichend zu sein scheint.

Nachteile des ÖPNV im Vergleich zum MIV werden auch in der Anlage „Fallbeispiele Vergleich ÖPNV/MIV“ deutlich.



# Stadt Hameln

## Green City Plan

**Masterplan für die Gestaltung nachhaltiger und emissionsfreier Mobilität (GCP Hameln)**

Vorstudie 3

**Urbane Mobilität und Logistik –  
Mobilitätsmanagement**

2. Teilbericht

**Auswertung der Befragung  
der Einzelhändler in der Hamelner Innenstadt**

**cima.**



## **Stadt Hameln**

Green City Plan

Masterplan für die Gestaltung nachhaltiger und emissionsfreier Mobilität  
(GCP Hameln)

Vorstudie 3: Urbane Mobilität und Logistik – Mobilitätsmanagement

2. Teilbericht: Auswertung der Befragung der Einzelhändler in der Hamelner Innenstadt

Auftraggeber: Stadt Hameln  
Fachbereich Umwelt und technische Dienste

Auftragnehmer: ARGE Green City Plan Hameln 2018

Planungsgemeinschaft Verkehr –  
PGV Dargel Hildebrandt GbR  
Adelheidstraße 9 b  
30171 Hannover

Telefon 0511 220601-87  
Telefax 0511 220601-990  
E-Mail [info@pgv-dargel-hildebrandt.de](mailto:info@pgv-dargel-hildebrandt.de)  
[www.pgv-dargel-hildebrandt.de](http://www.pgv-dargel-hildebrandt.de)

CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH  
Berliner Allee 12  
30175 Hannover

Telefon 0511 22007968  
Telefax 0511 22007999  
E-Mail [info@cima.de](mailto:info@cima.de)  
[www.cima.de/regionalwirtschaft](http://www.cima.de/regionalwirtschaft)

Bearbeitung: Dipl.-Ing. Edzard Hildebrandt (Projektleitung)  
Dr. Gerhard Becher (stv. Projektleitung)  
Dipl.-Geogr. Annika Wittkowski  
Lukas Arndt  
Sabine Derksen  
Marc Peus  
Joana Pfeil

Hannover, 30. Aug. 2018

## Inhaltsverzeichnis

1	Einführung .....	2
2	Analyse der Interviewergebnisse.....	2
2.1	Bestandsaufnahme Lieferverkehr.....	2
2.2	Verkehrsbeeinträchtigungen und Vorschläge .....	4
2.3	Einzelhandel – Stärken, Schwächen und Empfehlungen .....	6

## Bildverzeichnis

Bild 1:	Verkehrsbelastung durch Lieferverkehr in der Bäckerstraße .....	3
Bild 2:	Beschilderung am Eingang zur Fußgängerzone .....	3
Bild 3:	Verkehrsaufkommen in der Osterstraße vor 10 Uhr .....	4
Bild 4:	Belieferung im Kopmanshof .....	5
Bild 5:	Verkehrliche Situation in der Baustraße .....	5
Bild 6:	Leerstand in der Osterstraße.....	6

# 1 Einführung

Am 23. und 30.05.2018 führten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der ARGE Green City Plan Hameln 2018, bestehend aus der Planungsgemeinschaft Verkehr – PGV Dargel Hildebrandt GbR und der CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH, leitfadengestützte Experteninterviews bei 17 Einzelhändlern in der Hamelner Altstadt zu den Themenkomplexen Einzelhandelsstandort Hameln, verkehrliche Beeinträchtigungen sowie Be- und Auslieferung in der Innenstadt durch. Gespräche wurden in Geschäften an den Standorten Emmernstraße, Baustraße, Bäckerstraße, Ritterstraße und Osterstraße geführt, um räumlich differierende Meinungsbilder ermitteln zu können.

Darüber hinaus war es das Ziel, Vertreter aus verschiedenen Einzelhandelsbereichen anzusprechen.

## 2 Analyse der Interviewergebnisse

### 2.1 Bestandsaufnahme Lieferverkehr

Insgesamt hat sich die Belieferung nach Angaben der Befragten in den letzten Jahren nicht stark verändert. Eine Belieferung findet an allen Standorten statt, große Beeinträchtigungen sind jedoch nicht bemerkbar und werden von den Einzelhändlern auch nicht beklagt. Einzig in der Bäckerstraße kommt es aufgrund der geringen Breite der Straße manchmal zu kurzzeitigen Engstellen, welche jedoch aufgrund des geringen fußläufigen Verkehrs zu den Belieferungszeiten keine ernsthafte Belastung darstellten (vgl. *Bild 1*).

Die Hälfte der befragten Geschäfte wird täglich beliefert, viele Weitere mehrmals in der Woche. Nur zwei Geschäfte erhalten nur einmal wöchentlich Lieferungen.

In den meisten Fällen werden Vorder- und Hintereingänge für die Anlieferung genutzt. Filialisten haben in der Regel eigene Speditionen, welche eher am Hintereingang beliefern. Lieferdienste, welche alle weiteren Geschäfte beliefern, nutzen primär den Vordereingang. Citipost und DP beliefern mit Lastenrädern in der Altstadt, DP teilweise auch mit E-Fahrzeug, alle weiteren mit Lieferwagen mit Verbrennermotor.

Eine Belieferung ist nach der Verkehrsbeschilderung in der Fußgängerzone nur bis 10 Uhr erlaubt, wobei in diesem Szenario ein Zielkonflikt vorliegt, da eine Belieferung aufgrund der Öffnungszeit häufig erst ab 10 Uhr möglich ist (vgl. *Bild 2*). Bisher wird dieses Problem überwiegend pragmatisch ge-

löst, was jedoch finanzielle und rechtliche Probleme für die Zusteller hervorrufen kann.



**Bild 1: Verkehrsbelastung durch Lieferverkehr in der Bäckerstraße**



**Bild 2: Beschilderung am Eingang zur Fußgängerzone**



**Bild 3: Verkehrsaufkommen in der Osterstraße vor 10 Uhr**

Der Großteil der befragten Einzelhändler, insbesondere die lokalen Unternehmen, liefern auch selber aus, wobei die Auslieferung in der Regel mehrmals pro Woche und durch den eigenen PKW (Benziner) oder die DHL erfolgt.

## 2.2 Verkehrsbeeinträchtigungen und Vorschläge

Überwiegend wird von den Befragten im Hinblick auf den Lieferverkehr in der Altstadt kein Problem gesehen. Tatsächlich sind die Beeinträchtigungen durch den Lieferverkehr in den meisten Fällen, wie auch durch die durch das Untersuchungsteam durchgeführten Beobachtungen festgestellt wurde, geringfügig, wie beispielhaft *Bild 4* im Kopmanshof zeigt.

Eine gute Erreichbarkeit der Hamelner Altstadt wird als wesentlich für den Standort angesehen. Von den Befragten wird davon ausgegangen, dass auch in der Zukunft eine Erreichbarkeit der Innenstadt durch viele Besucher nur mit dem PKW gegeben sein wird. Konsens besteht vor diesem Hintergrund darin, dass mehr Parkmöglichkeiten für Kunden und Beschäftigte, vor allem für eine längere Parkdauer, geschaffen werden sollten.

Ebenfalls wünschen sich die Interviewpartner ein einheitliches Parksystem für die gesamte Altstadt und weitere Verringerungen der Parkpreise.



**Bild 4: Belieferung im Kopmanshof**

Darüber hinaus besteht Interesse an besseren und günstigeren Verbindungen zwischen dem Bahnhof und der Innenstadt. Diese Verbindung wird als derzeit nicht ausreichend angesehen. Zudem sollten nach Ansicht der Befragten mehr P&R-Möglichkeiten geschaffen werden und mit Shuttle-Verbindungen an die Innenstadt angebunden werden.

Weitergehend wurde deutlich, dass einzelne Gesprächspartner sich abschließbare Fahrradabstellanlagen an den Eingängen zur Fußgängerzone wünschen würden. Einen möglichen Ort zeigt *Bild 5* mit dem Ende der Fußgängerzone auf Höhe der Baustraße.



**Bild 5: Verkehrliche Situation in der Baustraße**



## 2.3 Einzelhandel – Stärken, Schwächen und Empfehlungen

### Stärken

Als Stärke des Einzelhandelsstandorts Hameln wird vor allem die Laufkundschaft in der Innenstadt u.a. durch den starken Tourismus gesehen, welche an Wochenenden durch Veranstaltungen und Events weiter verstärkt wird. Auch die Stadtgalerie sowie der interessante, gemütliche und häufig lebendige Stadtkern sorgen innenstadtnah nach Ansicht der Befragten für größere Kundenströme. Allerdings hat nach Ansicht einiger der Befragten die Stadtgalerie auch zum Verlust einiger traditioneller Geschäfte in der Hamelner Innenstadt beigetragen.

Darüber hinaus lassen sich Hinweise für positive Synergie-Beispiele zwischen Einzelhändlern finden.

### Schwächen

Die Filialisierung wird als zu stark wahrgenommen und hat nach Ansicht der Befragten einen deutlich negativen Einfluss auf die Attraktivität der Stadt. Eine hohe Leerstandsquote ist in einigen Teilen der Altstadt zu erkennen, wie beispielhaft *Bild 6* und *7* zeigt. Das Kundenpotential ist nach Meinung der Gesprächspartner zu stark vom Tourismus abhängig. Ebenfalls geht die Stadt Hameln nach Ansicht der Befragten zu wenig auf Lösungsvorschläge der Einzelhändler ein.



*Bild 6:* Leerstand in der Osterstraße



**Bild 7: Leerstand in der Hamelner Innenstadt**

Darüber hinaus wurden die wenigen guten in stadtnahen Restaurants angesprochen, die als ein weiterer schwacher Faktor angesehen werden, um mehr Kunden in die Innenstadt zu ziehen. Die Stadtgalerie sorgt zwar allgemein für stärkere Kundenströme, diese konzentrieren sich jedoch räumlich stark, wodurch dezentralere Lagen in der Bäckerstraße oder in der Baustraße an Attraktivität verlieren würden.

Auch der Online-Handel führe dazu, dass Laufkundschaft und Impulskäufe abnehmen, wobei eine zunehmende Spezialisierung des Geschäfts die Konkurrenz aus dem Online-Handel nach Ansicht der Befragten zum Teil verringern kann.

Des Weiteren werden vor allem die Mieten der Geschäfte nah an der City-Galerie als zu hoch eingeschätzt.

## Empfehlungen

Der Leerstand in der Innenstadt sollte vor allem mit differenzierterem, attraktivem Fachhandel und einer Belebung der Innenstadt als Ganzes revitalisiert werden. Auch im Umland sollte mehr Werbung für Hameln als Einzelhandelsstandort gemacht werden.

Die Stärke der Hamelner Altstadt als Veranstaltungsort sollte weiter ausgebaut und genutzt werden. In diesem Zuge sollte man auch Sportveranstaltungen implementieren und räumlich die Osterstraße stärker integrieren.

Um die Attraktivität des Einzelhandelsstandorts zu erhöhen, müsste der Innenstadtbereich grüner und schöner gestaltet sowie mehr Sitzmöglichkeiten in der Bäckerstraße errichtet werden. Des Weiteren wäre es denkbar, die Altstadt zu bestimmten Uhrzeiten für Autos unerschließbar zu machen.

Zudem wurde beklagt, dass an vielen Orten zu wenig investiert würde, mehrfach wurde hier die Situation in der Baustraße angesprochen.



# Stadt Hameln

## Green City Plan

### Masterplan für die Gestaltung nachhaltiger und emissionsfreier Mobilität (GCP Hameln)

#### Vorstudie 3

#### Urbane Mobilität und Logistik – Mobilitätsmanagement

#### 3. Teilbericht

#### Auswertung der Befragung der Beschäftigten der Stadt Hameln

## **Stadt Hameln**

Green City Plan

Masterplan für die Gestaltung nachhaltiger und emissionsfreier Mobilität  
(GCP Hameln)

Vorstudie 3: Urbane Mobilität und Logistik – Mobilitätsmanagement

3. Teilbericht: Auswertung der Befragung der Beschäftigten der Stadt Hameln

Auftraggeber: Stadt Hameln  
Fachbereich Umwelt und technische Dienste

Auftragnehmer: ARGE Green City Plan Hameln 2018

Planungsgemeinschaft Verkehr –  
PGV Dargel Hildebrandt GbR  
Adelheidstraße 9 b  
30171 Hannover

Telefon 0511 220601-87  
Telefax 0511 220601-990  
E-Mail [info@pgv-dargel-hildebrandt.de](mailto:info@pgv-dargel-hildebrandt.de)  
[www.pgv-dargel-hildebrandt.de](http://www.pgv-dargel-hildebrandt.de)

CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH  
Berliner Allee 12  
30175 Hannover

Telefon 0511 22007968  
Telefax 0511 22007999  
E-Mail [info@cima.de](mailto:info@cima.de)  
[www.cima.de/regionalwirtschaft](http://www.cima.de/regionalwirtschaft)

Bearbeitung: Dipl.-Ing. Edzard Hildebrandt (Projektleitung)  
Dr. Gerhard Becher (stv. Projektleitung)  
Dipl.-Geogr. Annika Wittkowski  
Lukas Arndt  
Sabine Derksen  
Marc Peus  
Joana Pfeil

Hannover, 30. Aug. 2018

## Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einführung .....</b>	<b>7</b>
<b>2 Analyse der Befragungsergebnisse.....</b>	<b>9</b>
2.1 Arbeitsort .....	9
2.2 Herkunft.....	12
2.3 Intermodalität.....	16
2.4 Verkehrsmittelwahl .....	19
2.5 Alternative Verkehrsmittelwahl.....	25
2.6 Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl.....	29
2.7 Fahrgemeinschaft.....	32
2.8 Bewertung und Maßnahmen des Bahnangebots .....	38
2.9 Bewertung und Maßnahmen des Busangebots.....	39
2.10 Bewertung und Maßnahmen des Fahrradangebots .....	40
2.11 Home-Office.....	46
<b>3 Fazit.....</b>	<b>51</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Arbeitsort.....	9
Abbildung 2: Arbeitsort nach Herkunft.....	10
Abbildung 3: Arbeitsort nach Geschlecht.....	10
Abbildung 4: Arbeitsort nach Alter .....	11
Abbildung 5: Arbeitsort (Sonstiges-Angaben).....	11
Abbildung 6: Befragte aus Schulen und Kindertagesstätten .....	12
Abbildung 7: Start- und Endpunkt des Arbeitsweges.....	13
Abbildung 8: Start- und Endpunkt des Arbeitsweges nach Geschlecht.....	15
Abbildung 9: Start- und Endpunkt des Arbeitsweges nach Altersklasse ....	15
Abbildung 10: Entfernung zwischen Wohn- und Arbeitsort.....	16
Abbildung 11: Intermodalität aller Befragten.....	17
Abbildung 12: Intermodalität nach Herkunft.....	17
Abbildung 13: Intermodalität nach Altersklassen .....	18
Abbildung 14: Intermodalität nach Geschlecht .....	18
Abbildung 15: Häufigkeit der Verkehrsmittelnutzung .....	20
Abbildung 16: Häufigkeit der Bus und Bahn-Nutzung nach Geschlecht.....	20
Abbildung 17: Häufigkeit der Fahrrad- und zu Fuß-Nutzung nach Geschlecht .....	21
Abbildung 18: Häufigkeit der Taxi-, PKW-, Motorrad-Nutzung nach Geschlecht .....	21
Abbildung 19: Häufigkeit der Bus und Bahn-Nutzung nach Altersklassen .	21
Abbildung 20: Häufigkeit der Fahrrad- und zu Fuß-Nutzung nach Altersklassen .....	22
Abbildung 21: Häufigkeit der Taxi-, PKW- und Motorrad-Nutzung nach Altersklassen .....	22

Abbildung 22: Häufigkeit der Bus und Bahn-Nutzung nach Herkunft.....	23
Abbildung 23: Häufigkeit der Fahrrad- und zu Fuß-Nutzung nach Herkunft .....	23
Abbildung 24: Häufigkeit der Taxi-, PKW- und Motorrad-Nutzung nach Herkunft.....	23
Abbildung 25: Primäres Verkehrsmittel .....	24
Abbildung 26: Primäres Verkehrsmittel nach Herkunft .....	24
Abbildung 27: Primäres Verkehrsmittel nach Geschlecht .....	24
Abbildung 28: Primäres Verkehrsmittel nach Altersklassen.....	25
Abbildung 29: Alternative Verkehrsmittelwahl denkbar? .....	25
Abbildung 30: Alternative Verkehrsmittelwahl denkbar nach Herkunft.....	26
Abbildung 31: Alternative Verkehrsmittelwahl denkbar nach Geschlecht...	26
Abbildung 32: Alternative Verkehrsmittelwahl denkbar nach Altersklasse .	27
Abbildung 33: Alternatives Verkehrsmittel .....	28
Abbildung 34: Alternatives Verkehrsmittel nach Herkunft .....	28
Abbildung 35: Alternatives Verkehrsmittel nach Geschlecht.....	28
Abbildung 36: Alternatives Verkehrsmittel nach Altersklassen .....	29
Abbildung 37: Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl.....	30
Abbildung 38: Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl nach Herkunft.....	31
Abbildung 39: Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl nach Geschlecht.....	31
Abbildung 40: Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl nach Altersklasse .....	32
Abbildung 41: Fahrgemeinschaft.....	33
Abbildung 42: Fahrgemeinschaft nach Herkunft.....	33
Abbildung 43: Fahrgemeinschaft nach Geschlecht.....	34
Abbildung 44: Fahrgemeinschaft nach Altersklassen .....	34



Abbildung 45: Fahrgemeinschaft Tage pro Woche.....	35
Abbildung 46: Fahrgemeinschaft - Anzahl Personen.....	35
Abbildung 47: Fahrgemeinschaft - Mit wem?.....	35
Abbildung 48: Fahrgemeinschaft - Mit wem? (nach Herkunft) .....	36
Abbildung 49: Fahrgemeinschaft - Mit wem? (nach Geschlecht).....	36
Abbildung 50: Fahrgemeinschaft - Mit wem? (nach Altersklasse).....	36
Abbildung 51: Umstände für Bildung einer Fahrgemeinschaft .....	37
Abbildung 52: Umstände für Bildung einer Fahrgemeinschaft (nach Herkunft) .....	37
Abbildung 53: Umstände für Bildung einer Fahrgemeinschaft (nach Geschlecht) .....	37
Abbildung 54: Umstände für Bildung einer Fahrgemeinschaft (nach Altersklasse).....	38
Abbildung 55: Bahn-Angebot Benotung .....	38
Abbildung 56: Maßnahmen Bus-Angebot.....	39
Abbildung 57: Bus-Angebot Benotung.....	40
Abbildung 58: Maßnahmen Fahrrad-Angebot.....	41
Abbildung 59: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Herkunft Block 1 .....	42
Abbildung 60: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Herkunft Block 2 .....	42
Abbildung 61: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Herkunft Block 3 .....	42
Abbildung 62: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Geschlecht Block 1 ....	43
Abbildung 63: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Geschlecht Block 2 ....	43
Abbildung 64: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Geschlecht Block 3 ....	43
Abbildung 65: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Altersklassen Block 1	44
Abbildung 66: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Altersklassen Block 2	44
Abbildung 67: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Altersklassen Block 3	44
Abbildung 68: Fahrrad-Angebot Benotung .....	45

Abbildung 69: Fahrrad-Angebot Benotung nach Herkunft .....	45
Abbildung 70: Fahrrad-Angebot Benotung nach Geschlecht .....	45
Abbildung 71: Fahrrad-Angebot Benotung nach Altersklassen.....	46
Abbildung 72: Home-Office – Häufigkeit.....	47
Abbildung 73: Home-Office - Häufigkeit nach Herkunft .....	47
Abbildung 74: Home-Office - Häufigkeit nach Geschlecht .....	47
Abbildung 75: Home-Office - Häufigkeit nach Altersklassen.....	48
Abbildung 76: Home-Office - Wunsch .....	48
Abbildung 77: Home-Office - Wunsch nach Herkunft .....	48
Abbildung 78: Home-Office - Wunsch nach Geschlecht .....	49
Abbildung 79: Home-Office - Wunsch nach Altersklassen.....	49
Abbildung 80: Coworking-Spaces als Alternative .....	49
Abbildung 81: Coworking-Spaces als Alternative nach Herkunft .....	50
Abbildung 82: Coworking-Spaces als Alternative nach Geschlecht.....	50
Abbildung 83: Coworking-Spaces als Alternative nach Altersklassen.....	50

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einpendler und Erwerbstätige in Hameln 2017 .....	14
--	----

# 1 Einführung

Zwischen dem 18. Juni und 02. Juli 2018 führte die ARGE Green City Plan Hameln 2018, bestehend aus der Planungsgemeinschaft Verkehr – PGV Dargel Hildebrandt GbR und der CIMA Institut für Regionalwirtschaft GmbH, eine onlinegestützte Befragung unter den Beschäftigten der Stadt Hameln durch. Diese wurden durch ein Anschreiben des Oberbürgermeisters der Stadt Hameln zur Teilnahme an der Befragung eingeladen und erhielten durch einen Link und einen QR-Code, der ihnen mit diesem Anschreiben übersandt wurde, den Zugang zu der Erhebung.

Von 976 angeschriebenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nahmen 436 an der Befragung teil, was einem Rücklauf und damit einer repräsentativen Stichprobe von 45 % entspricht. Nach *von der Lippe* kann bei einer Grundgesamtheit von ca. 1.000 Befragten bei  $n_k=135$  (entspricht 13,5 %) von Repräsentativität gesprochen werden.<sup>1</sup>

Die folgende Analyse erfolgt für den gesamten Umfang der Befragten sowie differenziert nach Geschlecht (männlich/weiblich), Altersklassen (unter 50 Jahre/über 50 Jahre) und Herkunft (Kernstadt Hameln/Stadtteile Hameln/anderer Ort/andere Stadt). Die Einteilung nach Kernstadt, Stadtteilen und anderen Orten/Städten erfolgt, um regionale differenzierte, kleinteiligere Handlungsempfehlungen zu ermöglichen.

Die Diagramme wurden auf Basis von SPSS und Excel erzeugt und illustrieren zahlreiche Einzelbefunde. Die die Grafiken begleitenden Texte weisen auf die grundlegenden Erkenntnisse und Besonderheiten hin und erläutern wichtige Zusammenhänge.

---

<sup>1</sup> <http://www.von-der-lippe.org/dokumente/Wieviele.pdf>

## 2 Analyse der Befragungsergebnisse

### 2.1 Arbeitsort

Abbildung 1 zeigt, dass mehr als die Hälfte der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtverwaltung Hamelns (52 %), die sich an der Befragung beteiligten, im Rathaus Hameln arbeiten. Darüber hinaus sind Schulen ein häufig genannter Arbeitsort (11 %). Von den 13 % der Befragten, die als Antwort Sonstiges nannten, arbeitet der größte Teil bei der Kläranlage und im Kinderspielhaus, wie *Abbildung 5* verdeutlicht.

Von den 48 Befragten, die als Arbeitsort Schule bzw. Kindertagesstätte angaben, sind jeweils 14 % der Beschäftigten, die an der Befragung teilgenommen haben, im Kinderhaus Rohrsen/ Hilligsfeld und an der Pestalozzi-Schule tätig.

Des Weiteren zeigen die *Abbildungen 2 bis 4* den Arbeitsort der Beschäftigten differenziert nach Herkunft, Geschlecht und Altersklassen.

