

HOCHSCHULE  
HANNOVER  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES  
AND ARTS

–  
*Fakultät IV  
Wirtschaft und  
Informatik*

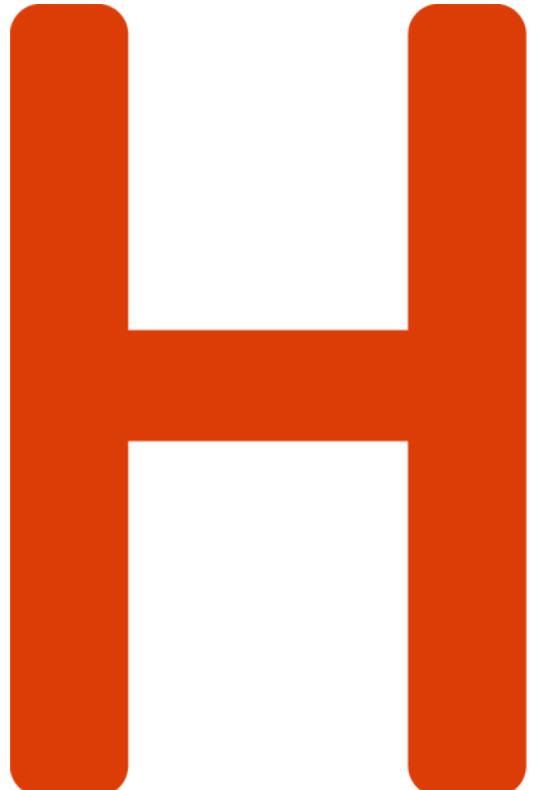
Infoabend und Diskussion

# **Neue Ideen für Hamelns Innenstadt**

*Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt durch die Neuauflteilung  
des öffentlichen Raums“*

10. Februar 2026 – radio aktiv, Deisterstraße 3, Hameln

Prof. Dr. A. Daum / D. Herrmann, Hochschule Hannover



# **Agenda**

**Hochschule Hannover**

**Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt ...“**

**Befragungen**

**Auswertungen**

**Zusammenfassung**

**Empfehlungen und Ausblick**



# Agenda

**Hochschule Hannover**

**Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt ...“**

**Befragungen**

**Auswertungen**

**Zusammenfassung**

**Empfehlungen und Ausblick**



# Hochschule Hannover

## Zahlen und Fakten

- **Hochschule Hannover**

- Fünf Fakultäten: von Elektrotechnik und Maschinenbau bis zu Gesundheit / Diakonie und Soziales
- Knapp 10.000 Studierende, 5 Standorte, ca. 60 Master- und Bachelorstudiengänge



Campus Expo Plaza

- **Fakultät Wirtschaft und Informatik**

- Abteilungen Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik und Angewandte Informatik
- Ca. 2.200 Studierende, 12 Studiengänge