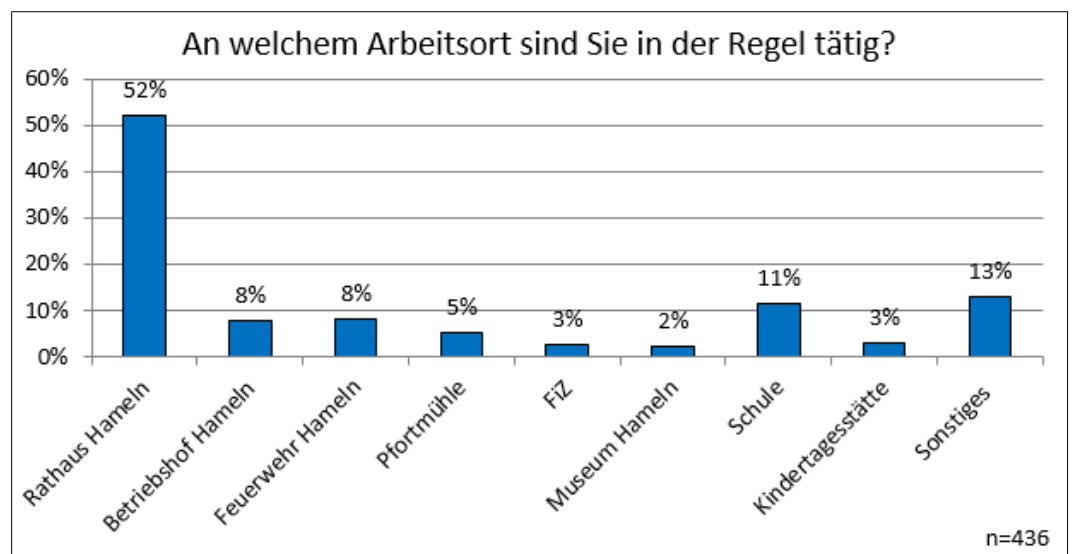


Abbildung 1: **Arbeitsort**

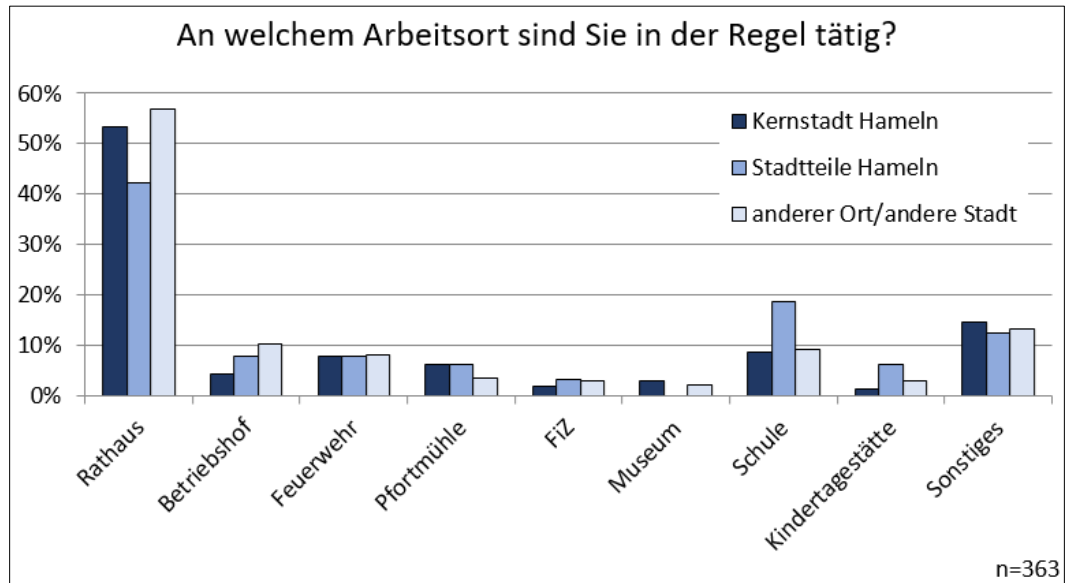


Abbildung 2: Arbeitsort nach Herkunft

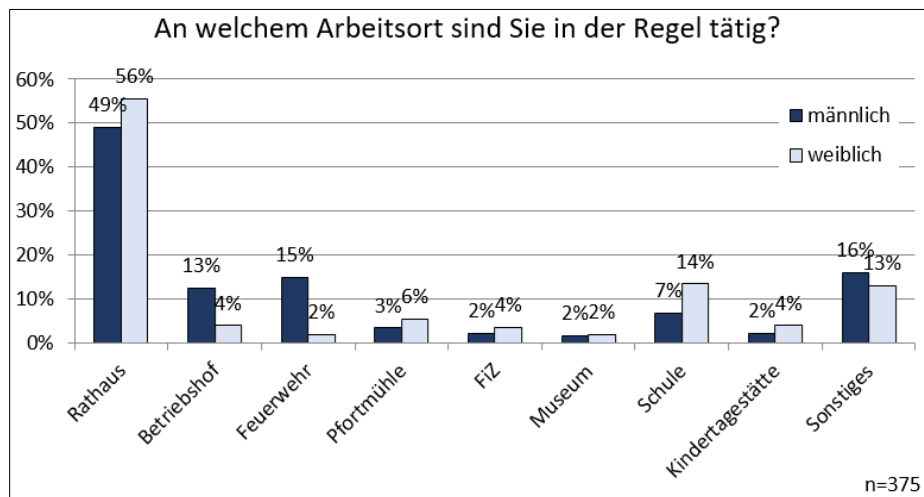


Abbildung 3: Arbeitsort nach Geschlecht

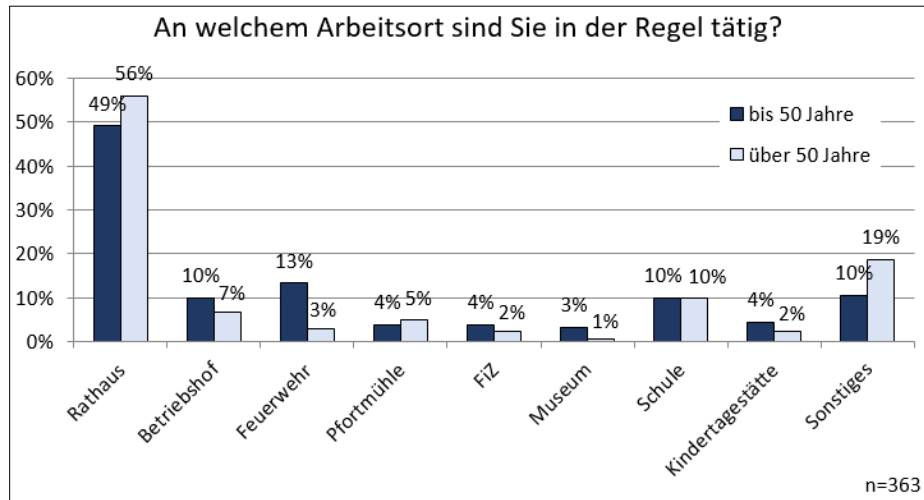


Abbildung 4: Arbeitsort nach Alter

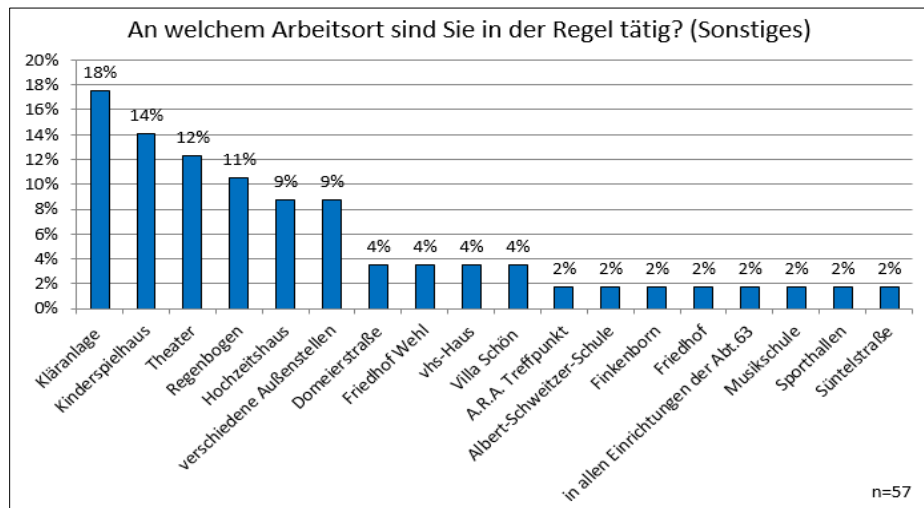


Abbildung 5: Arbeitsort (Sonstiges-Angaben)

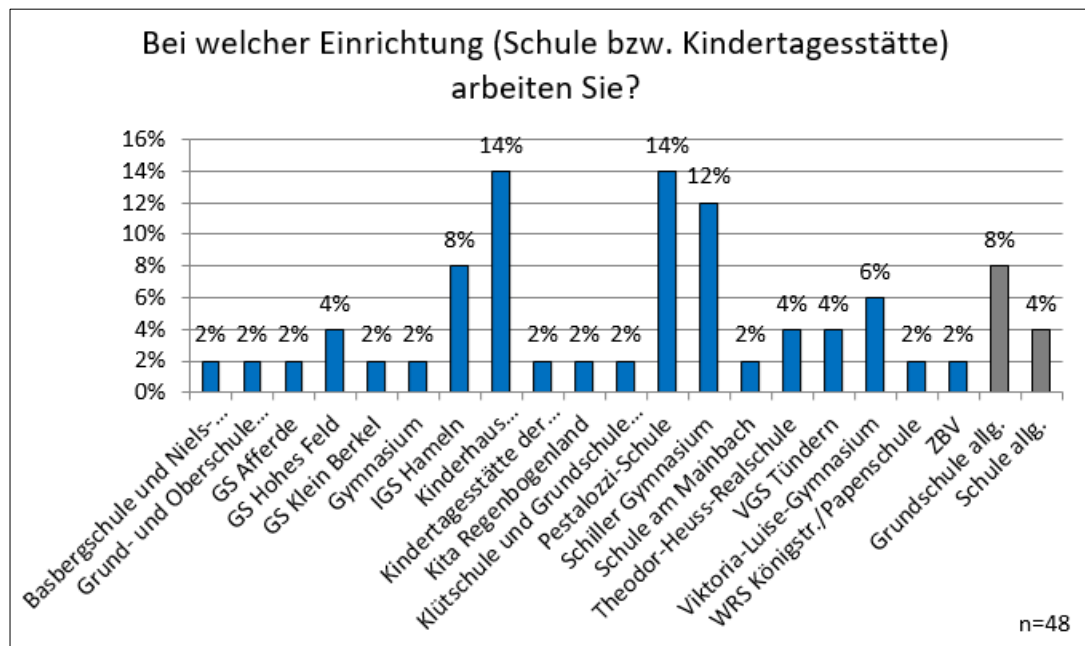


Abbildung 6: Befragte aus Schulen und Kindertagesstätten

## 2.2 Herkunft

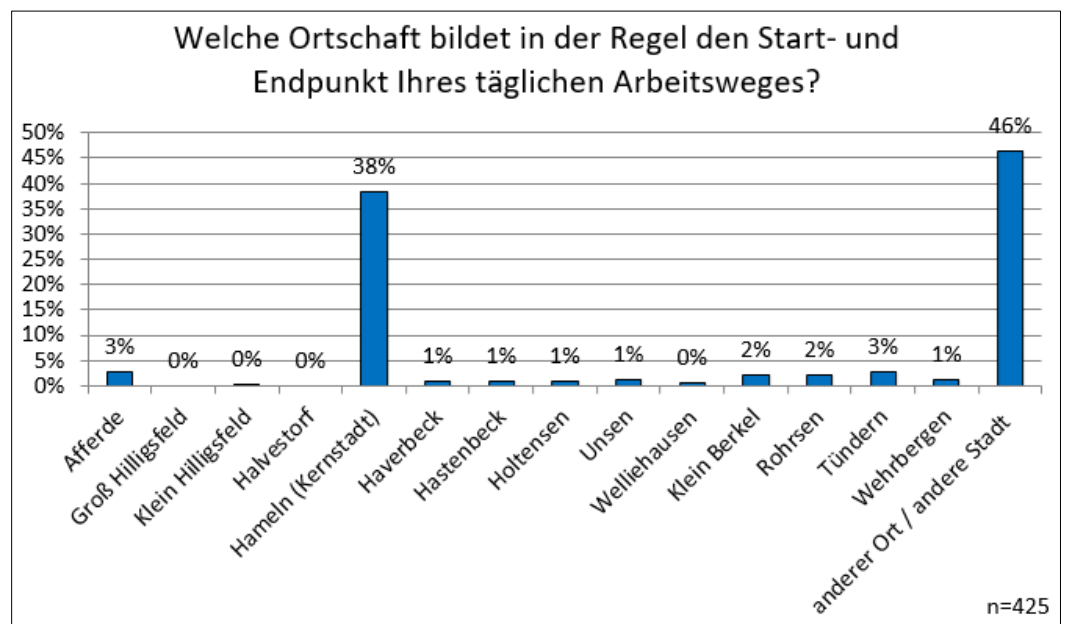
Die Herkunft der Befragten verdeutlicht, dass mit 38 % und 46 % der größte Anteil der Befragten aus der Kernstadt Hameln bzw. aus anderen Orten/Städten außerhalb Hamelns stammt. Dagegen ist der Anteil der Befragten, die aus anderen Stadtteilen Hamelns außerhalb der Kernstadt kommen, eher gering (vgl. *Abbildung 7*). Der Vergleich dieser Verteilung mit der Auswertung der Beschäftigungsstatik der Bundesagentur für Arbeit in *Tabelle 1* für das Jahr 2017 zeigt, dass die Gruppe der Beschäftigten der Stadt Hameln, welche aus Hameln stammen, mit 54 % überrepräsentiert ist. Hingegen ist der Anteil der Personen, die aus anderen Orten/Städten stammen und für die Stadt Hameln arbeiten, um ca. neun Prozentpunkte tiefer als innerhalb der Grundgesamtheit aller 26.175 Beschäftigten in der Stadt Hameln.

Unterschiede zwischen den Geschlechtern bestehen bei dieser Verteilung kaum; tendenziell kommen Männer in etwas stärkerem Umfang aus Orten außerhalb Hamelns und legen damit längere Arbeitswege zurück. Frauen geben als Startpunkt ihres Arbeitsweges dagegen etwas häufiger Hameln selbst an (Kernstadt bzw. andere Stadtteile, *Abbildung 8*).

Auch im Hinblick auf die Altersstruktur der Befragten bestehen solche Unterschiede. Ältere Mitarbeiter kommen eher aus Hameln selbst, jüngere etwas häufiger aus Orten außerhalb Hamelns (*Abbildung 9*).

Die Klassifikation nach den durchschnittlich zurückgelegten Kilometern zwischen Wohn- und Arbeitsort in *Abbildung 10* bekräftigt diese Erkenntnisse, da 39 % der Befragten in der Regel weniger als 3 km auf ihrem Weg zur Arbeit zurücklegen und 26 % 20 km und mehr. Insgesamt betrachtet legen rund die Hälfte aller Befragten täglich einen Weg zur Arbeit zurück, der weniger als 5 km Entfernung aufweist.

Herkunftsschwerpunkte anderer Orte/Städte sind Aerzen (n=16), Hessisch Oldendorf (n=12), Bad Münder, Fischbeck und Salzhemmendorf (jeweils n=9).



**Abbildung 7: Start- und Endpunkt des Arbeitsweges**



**Table 1: Einpendler und Erwerbstätige in Hameln 2017**

Ort (Auswahl)	Anzahl der Einpendler nach Hameln	Anteil an allen sozialversicherungspflichtigen Erwerbstätigen (N=26.175) in Hameln
Hessisch Oldendorf	2.183	8,3%
Aerzen	1.584	6,1%
Emmerthal	1.502	5,7%
Bad Münder	882	3,4%
Coppenbrügge	880	3,4%
Bad Pyrmont	781	3,0%
Salzhemmendorf	617	2,4%
Rinteln	403	1,5%
Springe	396	1,5%
Hannover	376	1,4%
Hamburg	47	0,2%
Berlin	41	0,2%
Bielefeld	26	0,1%
Göttingen	20	0,1%
...		
Stadt Hameln (beinhaltet Kernstadt Hameln + Stadtteile)	11.902	45,5%

*Quelle: eigene Berechnung nach Beschäftigungsstatistik der Bundesagentur für Arbeit, 2017*

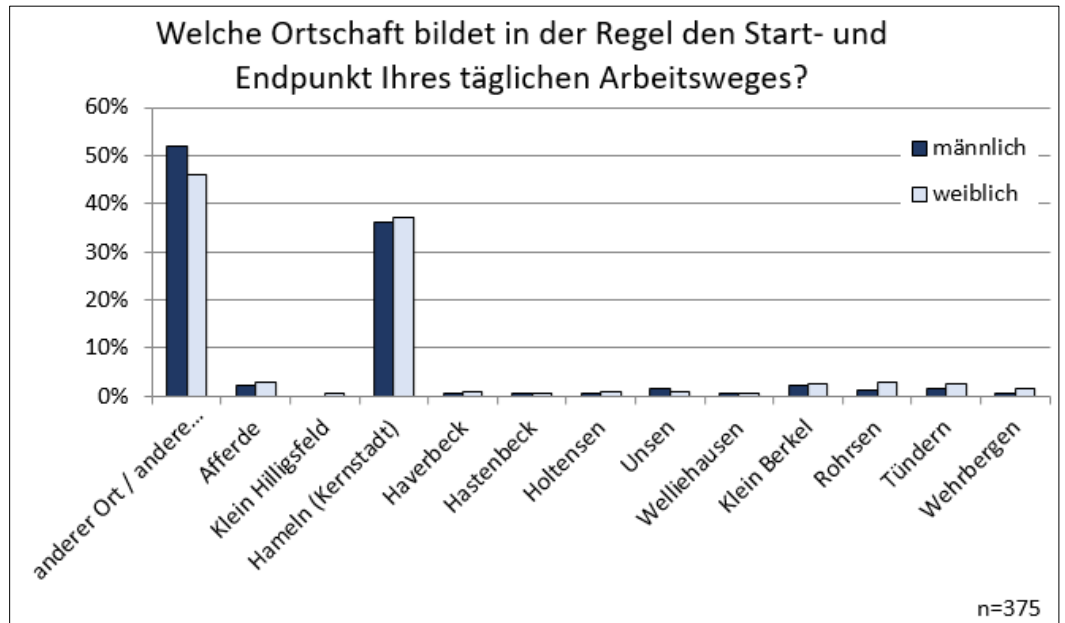


Abbildung 8: Start- und Endpunkt des Arbeitsweges nach Geschlecht

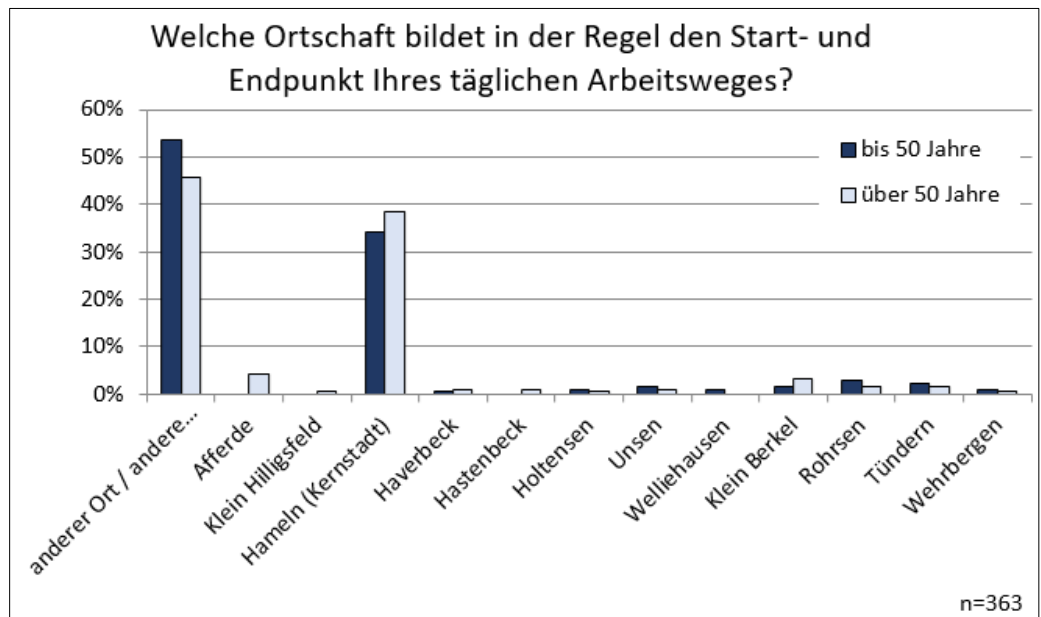


Abbildung 9: Start- und Endpunkt des Arbeitsweges nach Altersklasse

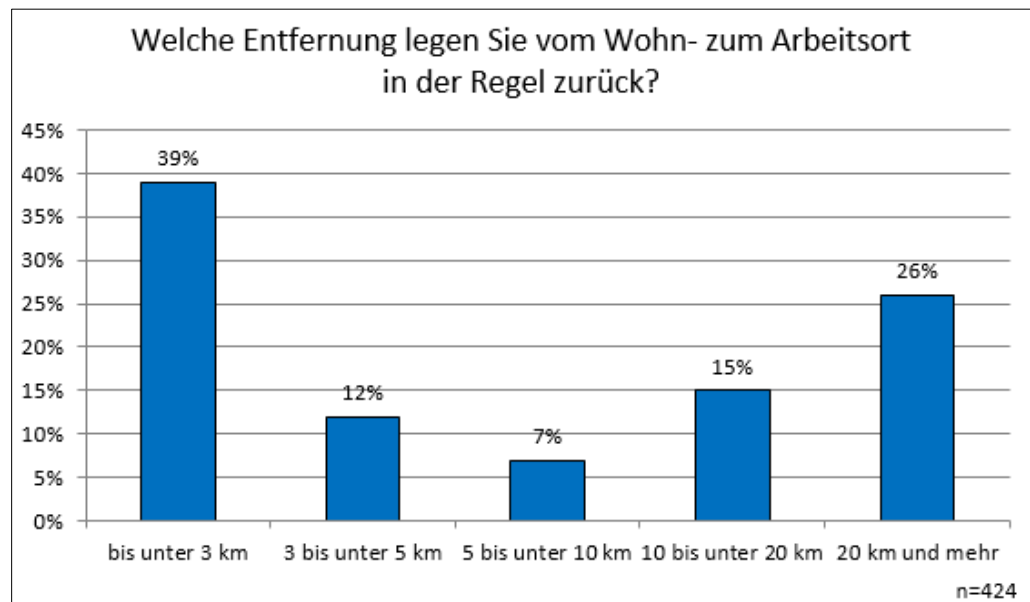


Abbildung 10: Entfernung zwischen Wohn- und Arbeitsort

## 2.3 Intermodalität

Die große Mehrheit der Befragten (87 %) nutzen lediglich ein Verkehrsmittel für Ihren Arbeitsweg, während nur 13 % auf mehrere Verkehrsmittel zurückgreifen (vgl. *Abbildung 11*). Intermodalität spielt für die Beschäftigten der Stadtverwaltung Hamelns heute für ihren Arbeitsweg also noch keine große Rolle. Untersucht man die Frage differenziert nach Herkunft der Befragten so wird deutlich, dass am ehesten die Bewohner der Stadtteile Hamelns, welche in der Regel eine mittlere Distanz von 3 bis 10 km zurückzulegen, auf mehrere Verkehrsmittel zurückgreifen (s. *Abbildung 12*).

Ebenfalls ist in *Abbildung 13* und *Abbildung 14* eine stärkere Intermodalität bei männlichen sowie über 50 Jahre alten Befragten erkennbar.

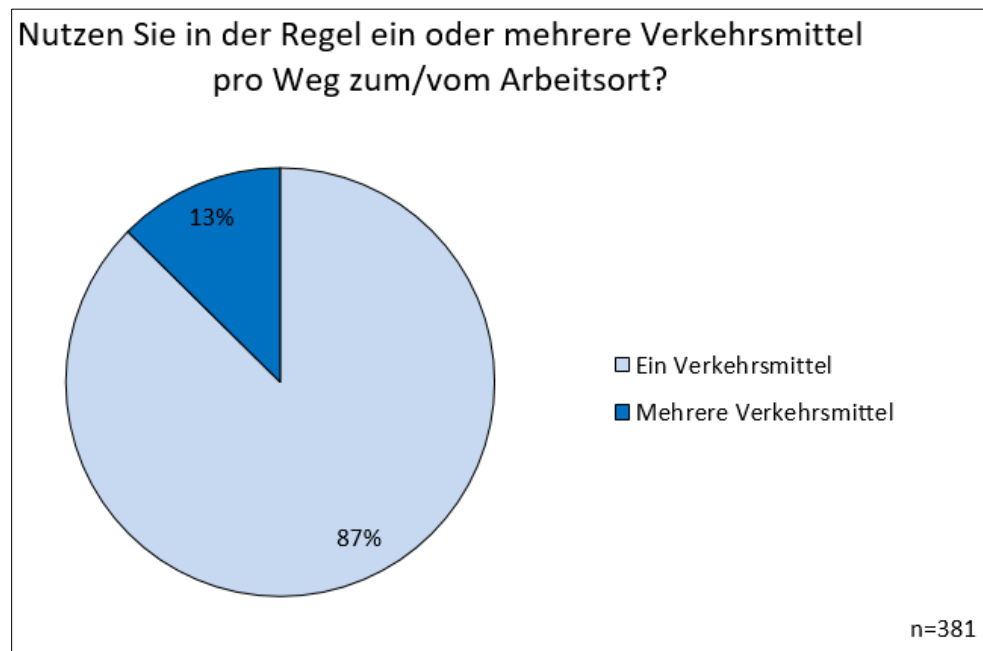


Abbildung 11: Intermodalität aller Befragten

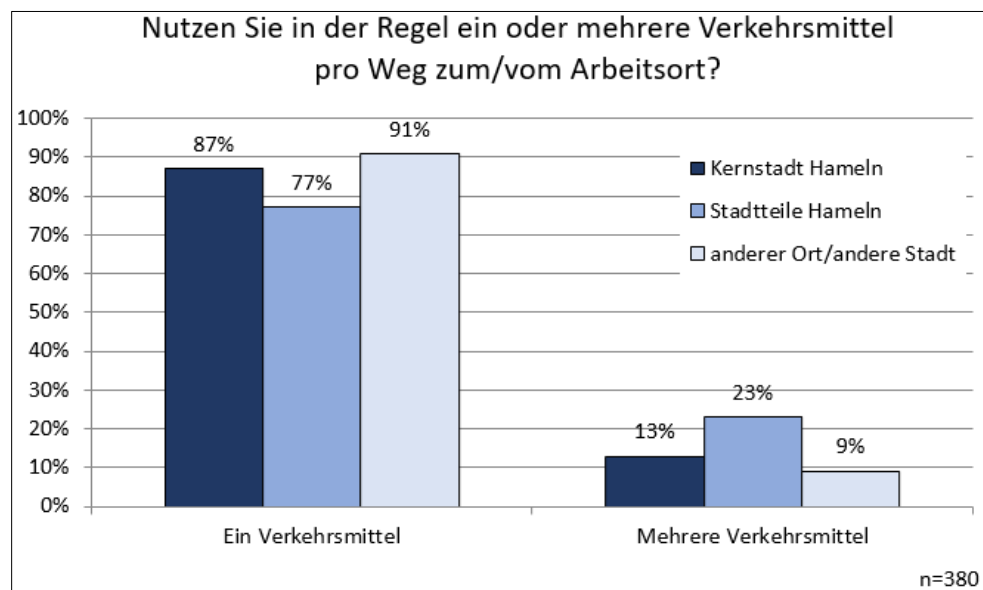


Abbildung 12: Intermodalität nach Herkunft

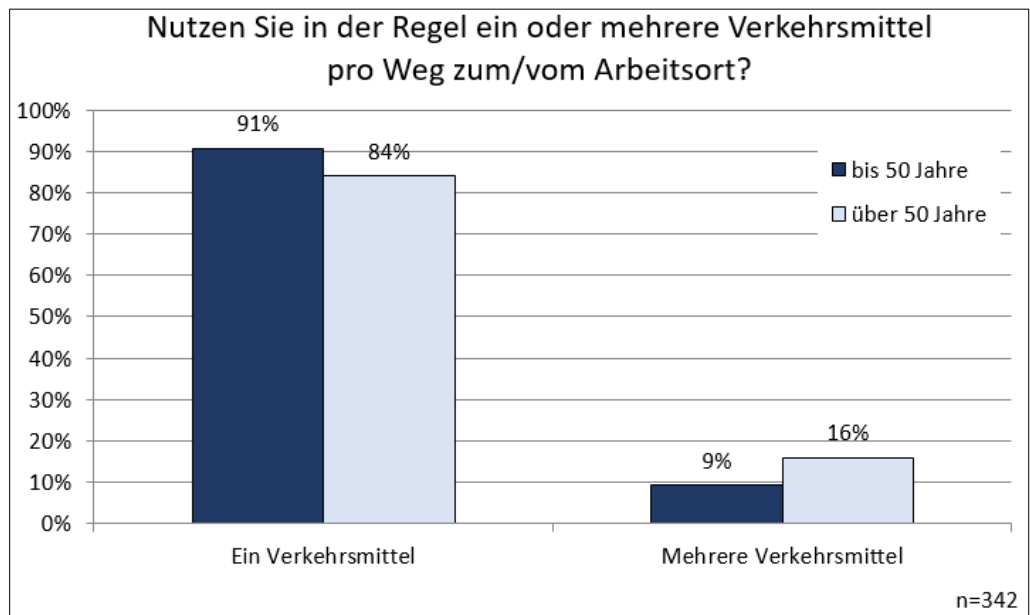


Abbildung 13: Intermodalität nach Altersklassen

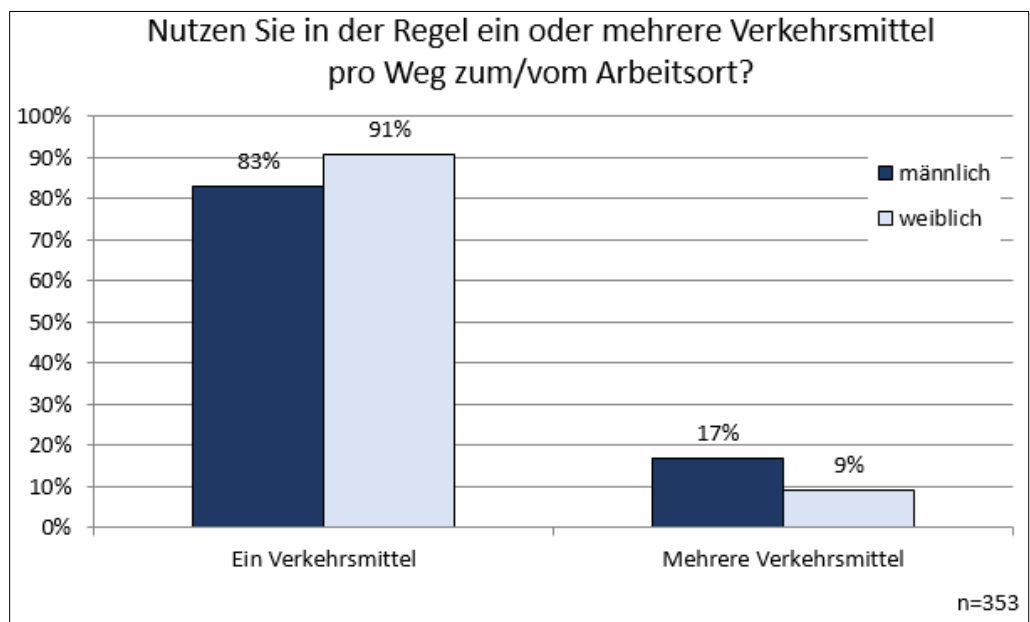


Abbildung 14: Intermodalität nach Geschlecht

## 2.4 Verkehrsmittelwahl

Die Verkehrsmittelwahl der Beschäftigten der Stadt Hameln zeigt, dass 67 %, d.h. gut zwei Drittel der Beschäftigten, täglich den PKW als Fahrer oder Mitfahrer nutzen. Das Fahrrad wird von einem guten Viertel der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (28 %) täglich genutzt.

Die öffentlichen Verkehrsmittel Bus und Bahn werden von den Befragten hingegen eher selten für den täglichen Weg zur Arbeit genutzt, wie *Abbildung 15* zeigt.

Weitere differenzierte Ergebnisse für die Häufigkeit der Nutzung jedes Verkehrsmittel nach Klassifikation der Herkunft, des Geschlechts und Alters der Beschäftigten der Stadt Hameln sind in den *Abbildungen 16 bis 24* dargestellt. Jene Aussagen lassen sich durch das primär genutzte Verkehrsmittel, erkennbar in den *Abbildungen 25 bis 28*, bestätigen.

Die Verkehrsmittelwahl wird hierbei besonders stark durch den jeweiligen Wohnort der Beschäftigten bestimmt. So zeigt sich, dass rund die Hälfte der befragten Mitarbeiter aus der Kernstadt Hamelns das Fahrrad nutzt und der Anteil der PKW-Nutzer unter den Beschäftigten, die in der Kernstadt Hameln wohnen, im Vergleich zu den anderen Gruppen verhältnismäßig gering ist (aber auch hier immer noch bei knapp 50 % liegt). Hingegen wird die schlechte Erreichbarkeit der Stadt mit alternativen Verkehrsmitteln aus anderen Orten und Städten durch den hohen Wert von 91 % PKW, Motorrad und Taxi-Nutzern deutlich. Der ÖPNV spielt lediglich bei der Gruppe der Beschäftigten, die aus anderen Stadtteilen kommen, eine nennenswerte Rolle.

Auch aus den anderen Ortteilen Hamelns nutzen fast 90 % das Auto täglich oder zumindest mehrmals in der Woche (vgl. *Abbildung 24*).

Eine Differenzierung nach Geschlecht verdeutlicht keine bedeutenden Unterschiede, während die Betrachtung nach Altersklassen zeigt, dass die über 50 Jahre alten Befragten zu größeren Anteilen das Fahrrad nutzen und der Anteil der PKW-Nutzer geringer ist als in der jungen Zielgruppe (vgl. *Abbildung 28*).