Campus Linden

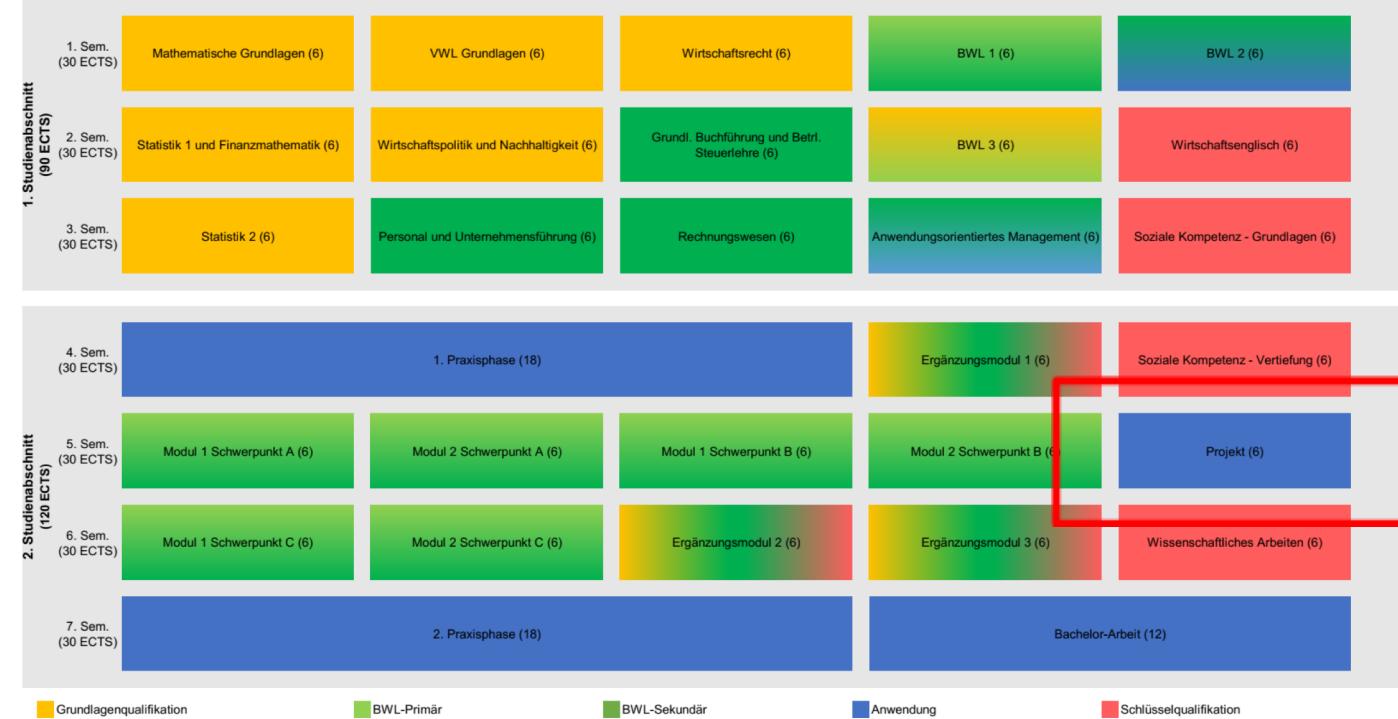


# Hochschule Hannover

## Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre

- **Modul "Projekt"**

- Praktische Projektarbeit eines Semesters in einer Organisation
- Angewandtes Projektmanagement
  - *Teamarbeit, Stakeholdermanagement,*
  - *Planung und Steuerung*
  - ...
- 6 SWS (1 SWS = 45 min /wöchentlich)
- Abschlusspräsentation und -Bericht



Studienstruktur im Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaftslehre



# Agenda

Hochschule Hannover

**Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt ...“**

Befragungen

Auswertungen

Zusammenfassung

Empfehlungen und Ausblick



# Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt“

## Projektauftrag

- **Projekttitel**
  - „Belebung der Hamelner Innenstadt durch die Neuaufteilung des öffentlichen Raums“
- **Projektthese**
  - Die lokale Wirtschaft in der Hamelner Innenstadt profitiert von einer Neuaufteilung des öffentlichen Raums und damit einer Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs zugunsten des Fuß- und Radverkehrs und des ÖPNV.
- **Projektziel**
  - Ziel ist, die Projektthese neutral und ergebnisoffen zu untersuchen und somit entweder zu bestätigen oder zu widerlegen.