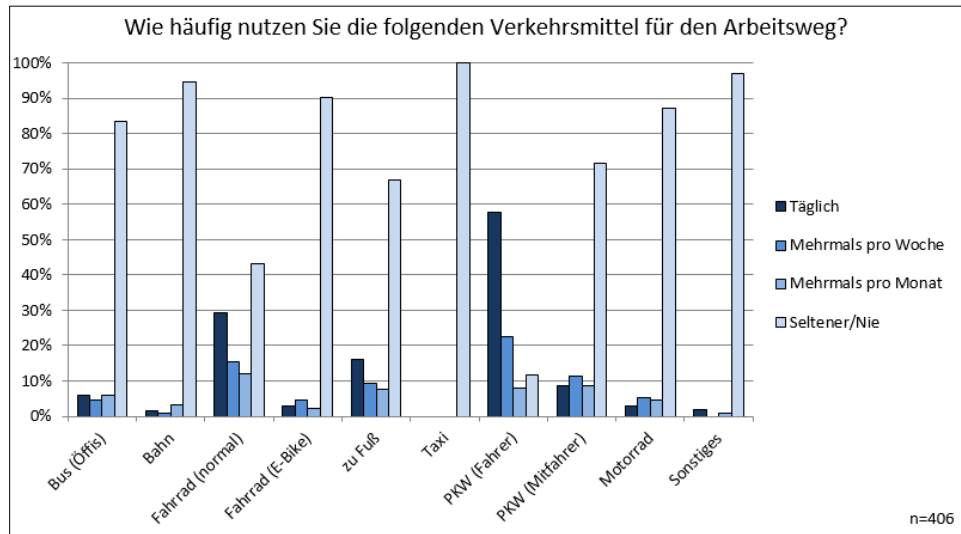


Abbildung 15: Häufigkeit der Verkehrsmittelnutzung

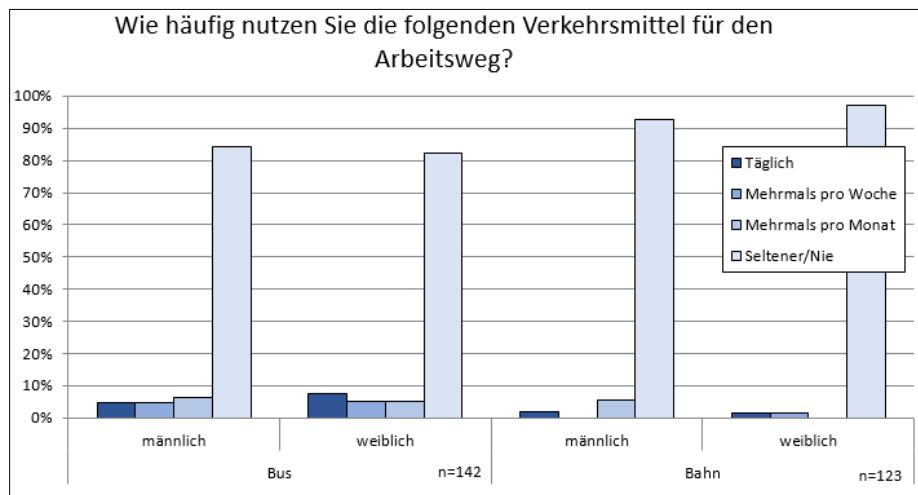


Abbildung 16: Häufigkeit der Bus und Bahn-Nutzung nach Geschlecht

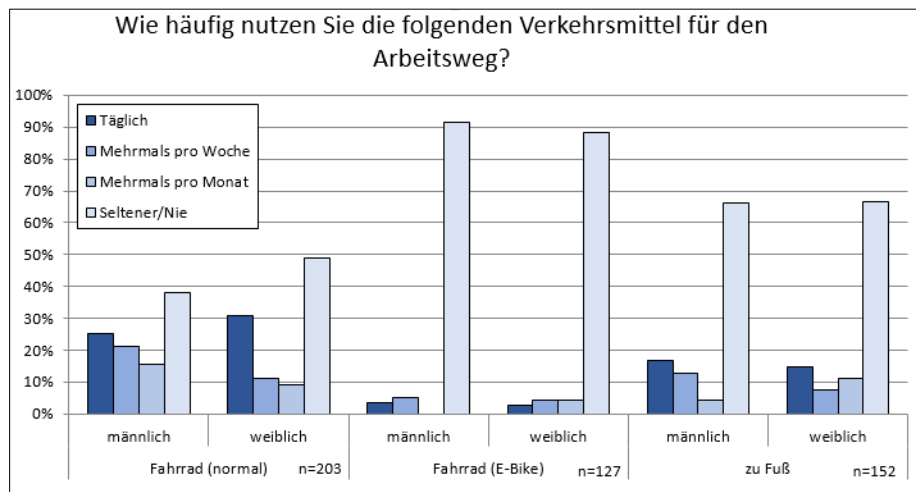


Abbildung 17: Häufigkeit der Fahrrad- und zu Fuß-Nutzung nach Geschlecht

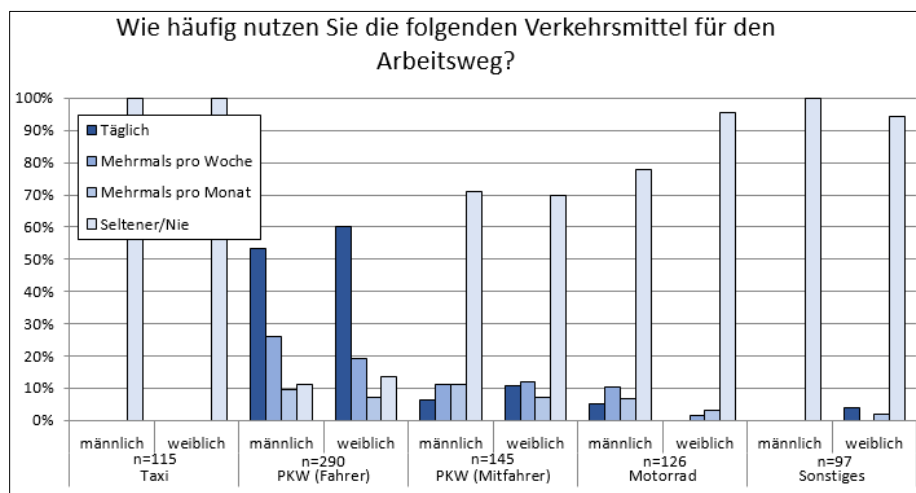


Abbildung 18: Häufigkeit der Taxi-, PKW-, Motorrad-Nutzung nach Geschlecht

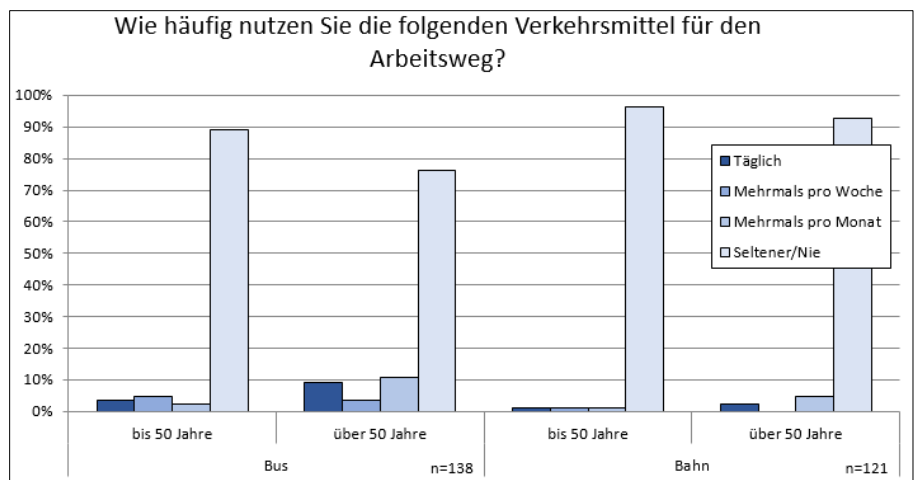


Abbildung 19: Häufigkeit der Bus und Bahn-Nutzung nach Altersklassen



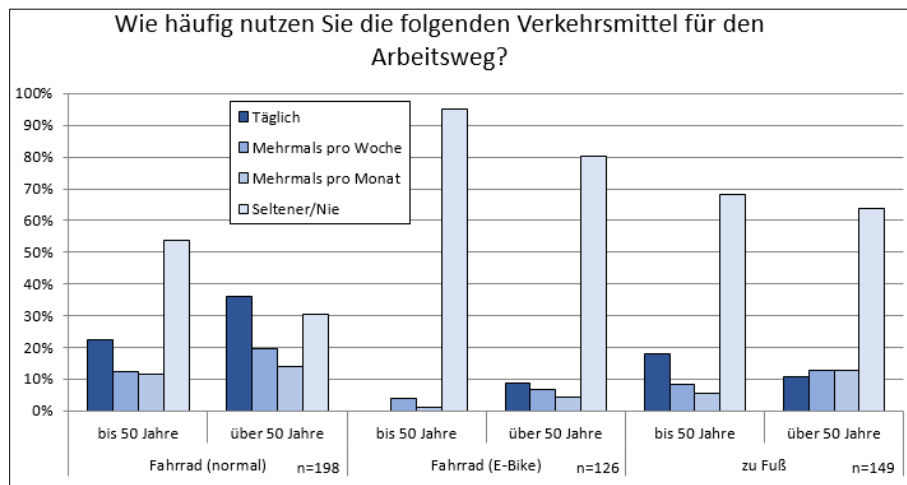


Abbildung 20: Häufigkeit der Fahrrad- und zu Fuß-Nutzung nach Altersklassen

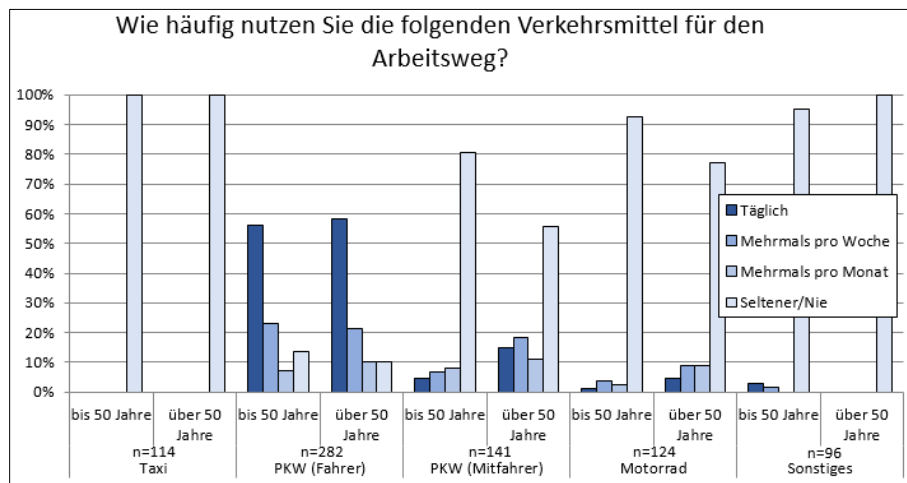


Abbildung 21: Häufigkeit der Taxi-, PKW- und Motorrad-Nutzung nach Altersklassen

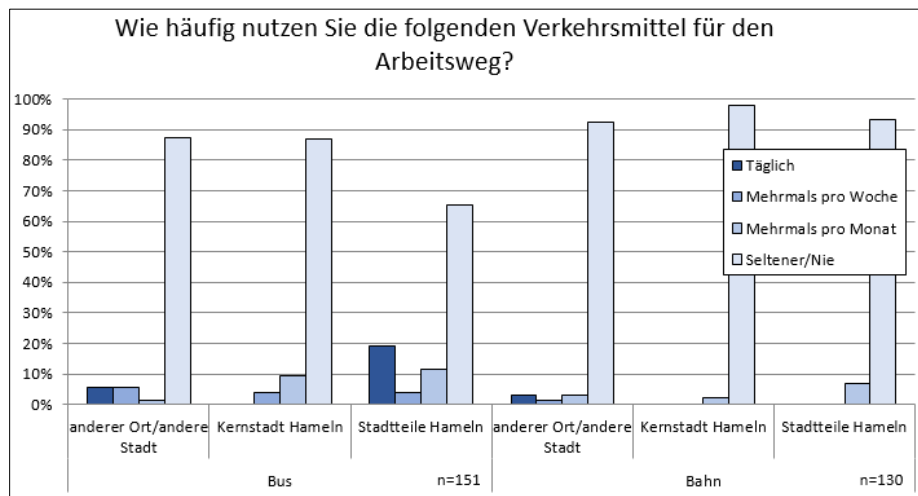


Abbildung 22: Häufigkeit der Bus und Bahn-Nutzung nach Herkunft

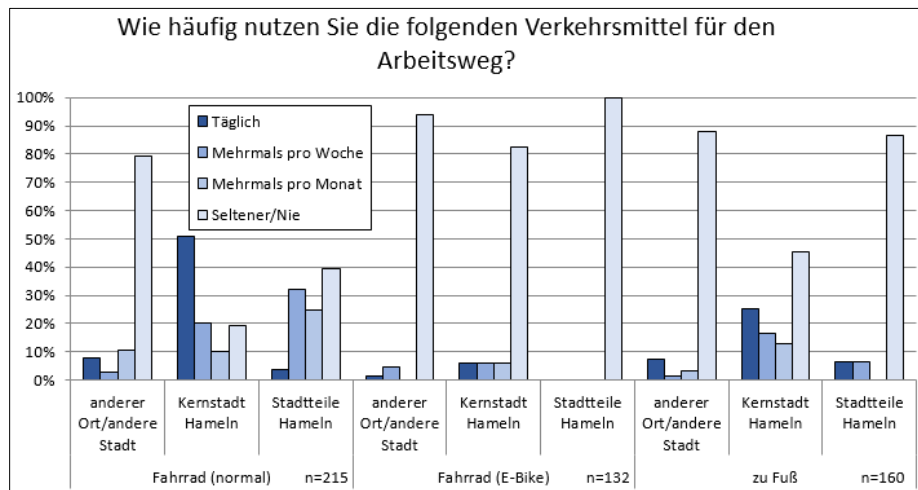


Abbildung 23: Häufigkeit der Fahrrad- und zu Fuß-Nutzung nach Herkunft

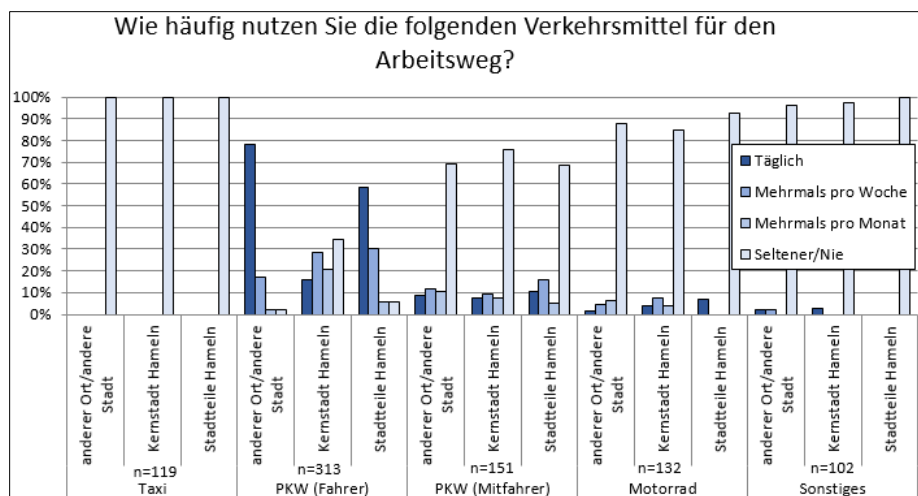


Abbildung 24: Häufigkeit der Taxi-, PKW- und Motorrad-Nutzung nach Herkunft

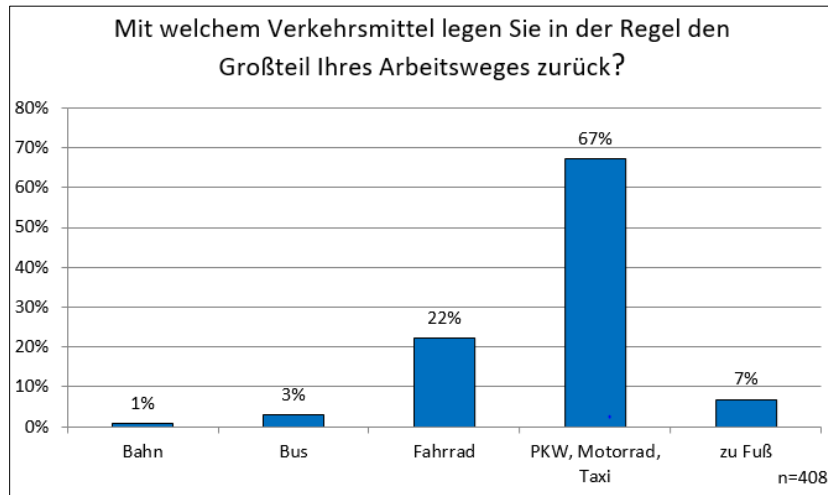


Abbildung 25: Primäres Verkehrsmittel

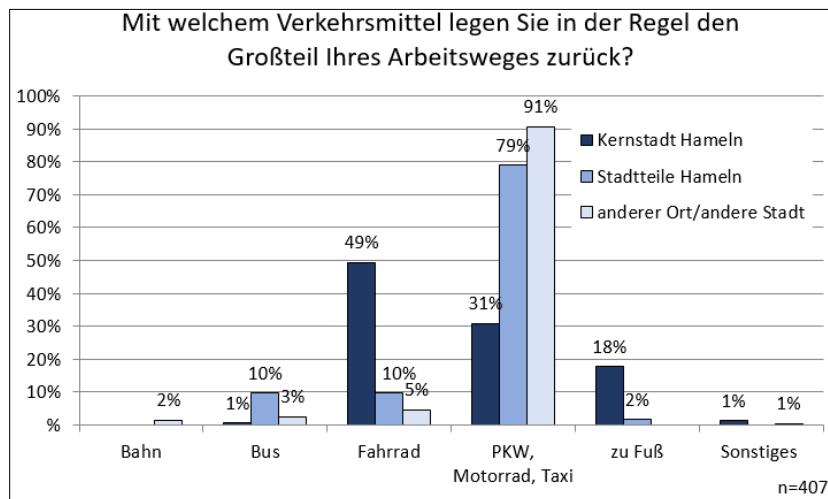


Abbildung 26: Primäres Verkehrsmittel nach Herkunft

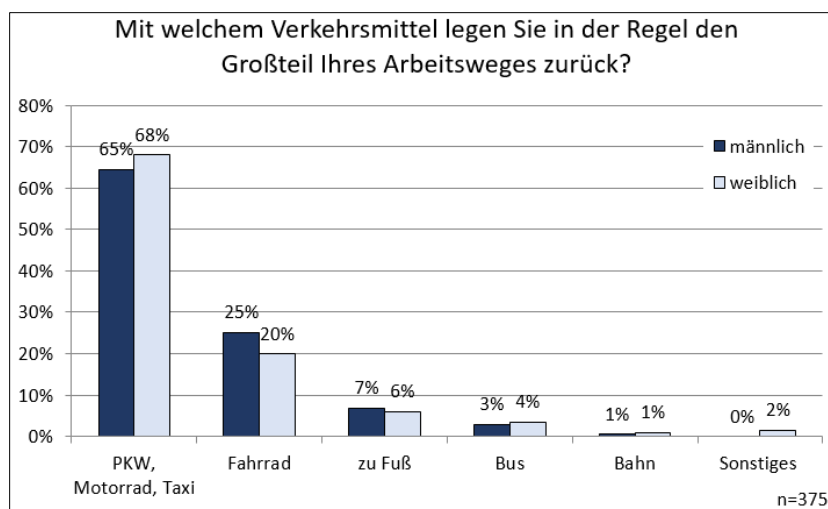


Abbildung 27: Primäres Verkehrsmittel nach Geschlecht

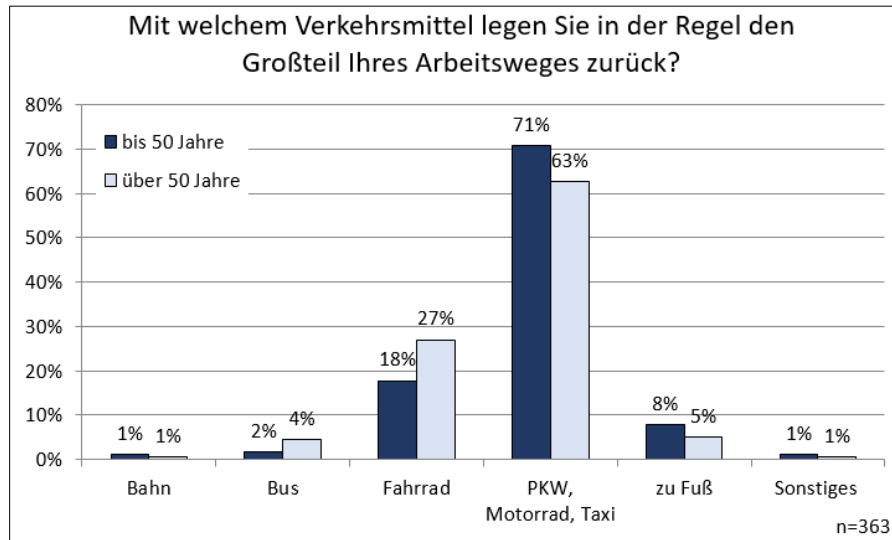


Abbildung 28: Primäres Verkehrsmittel nach Altersklassen

## 2.5 Alternative Verkehrsmittelwahl

Die Frage, ob sie bei ihrer Verkehrsmittelwahl auch andere Verkehrsmittel in Betracht gezogen hätten, beantworteten rd. 60 % der Befragten, die den PKW für ihren täglichen Weg zur Arbeit nutzen, mit ja (vgl. *Abbildung 29*).

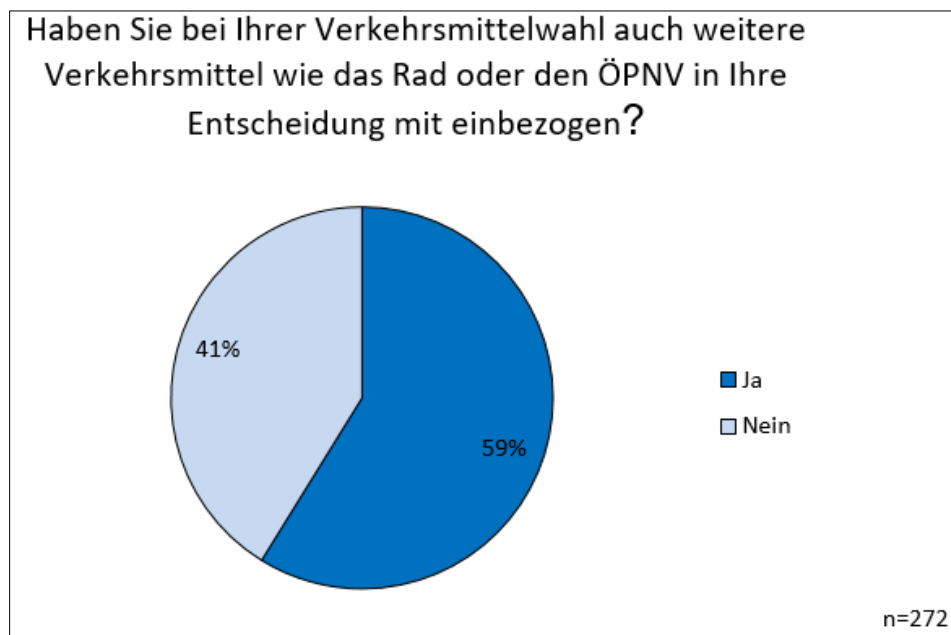
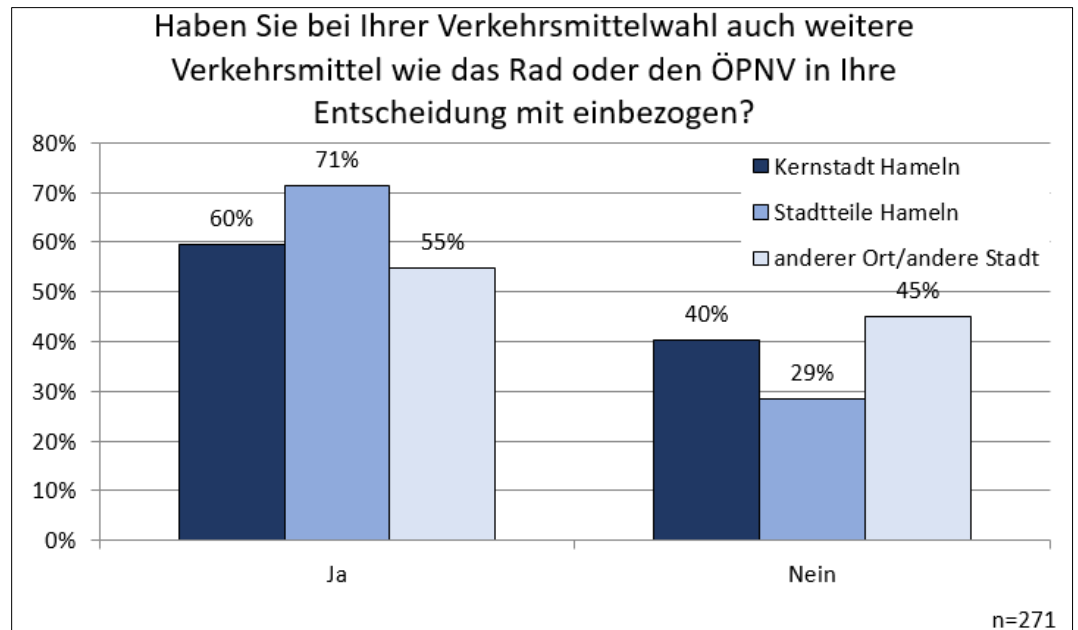
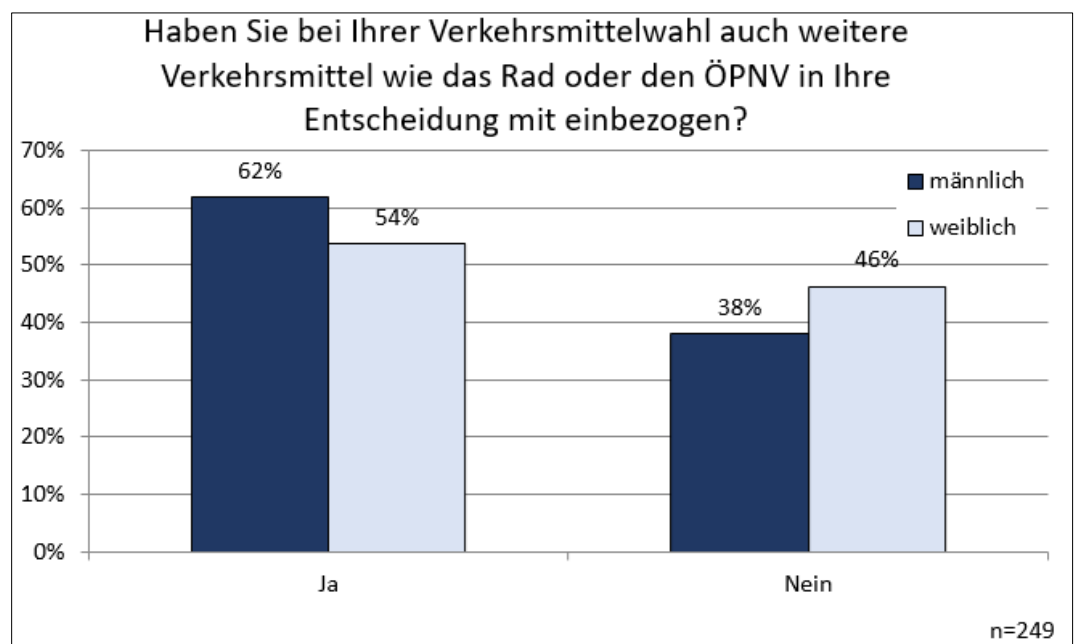


Abbildung 29: Alternative Verkehrsmittelwahl denkbar?

Diejenigen der Befragten, die in einem der Stadtteile Hamelns wohnen, haben dies häufiger getan, als die Bewohner der Kernstadt oder diejenigen der Befragten, die von außerhalb zur Arbeit kommen (*Abbildung 30*). Zudem wurde eher ein weiteres Verkehrsmittel mit in die Betrachtung einbezogen, wenn der Befragte männlich ist (*Abbildung 31*).

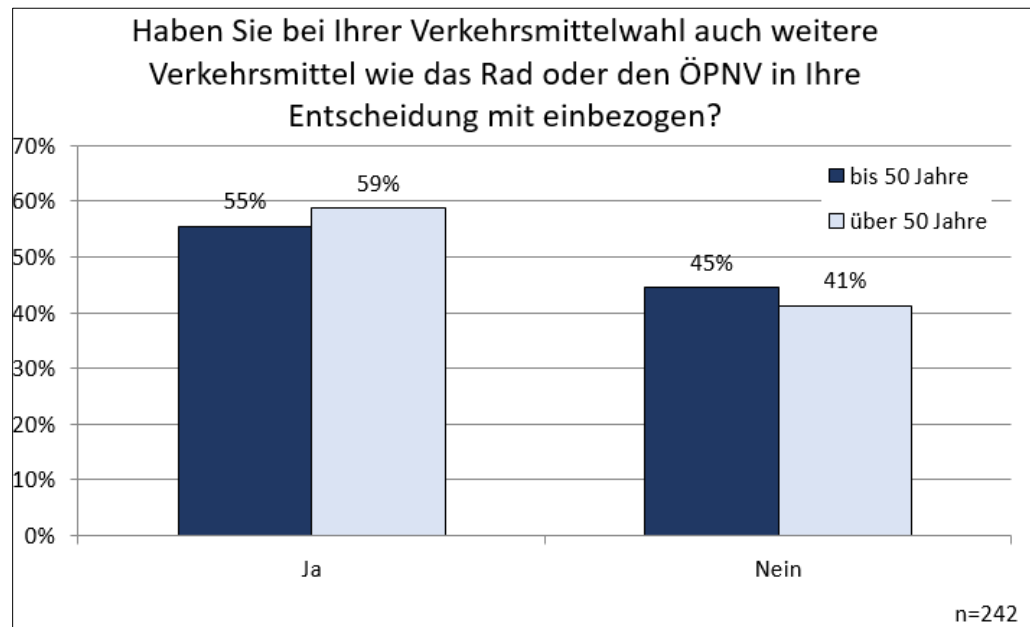


**Abbildung 30: Alternative Verkehrsmittelwahl denkbar nach Herkunft**



**Abbildung 31: Alternative Verkehrsmittelwahl denkbar nach Geschlecht**

Dagegen fallen die Unterschiede im Antwortverhalten bei dieser Frage bei einer Betrachtung der verschiedenen Altersgruppen eher gering aus (*Abbildung 32*).



**Abbildung 32: Alternative Verkehrsmittelwahl denkbar nach Altersklasse**

Bei der Auswahl eines alternativ in Frage kommenden Verkehrsmittels werden weitere Unterschiede zwischen den Befragten deutlich. Generell kommt für 53 % der Personen, die heute den PKW für den Weg zur Arbeit nutzen, aber eine Alternative nicht ausschließen, das Fahrrad und für 58 % der ÖPNV in Frage (vgl. *Abbildung 33*).

Die Antwort der Befragten auf diese Frage wird dabei erwartungsgemäß sehr stark vom Wohnort bestimmt, d.h. von der Länge des täglichen Weges zur Arbeit. Denn differenziert man nach Herkunft der Beschäftigten, kommt für den Großteil der Bewohner der Stadt Hameln das Fahrrad als alternatives Verkehrsmittel zum PKW in Frage, während in dieser Gruppe nur 15 % Interesse an der Nutzung des ÖPNV zeigen.

Beschäftigte aus anderen Orten/Städten weisen hingegen überdurchschnittliches Interesse am ÖPNV und ein eher geringes Interesse am Fahrrad auf (*Abbildung 34*).

Darüber hinaus würde der öffentliche Personennahverkehr eher von Frauen bzw. von älteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Erwägung gezogen werden, während überdurchschnittlich viele Männer und unter 60-Jährige alternativ das Fahrrad nutzen würden (vgl. *Abbildung 35* und *36*).

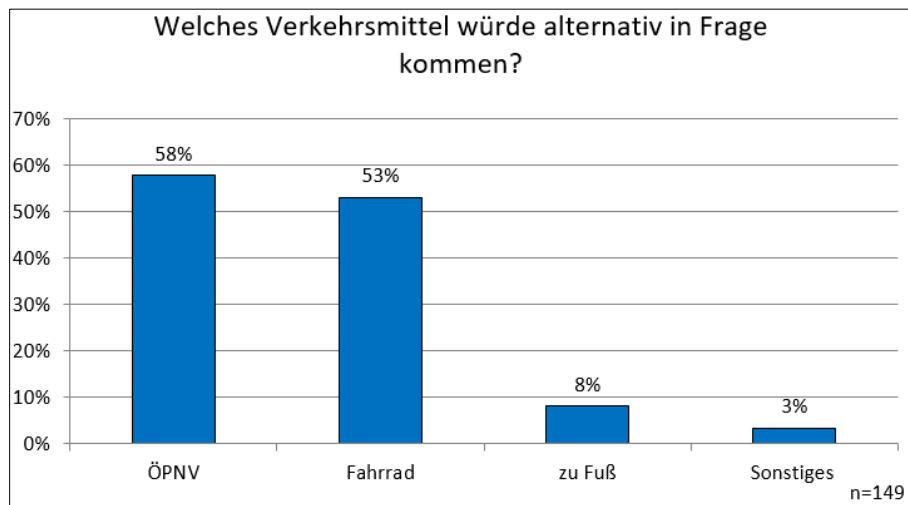


Abbildung 33: Alternatives Verkehrsmittel

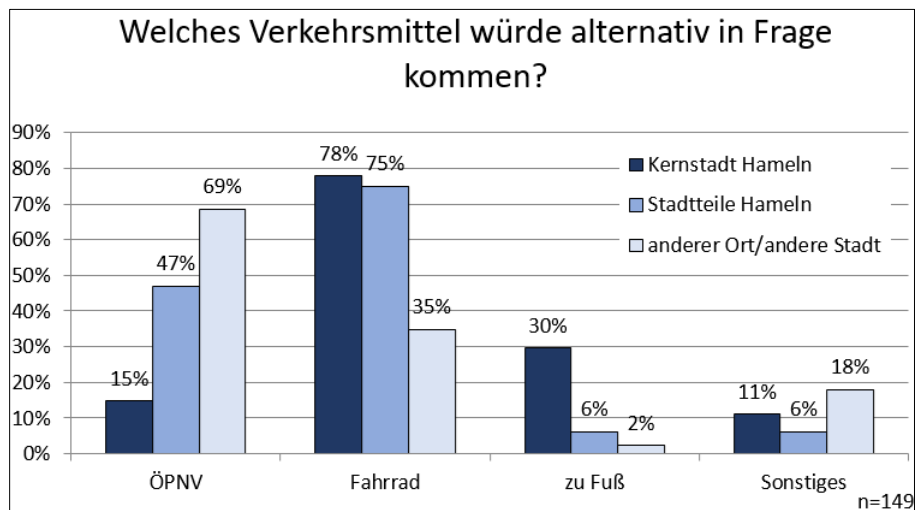


Abbildung 34: Alternatives Verkehrsmittel nach Herkunft

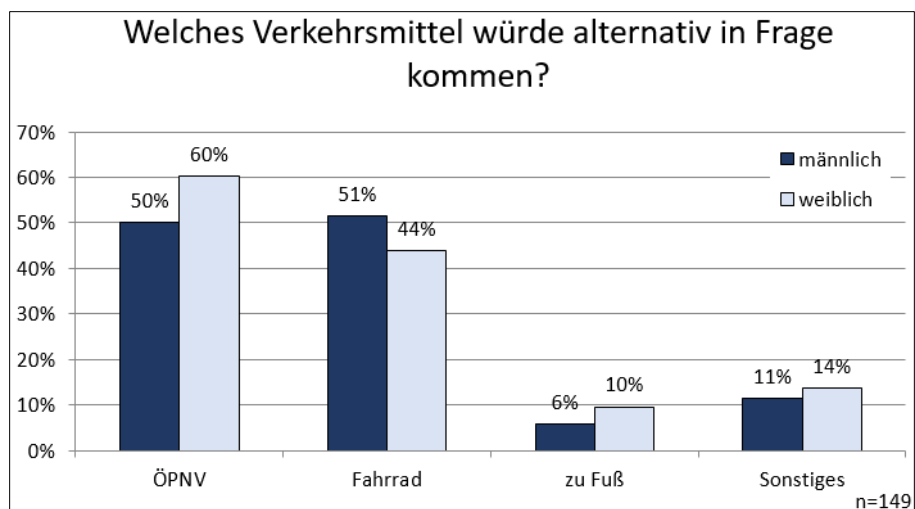
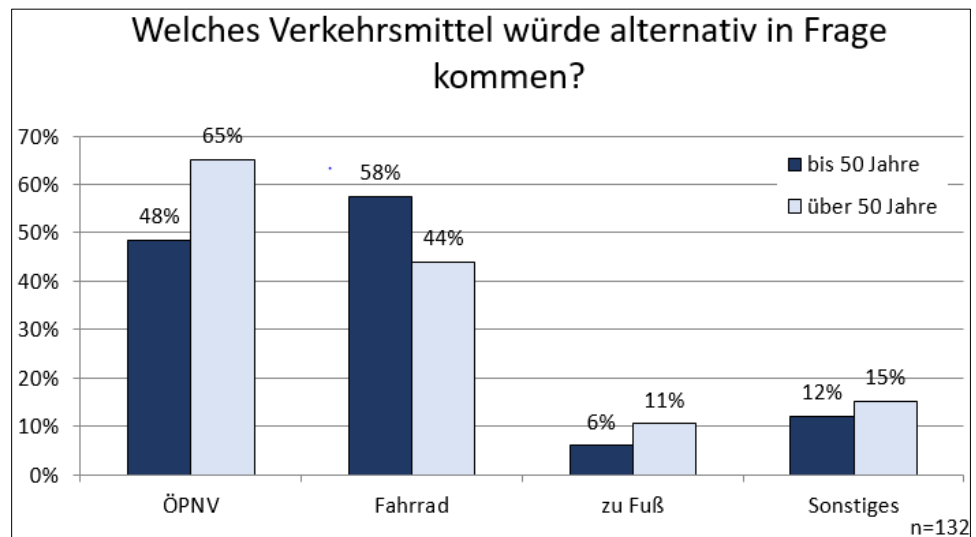


Abbildung 35: Alternatives Verkehrsmittel nach Geschlecht



**Abbildung 36: Alternatives Verkehrsmittel nach Altersklassen**

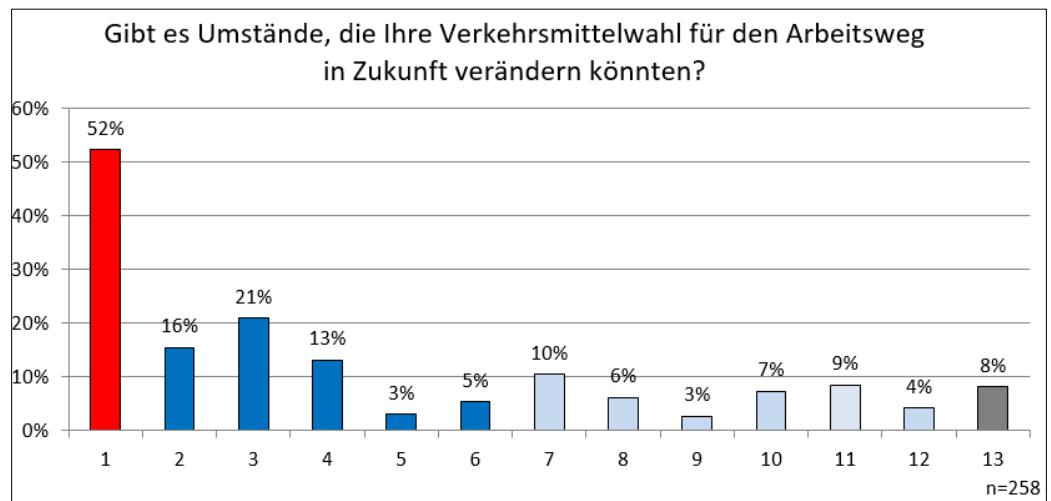
## 2.6

### Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl

*Abbildung 37* verdeutlicht Umstände, welche die Verkehrsmittelwahl der befragten Autofahrer oder -mitfahrer für den Arbeitsweg in Zukunft verändern könnten (aus Gründen der besseren Darstellung ist die Legende zur *Abbildung* nachgestellt; die Legende bezieht sich auch auf die *Abbildungen 38* und *39*).

Die wichtigsten Maßnahmen für den ÖPNV stellen nach diesen Ergebnissen der Befragung die Verbesserung der Taktung und günstigere Preise dar. Eine bessere Wegeführung und Umkleidemöglichkeiten sind dagegen im Bereich des Fahrradverkehrs die bedeutendsten Aspekte.





**Abbildung 37: Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl**

1	Für mich kommt kein anderes Verkehrsmittel in Frage
2	ÖPNV-Angebot verbessern durch günstigere Preise (durch Verkehrsverbund oder Arbeitgeber)
3	ÖPNV-Angebot verbessern durch stärkere Taktung
4	ÖPNV-Angebot verbessern durch kürzere Fahrzeiten
5	ÖPNV-Angebot verbessern durch bessere Ausstattung der Fahrzeuge und/oder Haltestellen
6	ÖPNV-Angebot verbessern durch wohnstandortnähere Haltestellen
7	Fahrrad-Angebot verbessern durch bessere Wegeführung
8	Fahrrad-Angebot verbessern durch bessere Abstellmöglichkeiten
9	Fahrrad-Angebot verbessern durch Bike-Sharing Angebote
10	Fahrrad-Angebot verbessern durch Fahrradmitnahme im ÖPNV
11	Umkleidemöglichkeiten im Rathaus
12	Ladestationen für E-Bike am Ziel
13	Sonstiges

Auch bei der Auswertung der Antworten der Befragten auf diese Frage wird deutlich, wie stark der Wohnort das Antwortverhalten der Befragten und damit ihre Verkehrsmittelwahl für den täglichen Arbeitsweg bestimmt. So zeigt die Differenzierung nach Herkunftsort die überdurchschnittliche Bedeutsamkeit der ÖPNV Taktung für Personen aus anderen Orten/Städten (vgl. *Abbildung 38*). Die Verbesserung der Wegeführung bei Radwegen sind vor allem für die Bewohner der Stadt Hamelns von Bedeutung.

In *Abbildung 39* sind die Unterschiede im Antwortverhalten bei dieser Frage nach Geschlecht dargestellt. Diese Unterschiede fallen jedoch gering aus.

*Abbildung 40* verdeutlicht, dass für die über 50-Jährigen eher Verbesserungen im Bereich ÖPNV Veränderungen der Verkehrsmittelwahl hervorgerufen würden, während es bei der jüngeren Zielgruppe Maßnahmen im Bereich Radverkehr sind.

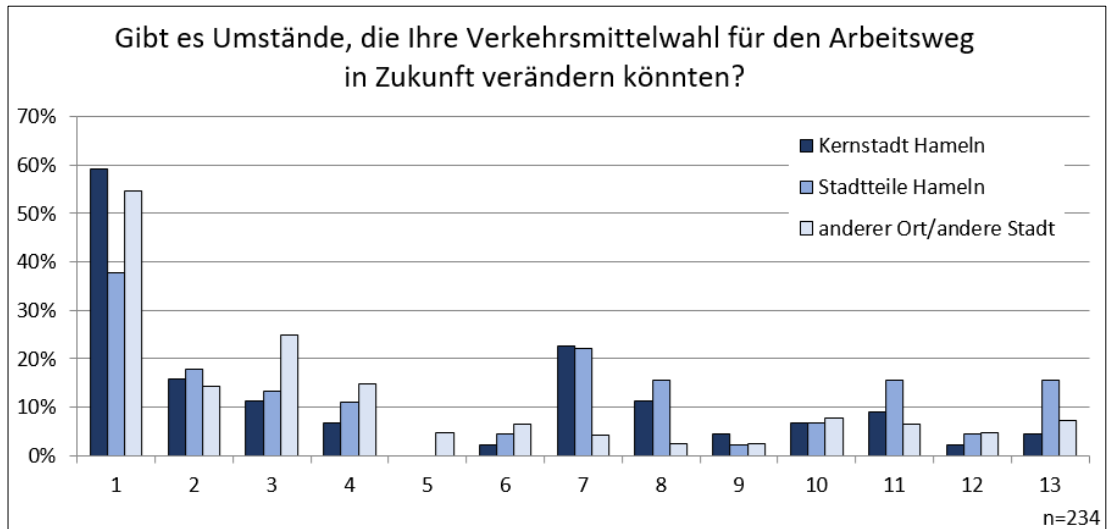


Abbildung 38: Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl nach Herkunft

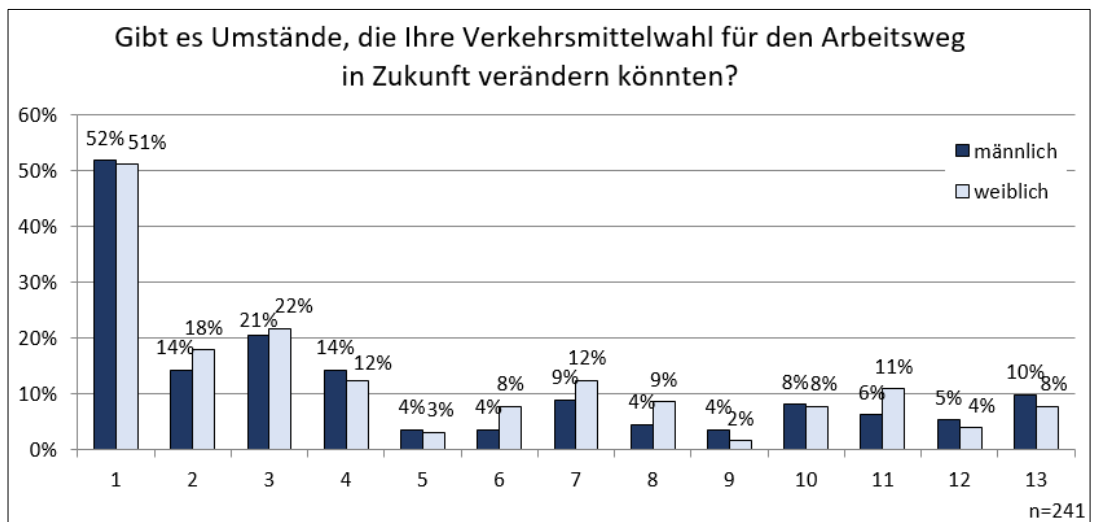
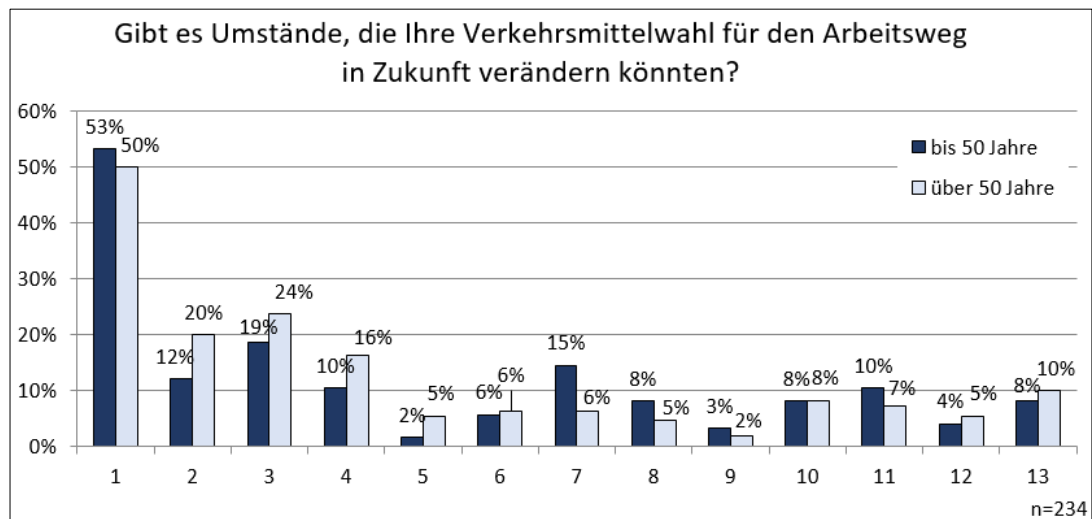


Abbildung 39: Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl nach Geschlecht



**Abbildung 40: Umstände für Veränderung der Verkehrsmittelwahl nach Altersklasse**

## 2.7 Fahrgemeinschaft

12 % der befragten Autofahrer oder -mitfahrer bilden aktuell eine Fahrgemeinschaft für den Arbeitsweg (vgl. *Abbildung 41*), wobei dieser Anteil bei den Beschäftigten aus der Kernstadt Hamelns höher ist, wie *Abbildung 42* zeigt.

Die Unterschiede differenziert nach Geschlecht und Altersklassen sind dagegen marginal, wie die *Abbildungen 43 und 44* zeigen. Mehr als zwei Drittel aller aktuell Gemeinschaften besteht aus zwei Personen, und fast die Hälfte nutzt diese auch an jedem Arbeitstag in der Woche (vgl. *Abbildung 45 und 46*). Unterschiede zwischen den Zielgruppen sind bei dem Partner in der bestehenden Fahrgemeinschaft erkennbar, wobei allerdings die geringe Fallzahl von lediglich ca. 30 Antworten zu beachten ist. Männliche Befragte fahren eher mit Arbeitskollegen zur Arbeit, während die Frauen eher Fahrgemeinschaften mit dem Ehepartner oder Freunden und Bekannten eingehen. Die Differenzierungen der Partner in der bestehenden Fahrgemeinschaft nach Herkunft, Geschlecht und Altersklassen sind in den *Abbildung 48 bis 50* zu erkennen.

*Abbildung 51* zeigt, dass sich 68 % der Befragten keine Bildung einer Fahrgemeinschaft vorstellen können. Bei denjenigen, die sich eine Fahrgemeinschaft vorstellen könnten, stoßen hierbei vor allem die Maßnahme „Digitales Pendlerportal“ auf Interesse; immerhin bei 16 % der Befragten könnte dies eine Veränderung hervorrufen. Dies stellt somit offenbar die wichtigste Maßnahme zur Förderung von Fahrgemeinschaften dar.

Kein Interesse an Gemeinschaften zeigen vor allem Bewohner der Stadt Hameln und Befragte, die älter als 50 Jahre sind. Interesse an der Bildung von Fahrgemeinschaften und an den verschiedenen Maßnahmen zur Unterstützung solcher Fahrgemeinschaften äußern umgekehrt somit vor allem jüngere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und solche, die außerhalb der Stadt Hameln wohnen (Abbildung 52 bis 54).

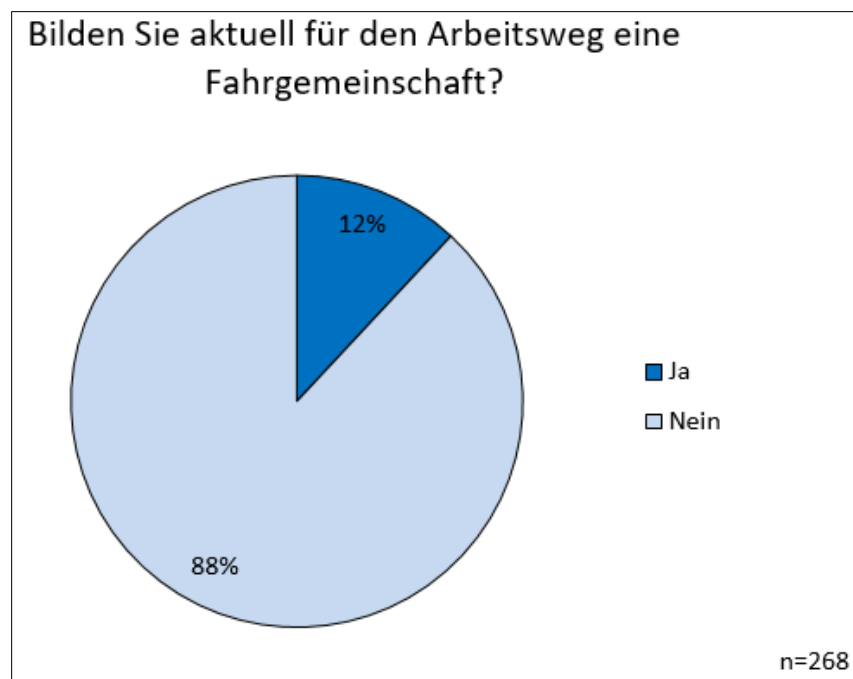


Abbildung 41: Fahrgemeinschaft

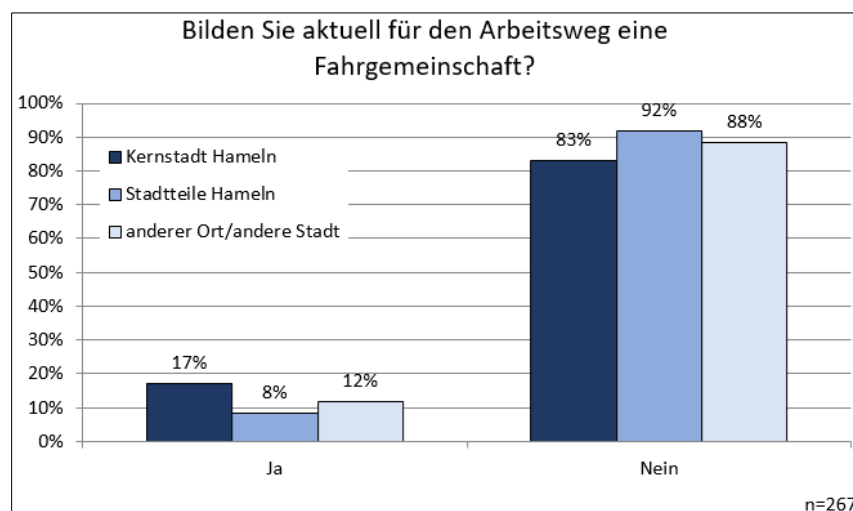


Abbildung 42: Fahrgemeinschaft nach Herkunft

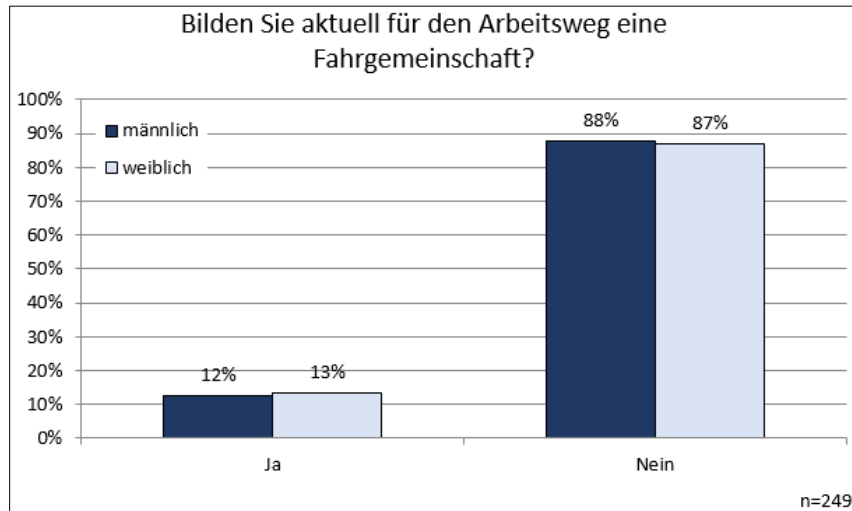


Abbildung 43: Fahrgemeinschaft nach Geschlecht

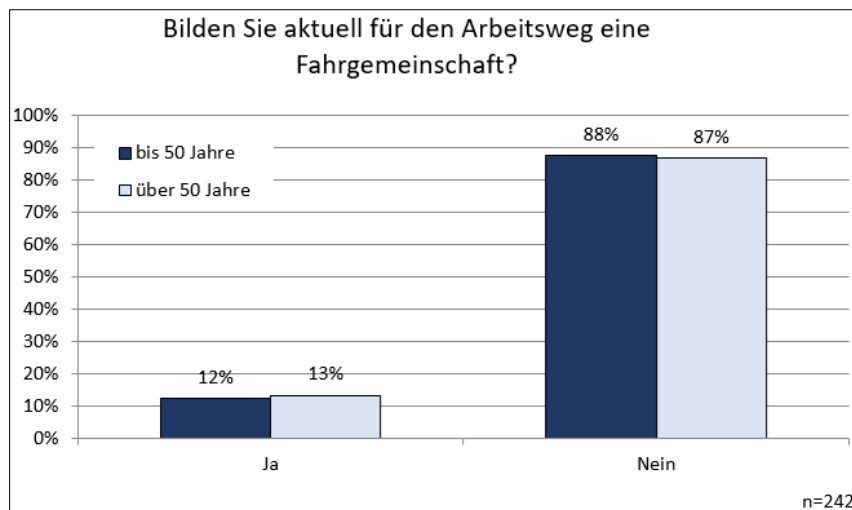


Abbildung 44: Fahrgemeinschaft nach Altersklassen

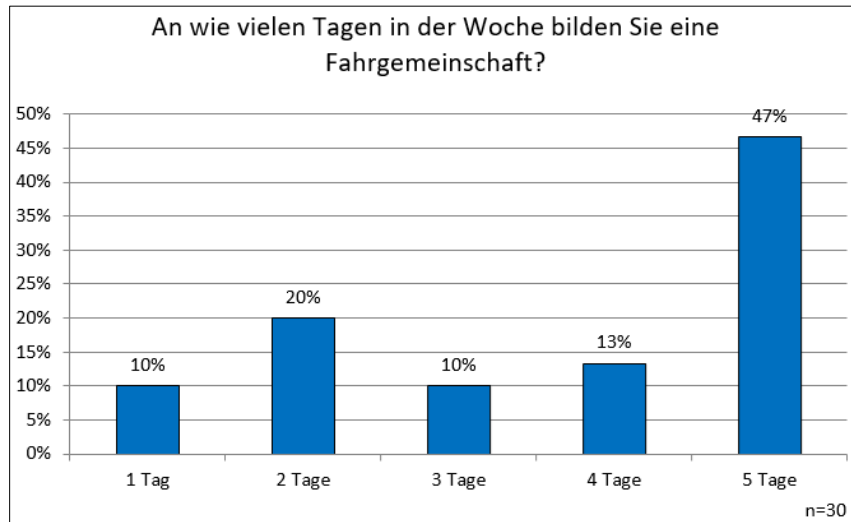


Abbildung 45: Fahrgemeinschaft Tage pro Woche

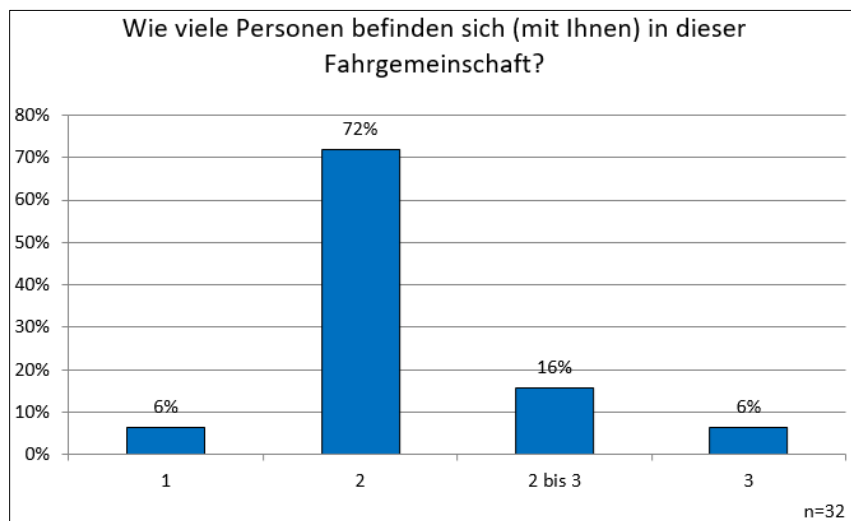


Abbildung 46: Fahrgemeinschaft - Anzahl Personen

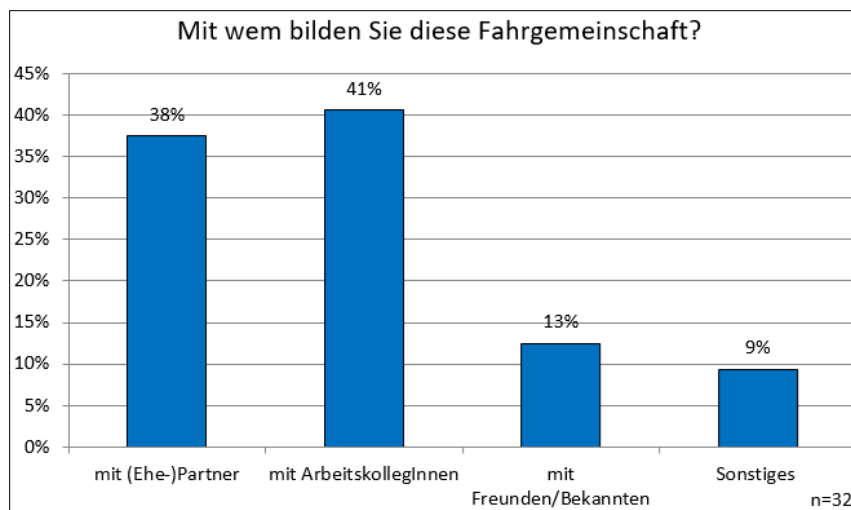


Abbildung 47: Fahrgemeinschaft - Mit wem?