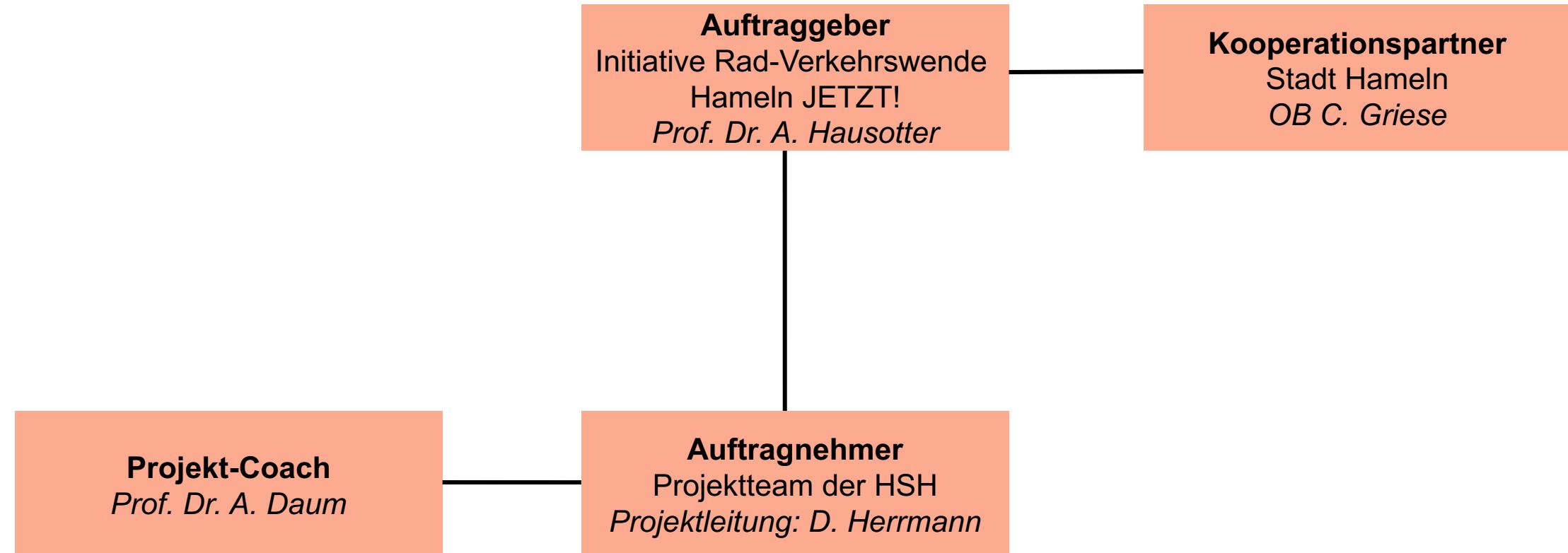


Innenstadt: Zwischen Weser, Thiewall, Kastanienwall, Ostertorwall und Münsterwall. Quelle: Google Maps



# Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt“

## Projekttrollen



# Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt“

## Meilensteine

- Kickoff-Meeting**

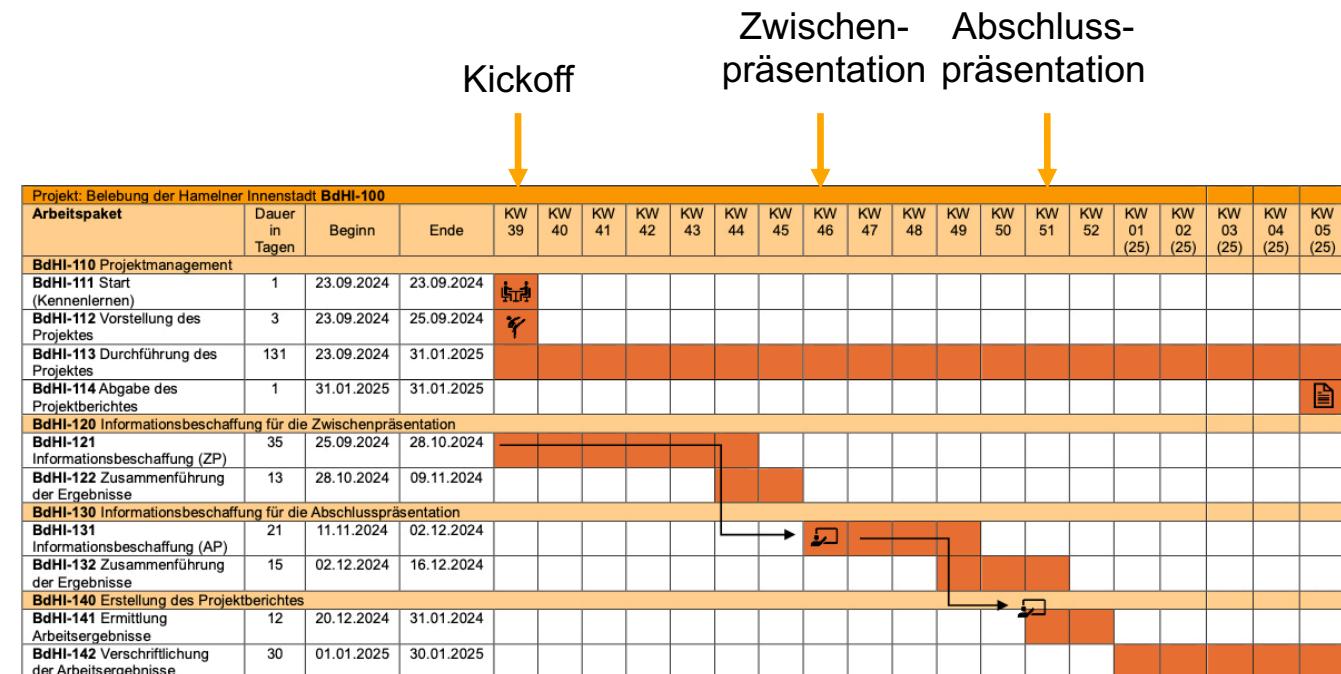
- Termin: Mittwoch, 25. September 2024, Sitzungssaal
- Gäste: IHK Hannover, GS Hameln DEHOGA Hameln-Pyrmont

- Zwischenpräsentation**

- Termin: Montag, 11.November 2024, Sitzungssaal
- Gäste: IHK Hannover, GS Hameln DEHOGA Hameln-Pyrmont

- Abschlusspräsentation**

- Termin: Dienstag, 19. Dezember 2024, Sitzungssaal
- Gäste: IHK Hannover, GS Hameln DEHOGA Hameln-Pyrmont



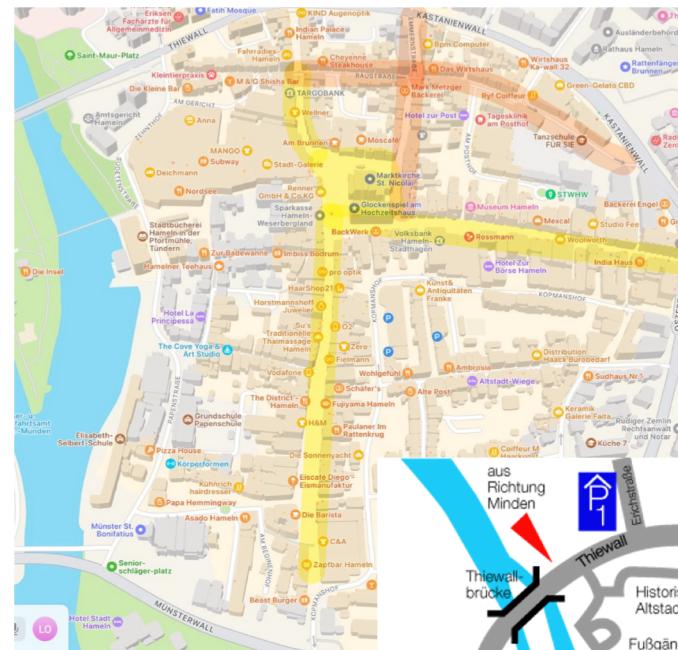
Gantt-Diagramm. Quelle: Eigene Darstellung



# Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt“

## Projektmethodik

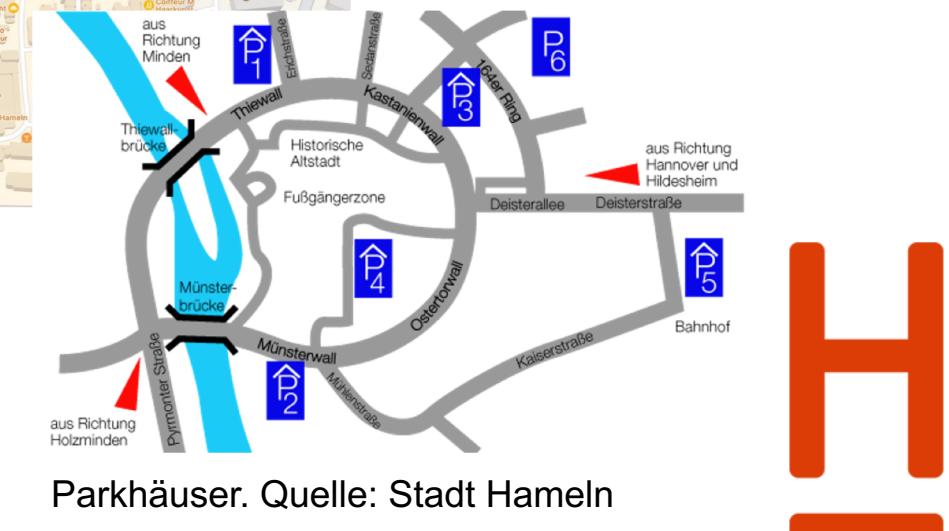
- **IST-Analyse**
  - Zentrale Einkaufsstraßen, Lagen
  - Parkraumangebot, Parkhäuser
- **Best-Practice-Analyse**
  - Gent, Utrecht, Tübingen, Lørenskrog, Hasselt
  - Maßnahmen: Verkehrsberuhigung, Radinfrastruktur, Aufwertung öff. Räume, Stärkung des ÖPNV
- **Befragungen**
  - Befragungen in den zentralen Einkaufsstraßen
  - KundInnen, Gewerbetreibende



**Legende**

Yellow Box	1a-Lage
Red Box	1b-Lage

Einkaufsstraßen. Quelle: Google Maps, eigene Darstellung



Parkhäuser. Quelle: Stadt Hameln

# Agenda

**Hochschule Hannover**

**Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt ...“**

**Befragungen**

**Auswertungen**

**Zusammenfassung**

**Empfehlungen und Ausblick**



# Befragungen

## Methodischer Ansatz

- Fragebogen**
  - KundInnen
  - Gewerbetreibende
  - Zusätzlich online für Gewerbetreibende
- Befragungen in folgenden Straßen**
  - KundInnen: Bäckerstraße, Osterstraße, Ritterstraße, Emmernstraße
  - Gewerbetreibende: in allen Straßen der Innenstadt
- Befragungen an folgenden Tagen**
  - KundInnen: Dienstag, 03.12., 11.00 Uhr bis 19.00 Uhr und Mittwoch, 04.12., 11.00 Uhr bis 19.00 Uhr
  - Gewerbetreibende: 13.12. und vom 02.12. bis 16.12. (online).

Laserzählerzeitraum	11.00 h – 19.00 h			
Datum		03.12.2024	04.12.2024	Gesamt (Bewegungen)
Straßen	Bäckerstraße	9960	11332	21292
	Osterstraße	14092	16362	30454
	Emmernstraße	5116	5536	10652
	Ritterstraße	4789	5008	9797
Gesamt				72195
Statistische Rechnung	Grundgesamtheit			72195
	Konfidenzniveau			95%
	Fehlerspanne			5%
Umfang	nötige Stichprobengröße	383	unsere Stichprobe	613

Ermittlung des repräsentativen Stichprobenumfangs



# Agenda

**Hochschule Hannover**

**Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt ...“**

**Befragungen**

**Auswertungen**

**Zusammenfassung**

**Empfehlungen und Ausblick**



# Auswertungen

## Gesamtausgaben nach Verkehrsmittel

### Erkenntnisse

- KundInnen, die **zu Fuß**, mit dem **Rad** oder dem **ÖPNV** anreisen, tragen zu **70%** zum wöchentlichen **Gesamtumsatz** bei.
- Die **Besuchsfrequenz** ist bei den **zu Fuß** gehenden gegenüber den mit dem KFZ anreisenden KundInnen fast doppelt so hoch.