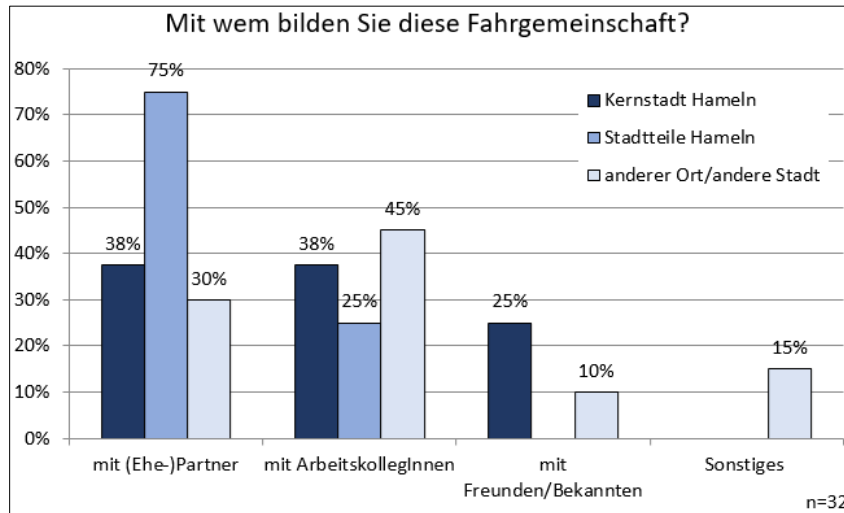


Abbildung 48: Fahrgemeinschaft - Mit wem? (nach Herkunft)

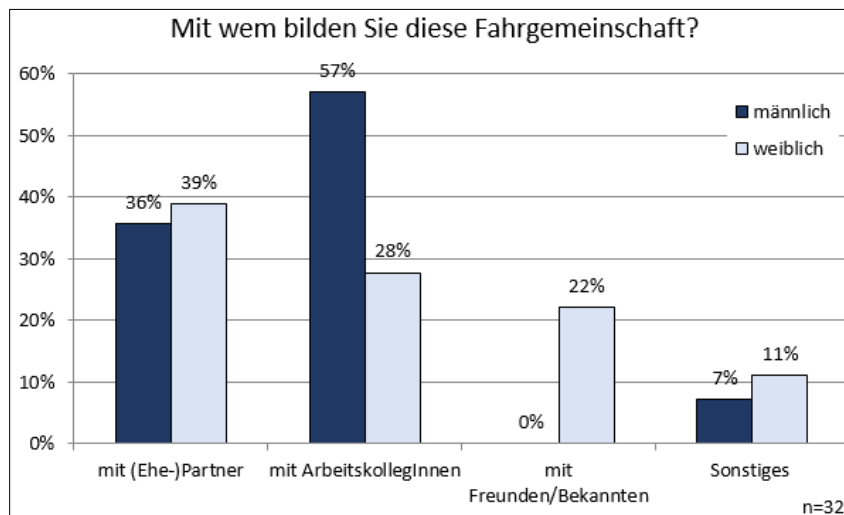


Abbildung 49: Fahrgemeinschaft - Mit wem? (nach Geschlecht)

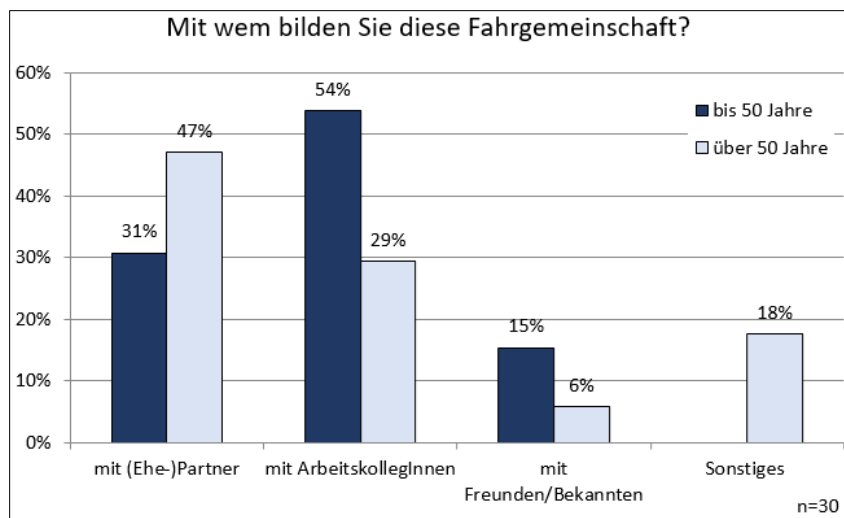


Abbildung 50: Fahrgemeinschaft - Mit wem? (nach Altersklasse)

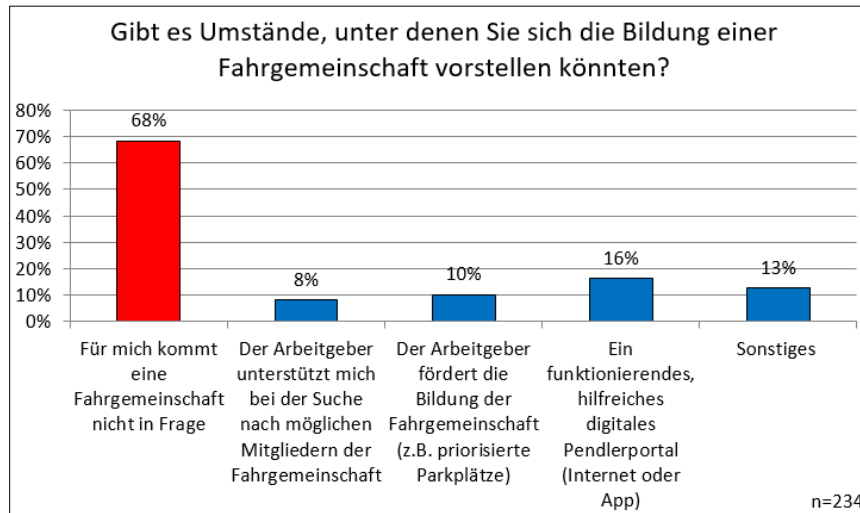


Abbildung 51: Umstände für die Bildung einer Fahrgemeinschaft

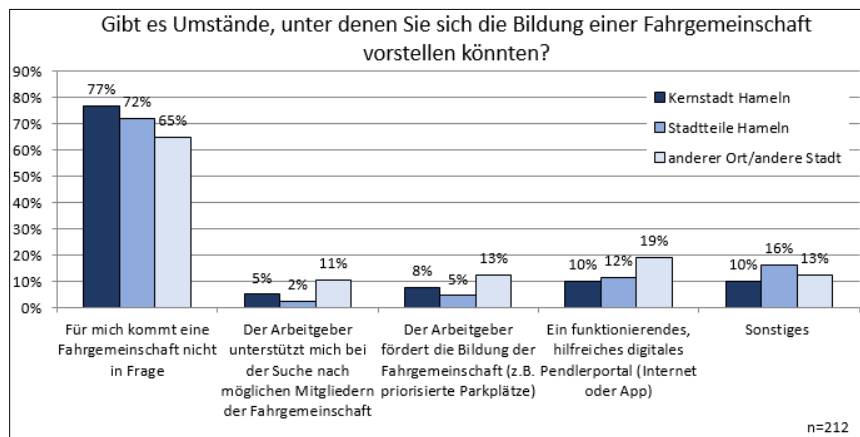


Abbildung 52: Umstände für die Bildung einer Fahrgemeinschaft (nach Herkunft)

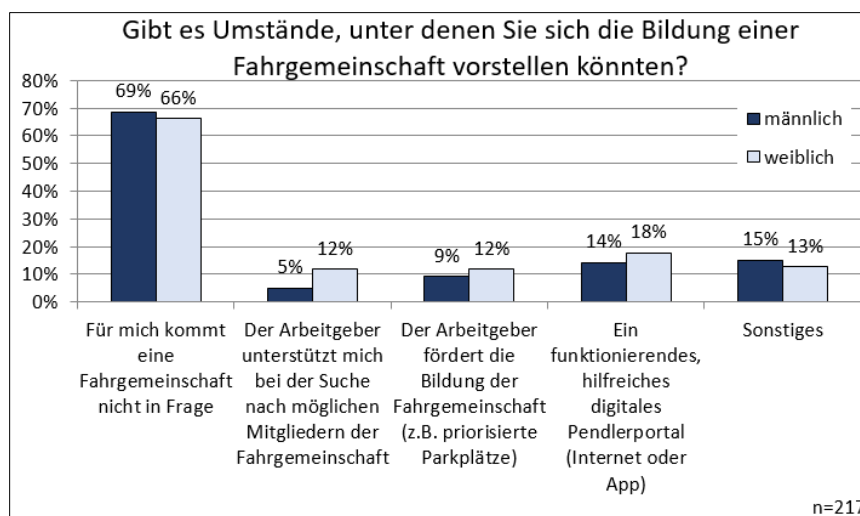


Abbildung 53: Umstände für Bildung einer Fahrgemeinschaft (nach Geschlecht)



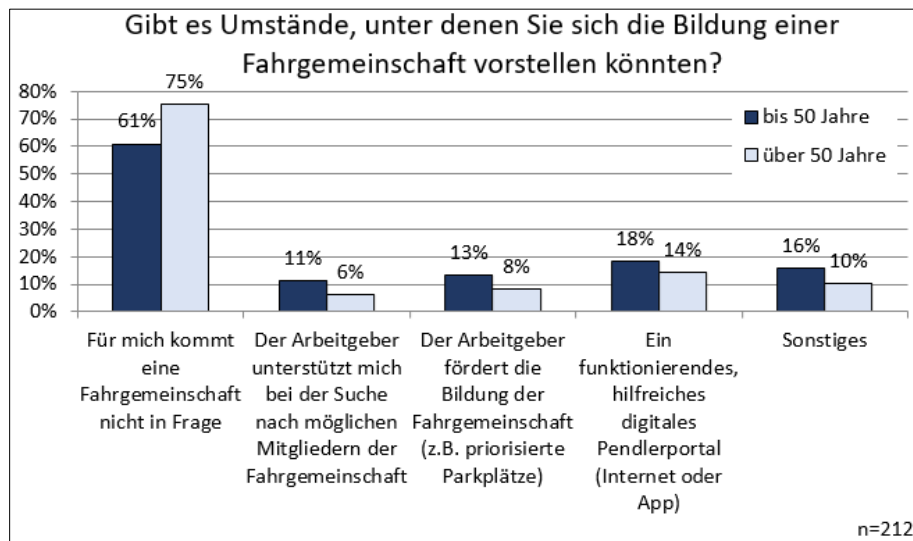


Abbildung 54: Umstände für Bildung einer Fahrgemeinschaft (nach Altersklasse)

## 2.8 Bewertung und Maßnahmen des Bahnangebots

Da die Anzahl der Befragten, welche die Bahn als primäres Verkehrsmittel für den Arbeitsweg nutzen, mit n=3 sehr gering ausfällt, können keine aussagekräftigen Bewertungen und Maßnahmen für das Bahnangebot aufgestellt werden. *Abbildung 55* verdeutlicht jedoch, dass zwei Beschäftigte das Bahnangebot mit befriedigend und eine Person mit ausreichend bewertete. Günstigere Preise für Monatstickets und kürzere Fahrzeiten stellen die wichtigsten Maßnahmen dar.

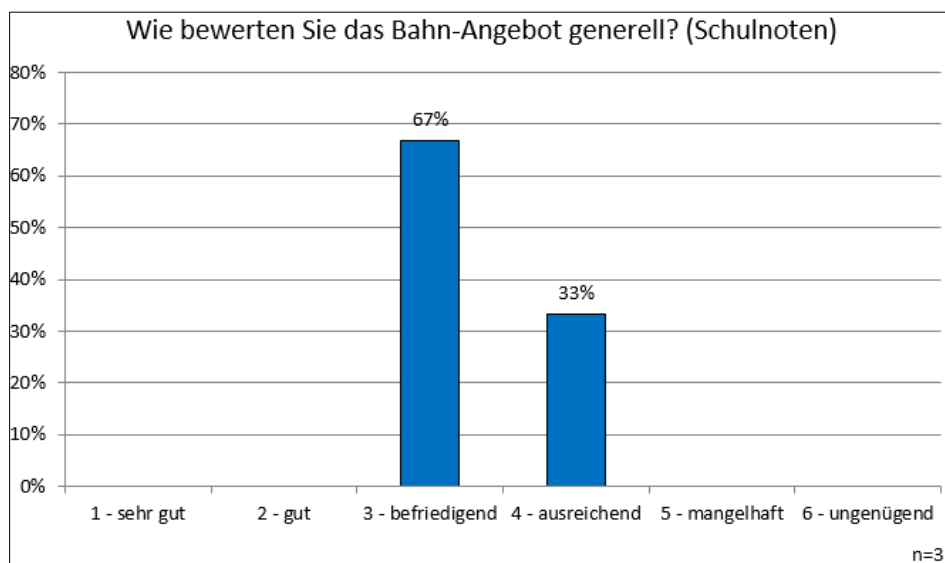


Abbildung 55: Bahn-Angebot Benotung

## 2.9 Bewertung und Maßnahmen des Busangebots

Ein ebenfalls geringes Interesse zeigen die befragten Beschäftigten der Stadt Hameln an dem Busangebot, was durch nur zwölf Antwortende im Bereich Bewertung und Maßnahmen des Busangebots in *Abbildung 56 und 57* deutlich wird.

Die Maßnahmen, welche von dem größten Anteil der Befragten mit sehr wichtig und wichtig beantwortet wurden, sind eine bessere Haltestellenausstattung (86 %) und digitale Fahrgastinformationen an der Haltestelle (78 %).

Nicht wichtig erscheint hingegen aus Sicht dieser Befragten die Fahrradmitnahme im Fahrzeug, welche von 86 % der Befragten als nicht wichtig angesehen wurde.

Am ehesten zufriedenstellend sind die Preise für Monatstickets und Verkehrsmittelangebote zu / von Haltestelle mit jeweils 50 %. Es ist jedoch zu beachten, dass die Bewertung nur durch Beschäftigte erfolgt, die das Busangebot als primäres Verkehrsmittel für ihren Arbeitsweg nutzen. Das Angebot wurde insgesamt von drei Viertel der Befragten als gut und von einem Viertel der Befragten als befriedigend bewertet.

Eine Auswertung nach Herkunft, Geschlecht und Altersklassen ist aufgrund der geringen Stichprobe nicht zielführend.

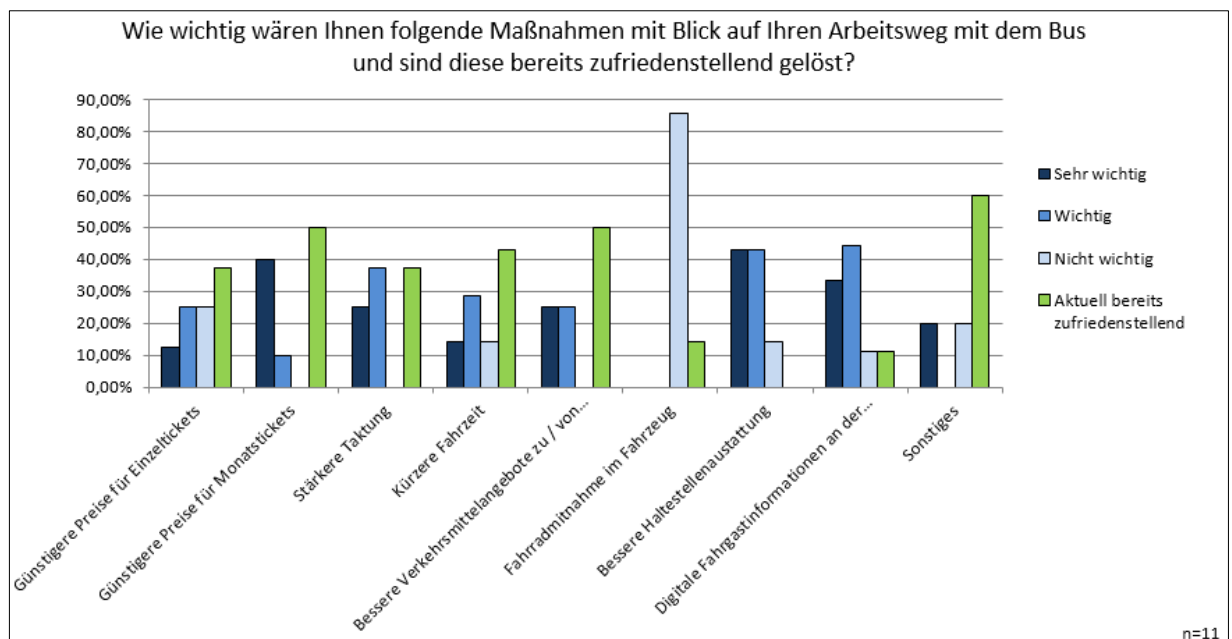


Abbildung 56: Maßnahmen Bus-Angebot

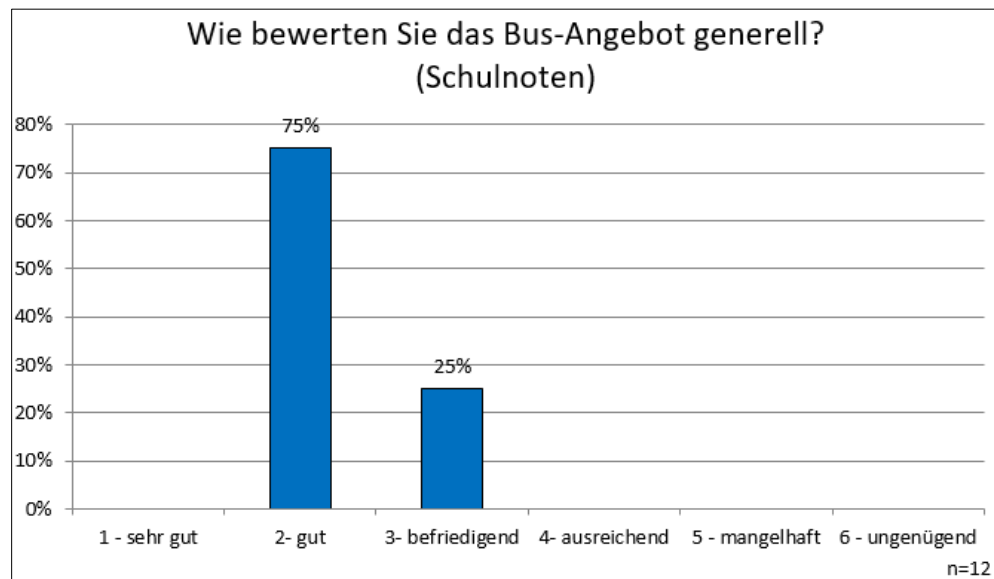


Abbildung 57: **Bus-Angebot Benotung**

## 2.10 Bewertung und Maßnahmen des Fahrradangebots

Die Bewertung von Fahrradmaßnahmen in *Abbildung 58* durch diejenigen Befragten, die das Fahrrad schon heute für den täglichen Weg zur Arbeit nutzen, zeigt, dass mehr als drei Viertel der Befragten die Verbesserung der Beschaffenheit vorhandener Radwege, und jeweils rund zwei Drittel der Befragten den Bau neuer Radwege, die Verbesserung der Wegeführung und mehr Abstellmöglichkeiten im Bereich des Rathauses sehr wichtig oder wichtig fänden. Somit stellen diese Maßnahmen die wichtigsten Ansatzpunkte nach der Verbesserung der Beschaffenheit vorhandener Wege dar.

Nicht wichtig erscheinen hingegen E-Bike Ladestationen am Rathaus (66 %). Aktuell zufrieden sind die Beschäftigten am ehesten mit den bei ihnen bereits vorhandenen Abstellmöglichkeiten des Rades zu Hause (69 %).

Die *Abbildungen 59 bis 67* verdeutlichen die Bewertung der Maßnahmen nach Herkunft (*Abbildung 59-61*), Geschlecht (*Abbildung 62-64*) und Altersklassen (*Abbildung 65-67*).

Folgende Aspekte sind in diesem Kontext relevant:

- Für den Bau neuer Radwege sprechen sich mit 64 % vor allem die Bewohner der Kernstadt Hameln und überdurchschnittlich viele Befragte der jungen Zielgruppe aus.

- Maßnahmen zu Verbesserung der Wegeführung sind für die weiblichen Befragten sowie die Zielgruppe der unter 50-Jährigen von überdurchschnittlicher Bedeutung.
- Erweiterungen bzw. Verbesserungen der Abstellmöglichkeiten am Rathaus Hameln sind einem deutlich größeren Anteil der weiblichen Befragten wichtig oder sehr wichtig als den männlichen Befragten.

Die Hälfte der befragten Beschäftigten der Stadt Hameln bewertet das Fahrrad-Angebot insgesamt mit befriedigend, während etwa jeweils ein Viertel die Note 2 und ein Viertel die Note 4 oder 5 vergibt (vgl. *Abbildung 68*).

Es ist zu beachten, dass diese Bewertung nur durch Beschäftigte erfolgt, die das Fahrrad als primäres Verkehrsmittel für ihren Arbeitsweg nutzen.

Die Ergebnisse machen deutlich, wie groß das Potenzial ist, die Radverkehrsinfrastruktur in Hameln weiter zu verbessern.

Die Benotungen differenziert nach Herkunft, Geschlecht und Altersklassen sind *Abbildung 69 bis 71* zu entnehmen. Frauen, ältere Menschen und Bewohner außerhalb der Kernstadt bewerten dabei das heutige Fahrradangebot tendenziell noch weniger gut als die anderen Gruppen.

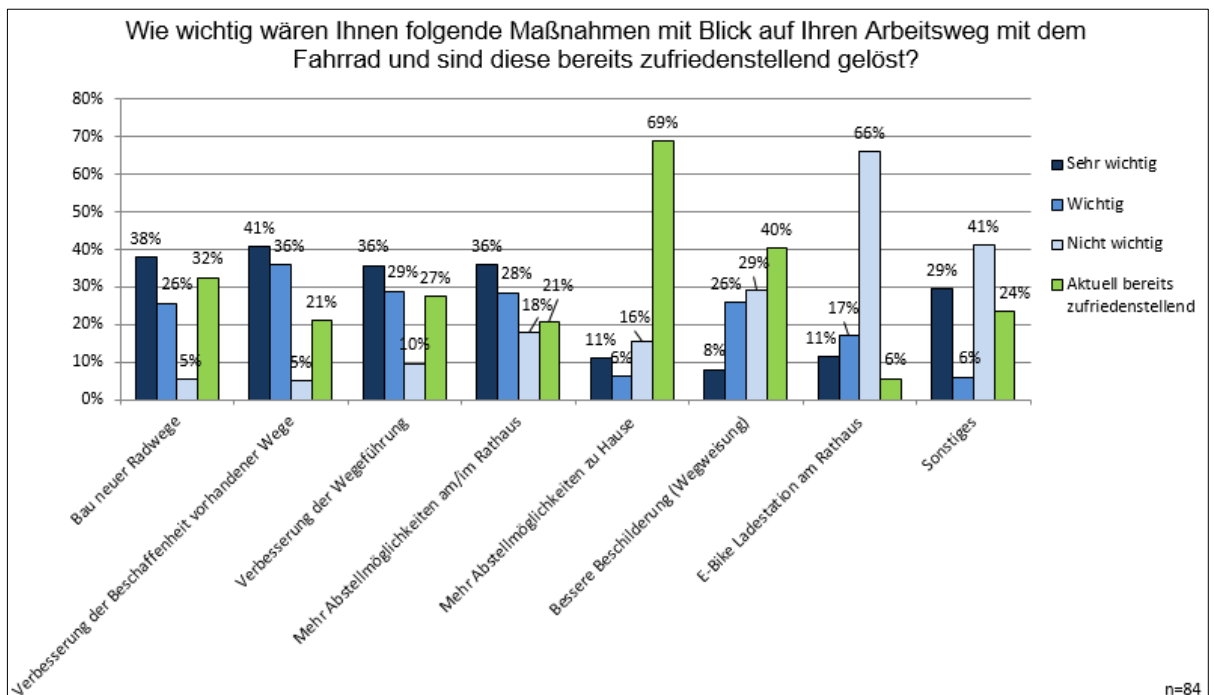


Abbildung 58: Maßnahmen Fahrrad-Angebot

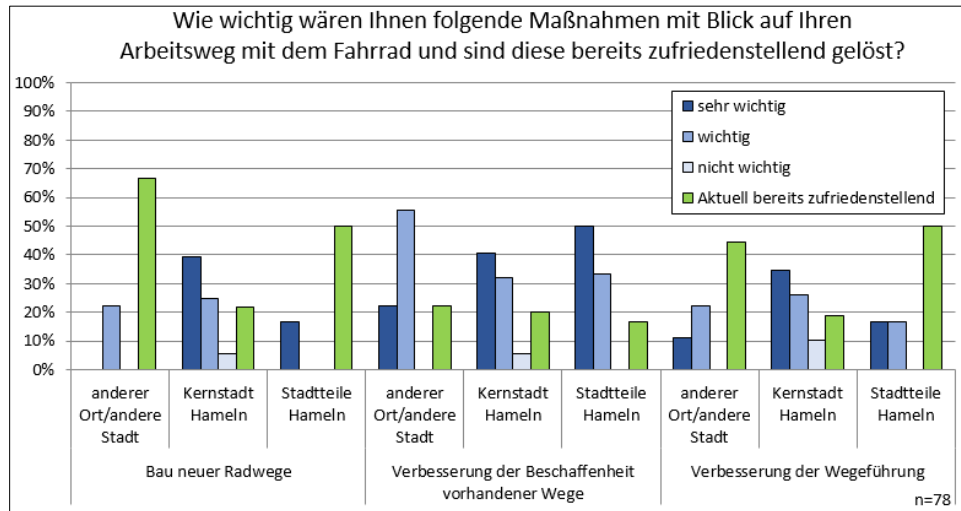


Abbildung 59: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Herkunft Block 1

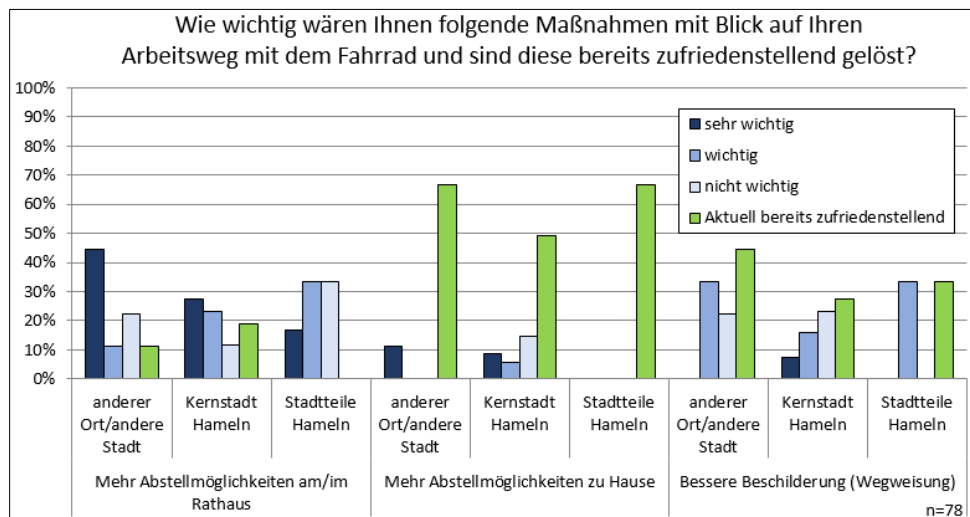


Abbildung 60: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Herkunft Block 2

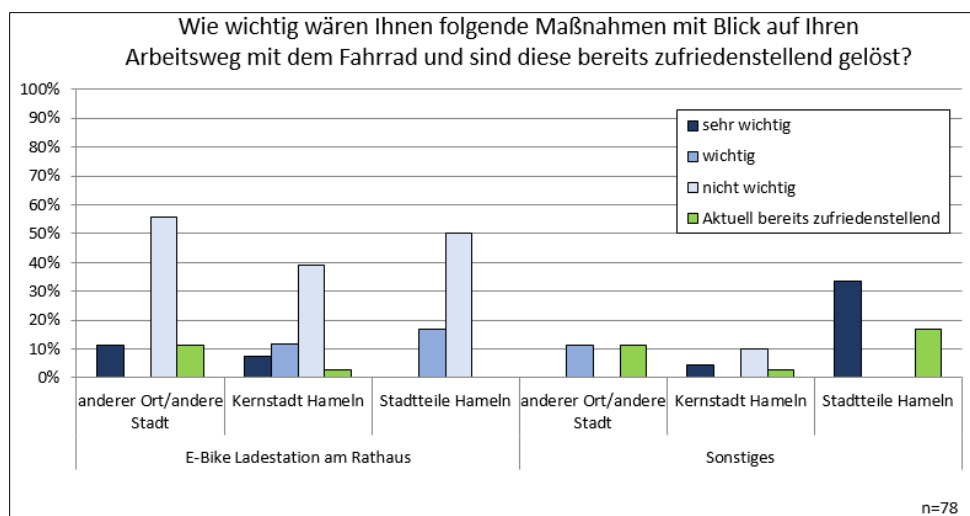


Abbildung 61: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Herkunft Block 3

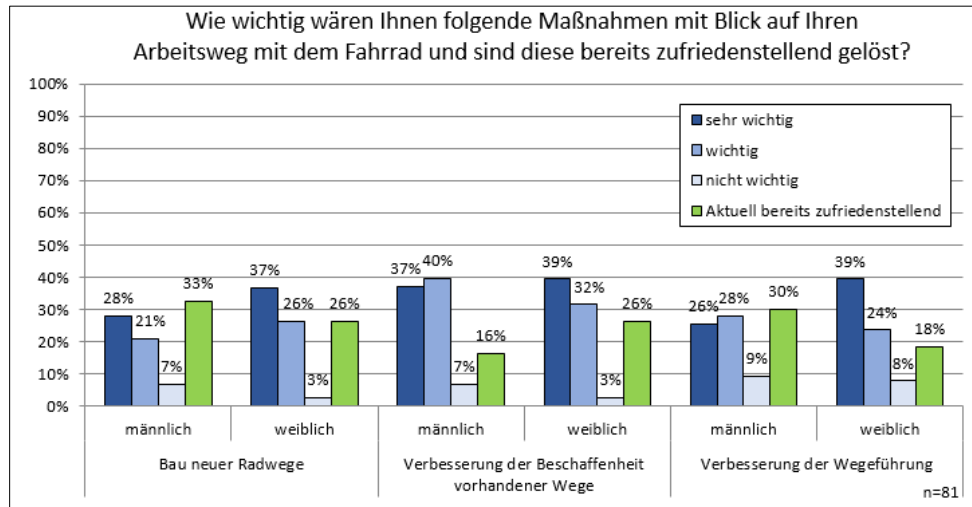


Abbildung 62: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Geschlecht Block 1

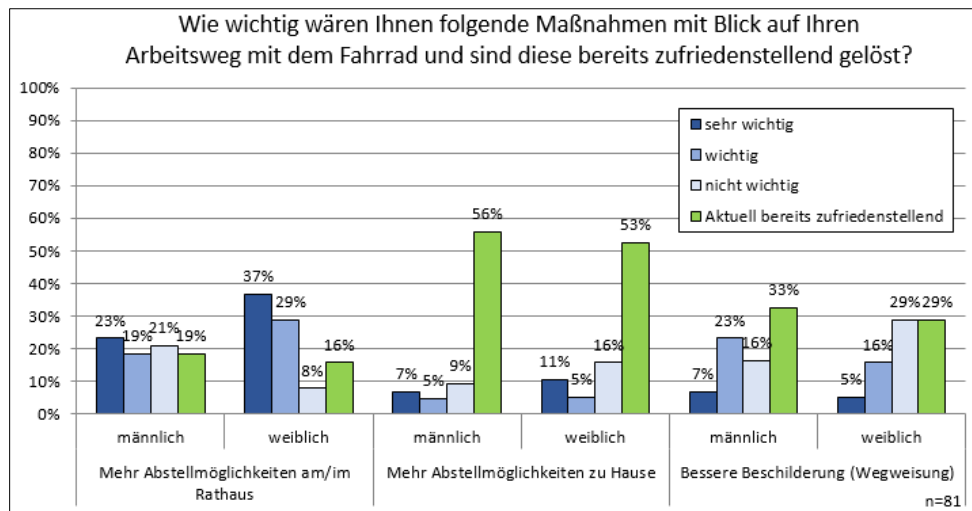


Abbildung 63: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Geschlecht Block 2

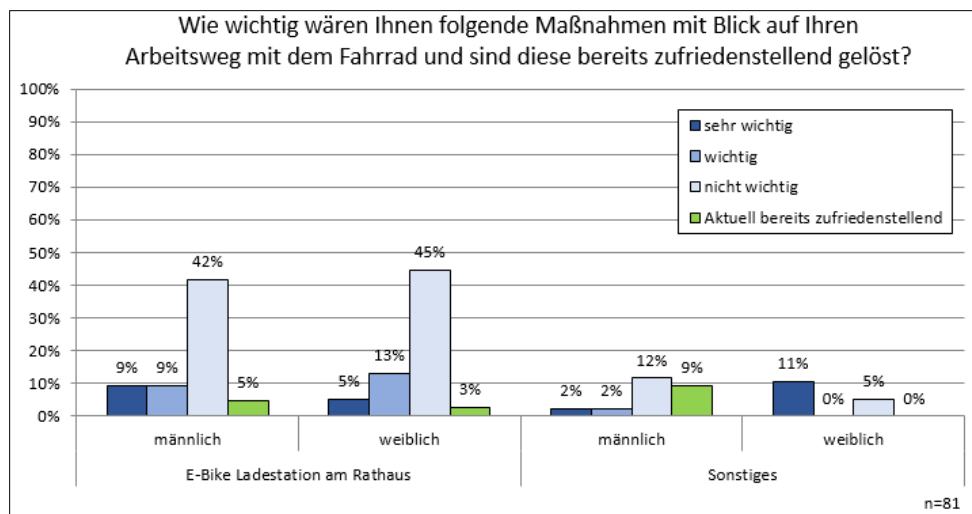


Abbildung 64: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Geschlecht Block 3

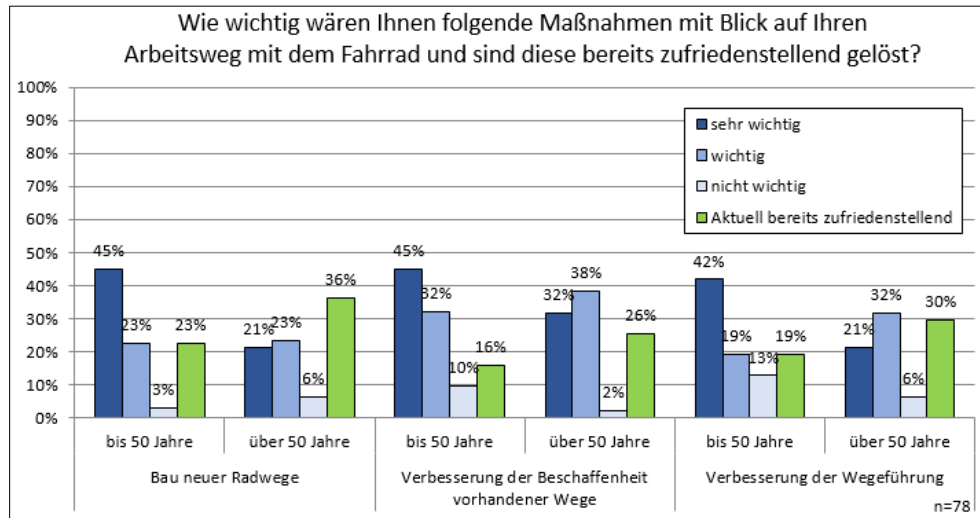


Abbildung 65: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Altersklassen Block 1

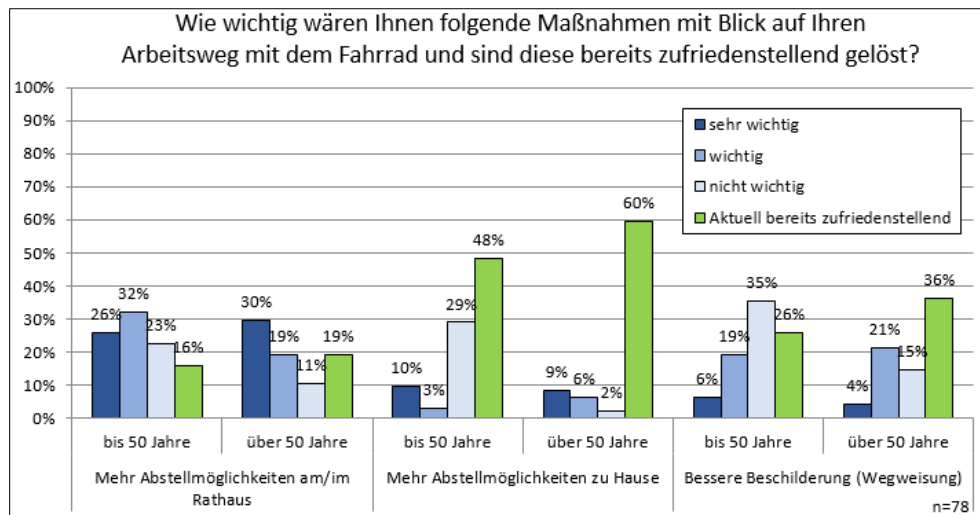


Abbildung 66: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Altersklassen Block 2

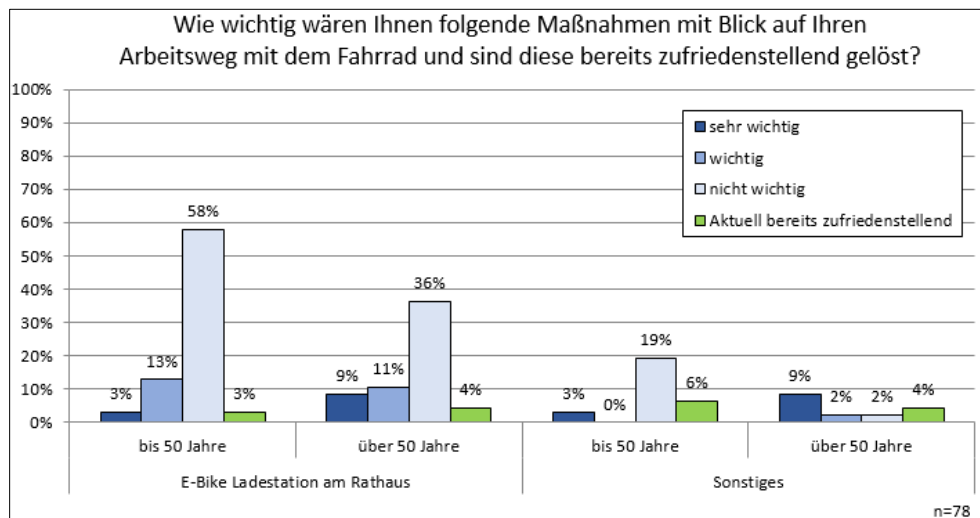


Abbildung 67: Maßnahmen Fahrrad-Angebot nach Altersklassen Block 3

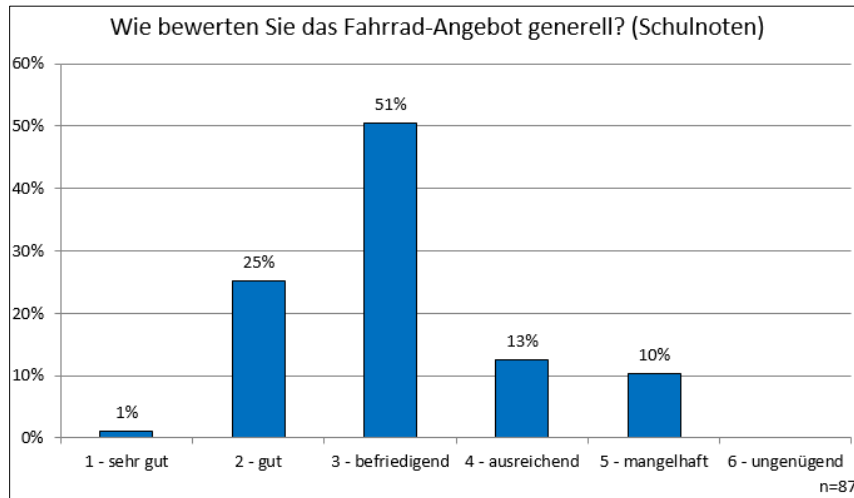


Abbildung 68: Fahrrad-Angebot Benotung

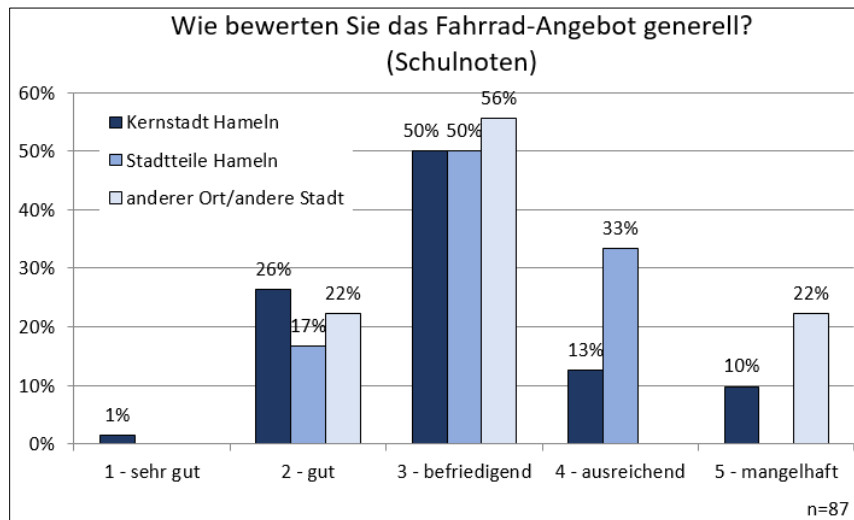


Abbildung 69: Fahrrad-Angebot Benotung nach Herkunft

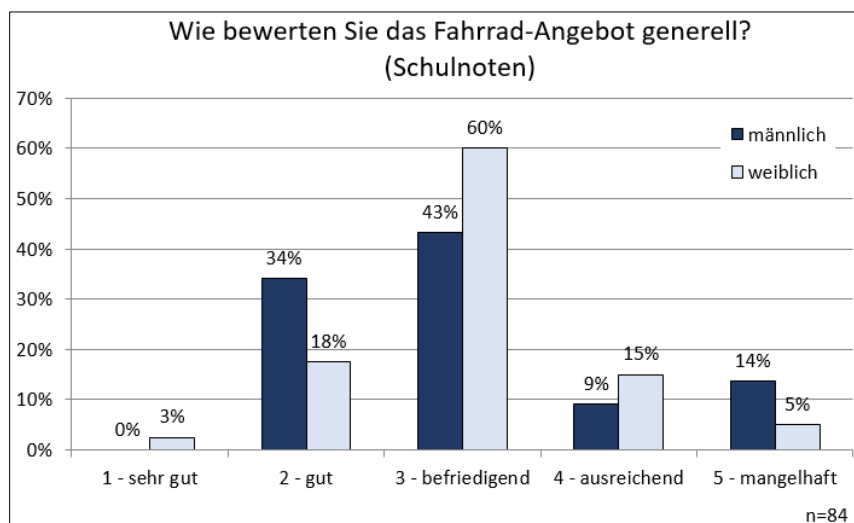


Abbildung 70: Fahrrad-Angebot Benotung nach Geschlecht



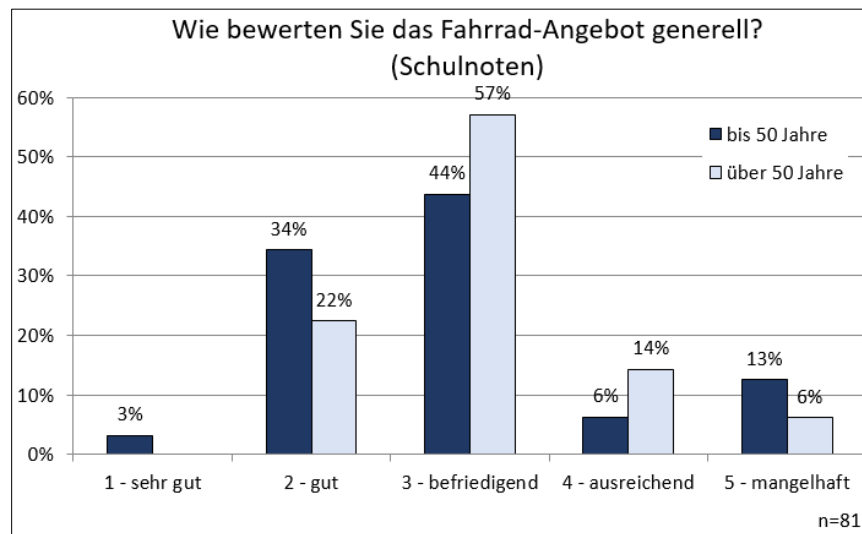


Abbildung 71: Fahrrad-Angebot Benotung nach Altersklassen

## 2.11 Home-Office

95 % der Beschäftigten der Stadt Hameln sind selten oder nie im Home-Office tätig. Das Potenzial neuer mobiler Formen der Organisation von Arbeit wird damit von der Stadtverwaltung in Hameln derzeit noch nicht genutzt (Abbildung 72).

Differenzierungen nach Herkunft, Geschlecht und Altersklassen in den Abbildungen 73 bis 75 zeigen keine deutlichen Unterschiede zwischen den Zielgruppen.

Hingegen wünschen sich 40 % der Befragten häufiger im Home-Office tätig zu sein, wie Abbildung 76 verdeutlicht. Die Abbildungen 77 bis 79 zeigen darüber hinaus einen erhöhten Wunsch nach Tätigkeiten von zuhause aus bei Mitarbeitern, die in anderen Orten/Städten heimisch sind bzw. der jüngeren Zielgruppe angehören. Fast die Hälfte aller Beschäftigten, die nicht in Hameln wohnen und damit täglich längere Arbeitswege zurücklegen müssen, äußern diesen Wunsch.

Bei Frauen ist der Wunsch, auch von zu Hause arbeiten zu können, weniger stark vorhanden.

Als Alternative, in einem Coworking-Space tätig zu sein, würden 22 % der Mitarbeiter interessant finden (vgl. Abbildung 80). Überdurchschnittliches Interesse zeigt sich in diesem Fall ebenfalls bei Bewohnern anderer Orte/Städte und der Zielgruppe der bis 50-Jährigen, wie in den Abbildung 81 bis 83 deutlich wird.

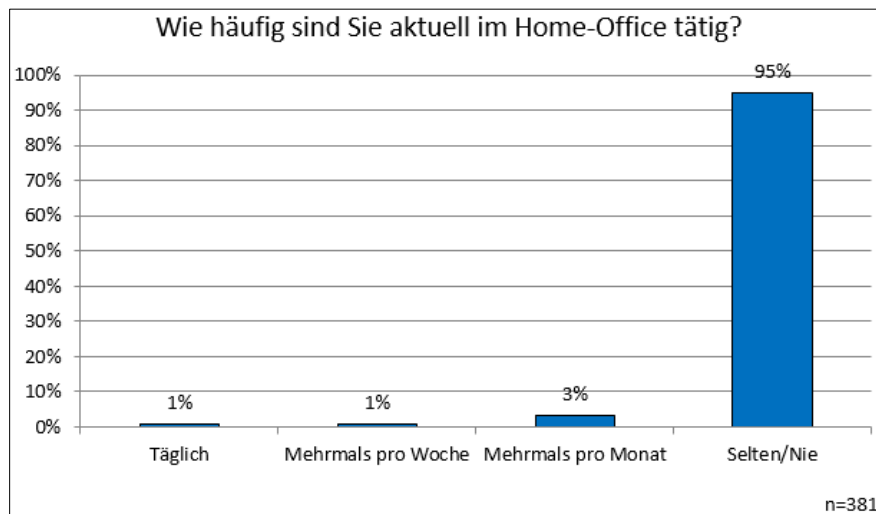


Abbildung 72: Home-Office – Häufigkeit

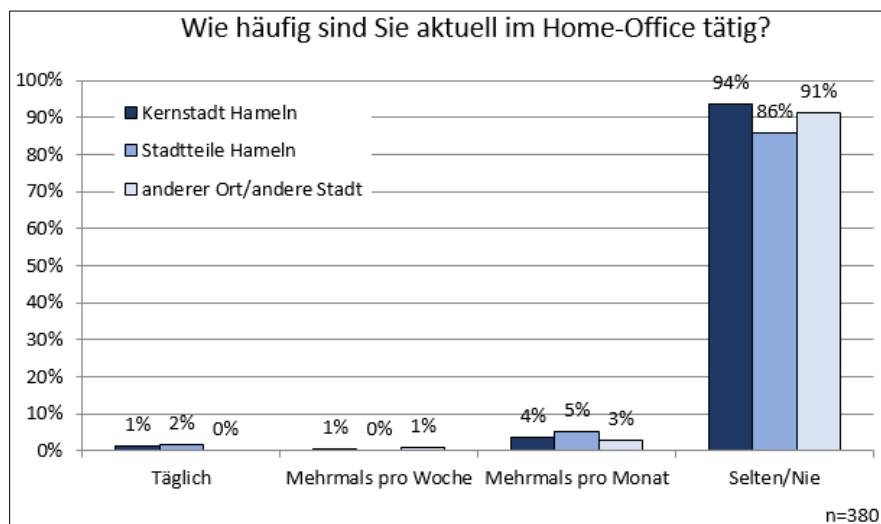


Abbildung 73: Home-Office - Häufigkeit nach Herkunft

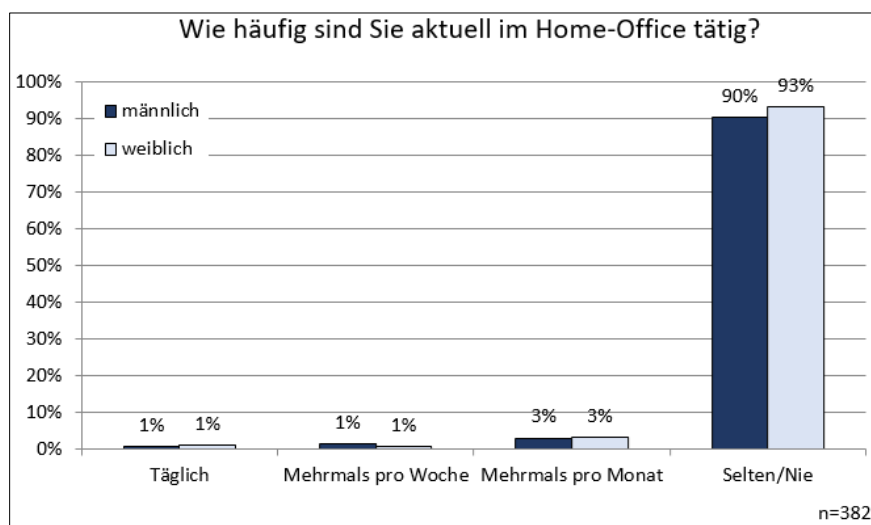


Abbildung 74: Home-Office - Häufigkeit nach Geschlecht

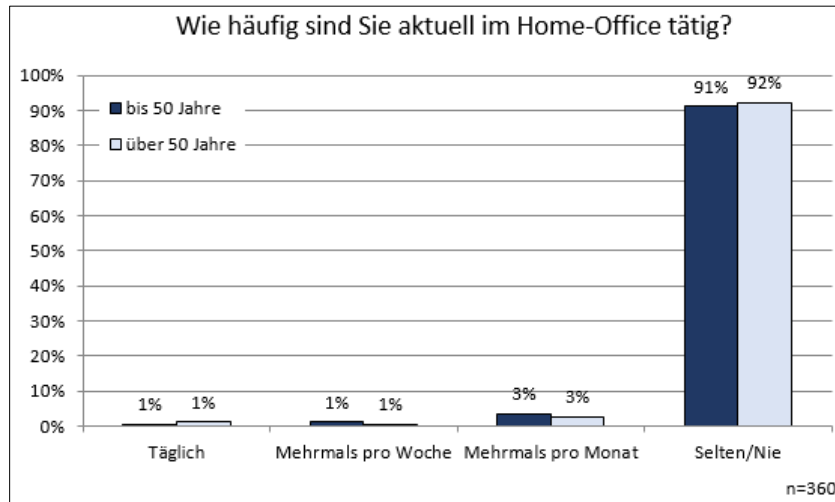


Abbildung 75: Home-Office - Häufigkeit nach Altersklassen

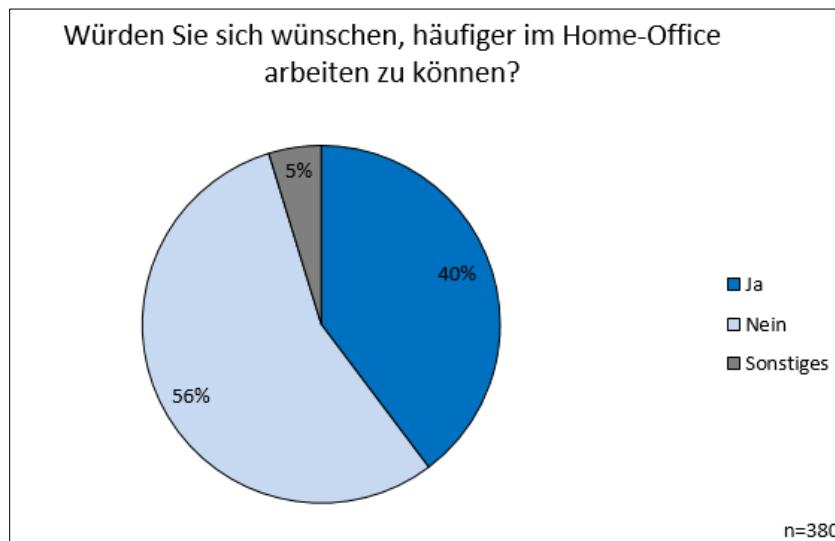


Abbildung 76: Home-Office – Wunsch

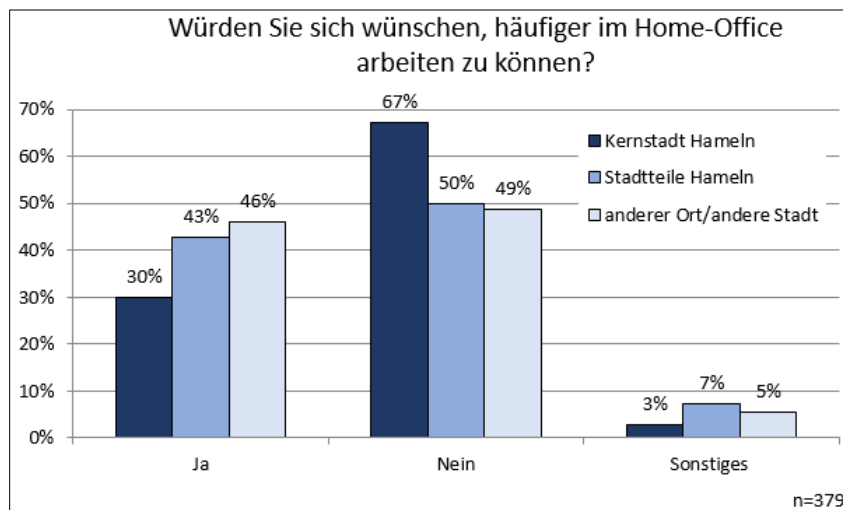


Abbildung 77: Home-Office - Wunsch nach Herkunft

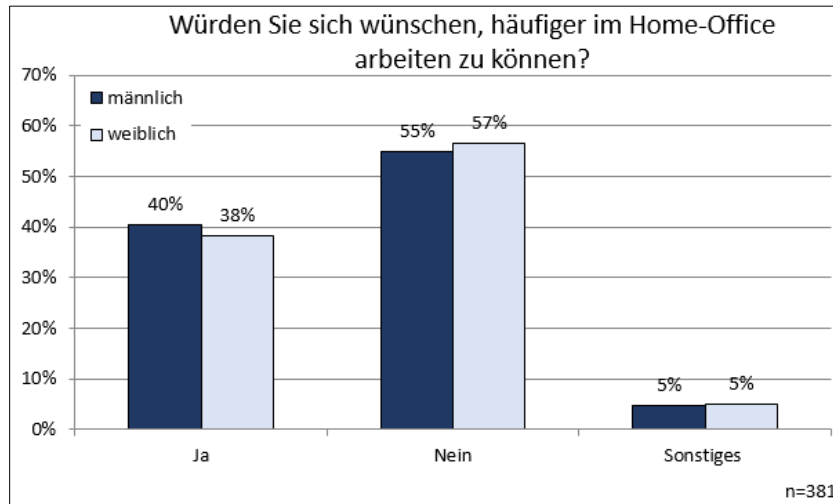


Abbildung 78: Home-Office - Wunsch nach Geschlecht

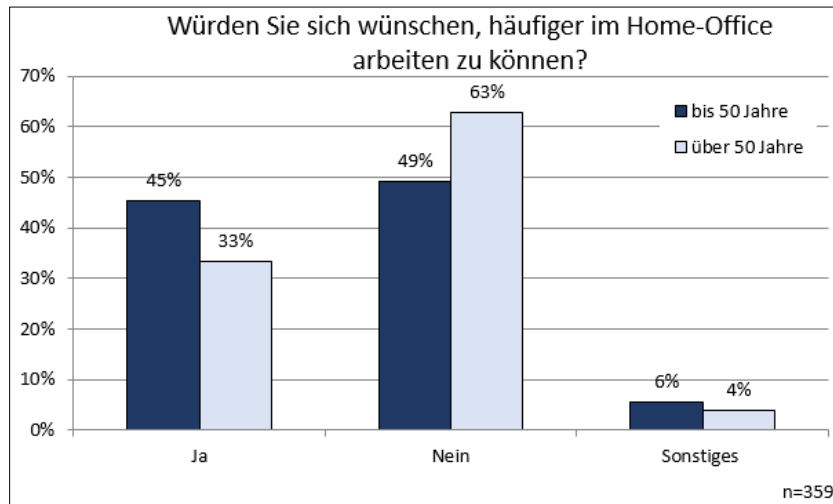


Abbildung 79: Home-Office - Wunsch nach Altersklassen

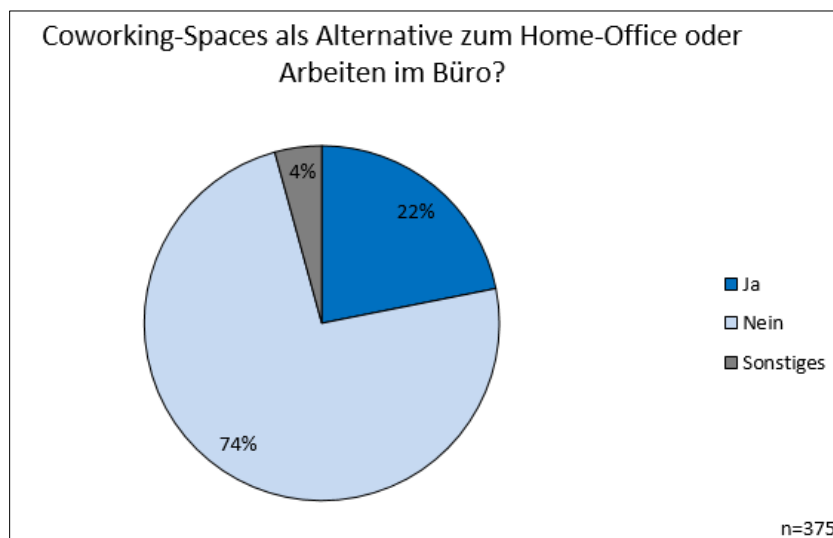


Abbildung 80: Coworking-Spaces als Alternative

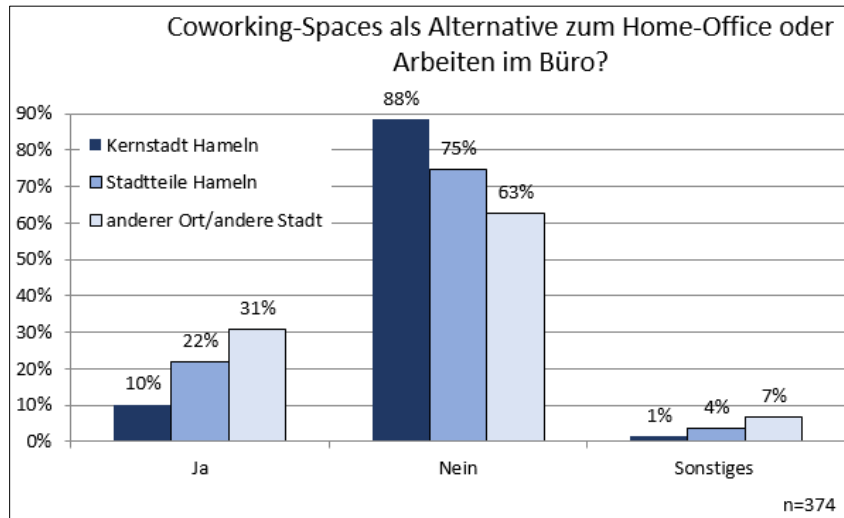


Abbildung 81: Coworking-Spaces als Alternative nach Herkunft

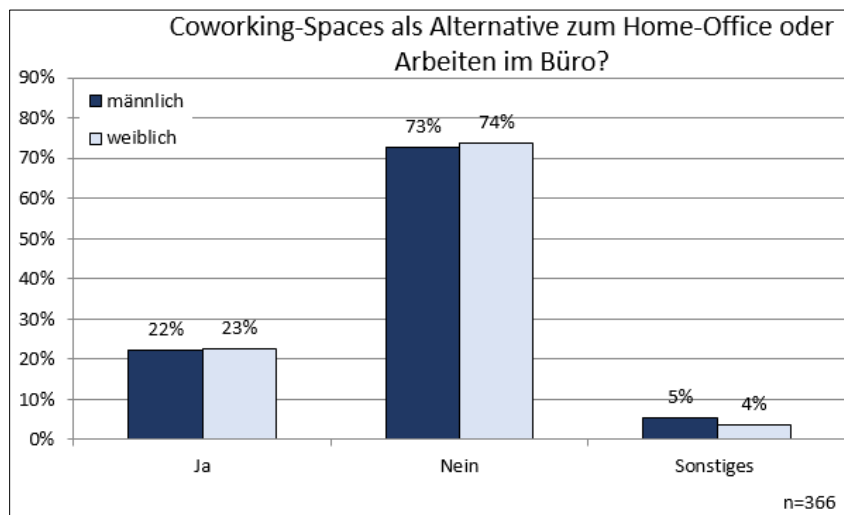


Abbildung 82: Coworking-Spaces als Alternative nach Geschlecht

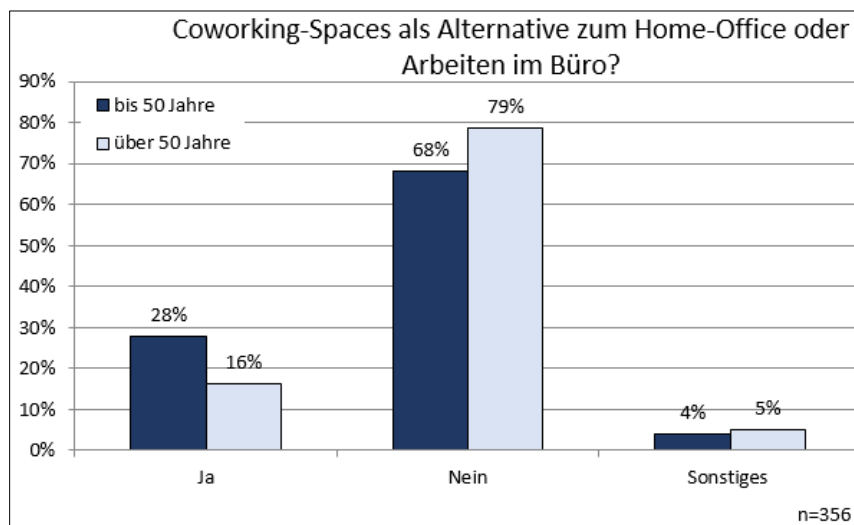


Abbildung 83: Coworking-Spaces als Alternative nach Altersklassen

### 3 Fazit

Die Ergebnisse der Befragung der Beschäftigten der Stadt Hameln verdeutlichen, dass heute der PKW das primär genutzte Fahrzeug für ihren täglichen Arbeitsweg darstellt und einzig in der Zielgruppe der Bewohner der Kernstadt Hamelns ein bedeutender Anteil der Beschäftigten den Arbeitsort mit dem Fahrrad oder zu Fuß erreicht. Das intermodale Nutzen mehrerer Verkehrsmittel auf einem Weg stellt aktuell für die Mehrheit der Befragten keine Alternative dar.

Öffentliche Verkehrsmittel werden in allen Zielgruppen nur sehr geringfügig genutzt und scheinen daher aktuell keine Alternative für den Großteil der Beschäftigten darzustellen.

Allerdings besteht bei vielen Befragten grundsätzlich die Bereitschaft, auch andere Verkehrsmittel zu nutzen, wobei vor allem Bewohnerinnen und Bewohner aus anderen Orten/Städten als erste Alternative zum PKW den ÖPNV nutzen würden. Die wichtigsten Maßnahmen für den ÖPNV stellen auf Basis der Befragung die Verbesserung der Taktung und günstigere Preise dar.

Das Fahrrad-Angebot wird insgesamt nur durchschnittlich bewertet, wobei primär bei der Verbesserung der Beschaffenheit vorhandener Wege, dem Bau neuer Radwege, der Verbesserung der Wegeführung und einer Erhöhung der Abstellmöglichkeiten angesetzt werden sollte.

Fahrgemeinschaften sind aktuell Großteils eher die Ausnahme, wobei das Interesse an Maßnahmen wie einem digitalen Pendlerportal zeigt, dass vor allem Beschäftigte aus anderen Orten und Städten auf eine solche Möglichkeit zurückgreifen würden.

Ebenso kann das große Interesse an Home-Office Tätigkeiten und Coworking-Spaces für Bewohner anderer Orte/Städte und die Zielgruppe der bis 50-Jährigen als Signal aufgegriffen werden, den extrem geringen Wert an Home-Office Tätigkeiten zu erhöhen und somit die Belastung durch den Verkehr zu verringern.