	Anteil Verkehrsmittel	Durchschnittliche Besuche pro Woche	Durchschnittliche Ausgaben pro Besuch	Berechnete Gesamtausgabe pro Woche nach Verkehrsmittel	Anteil wöchentliche Gesamtausgaben nach Verkehrsmittel
Kfz	32,90%	2,39	34,90 €	12.669,18 €	30,00 %
ÖPNV	14,50%	2,66	31,42 €	5.592,39 €	13,24 %
Zu Fuß	29,65%	4,22	24,16 €	13.964,82 €	33,06 %
Fahrrad	22,51%	3,44	27,26 €	9.758,94 €	23,11 %
Sonstiges	0,43%	5,00	25,00 €	250 €	0,59 %

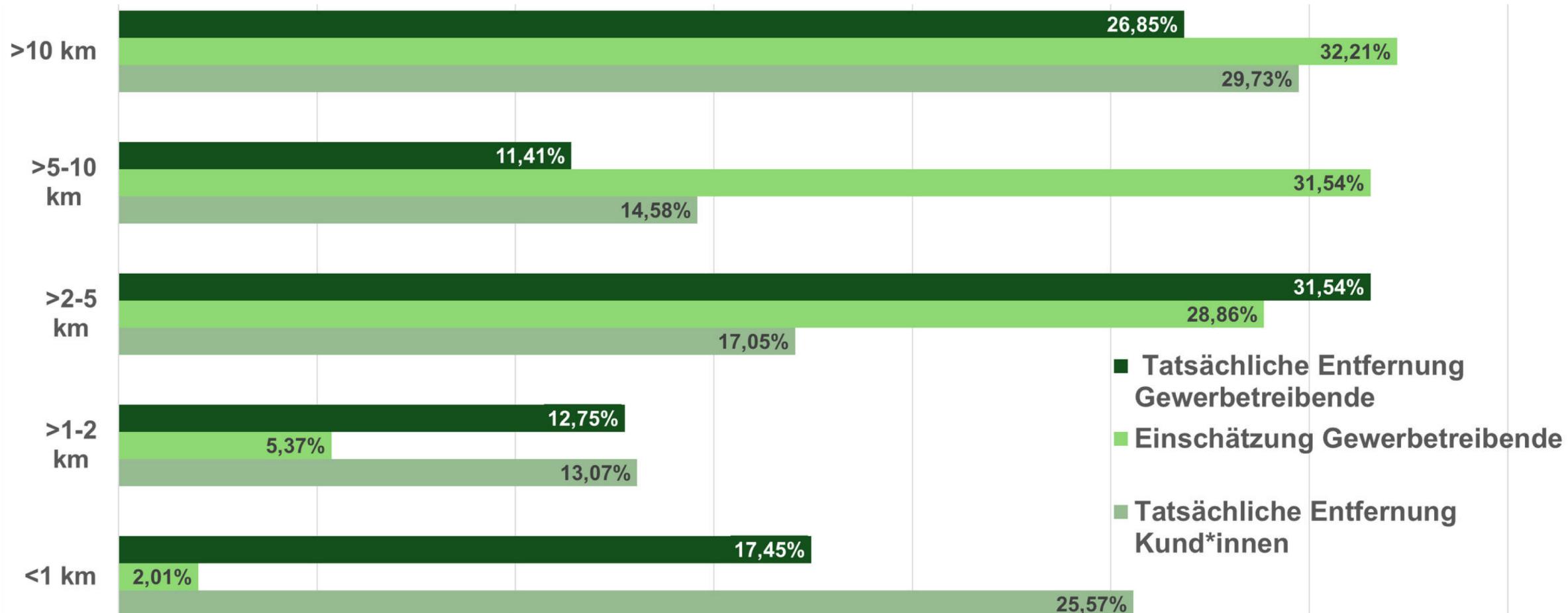


# Auswertungen

## Entfernung zwischen Wohnort und Innenstadt

### Erkenntnisse

- Nach **Wahrnehmung der Gewerbetreibenden** wohnen 7,4% der KundInnen im **Einzugsbereich von 2 km** - tatsächlich sind es 39%.
- **Lokalitätsprinzip:** Verbraucher kaufen bevorzugt in räumlicher Nähe zum Wohnort ein, um Zeit, Kosten und Aufwand zu sparen.

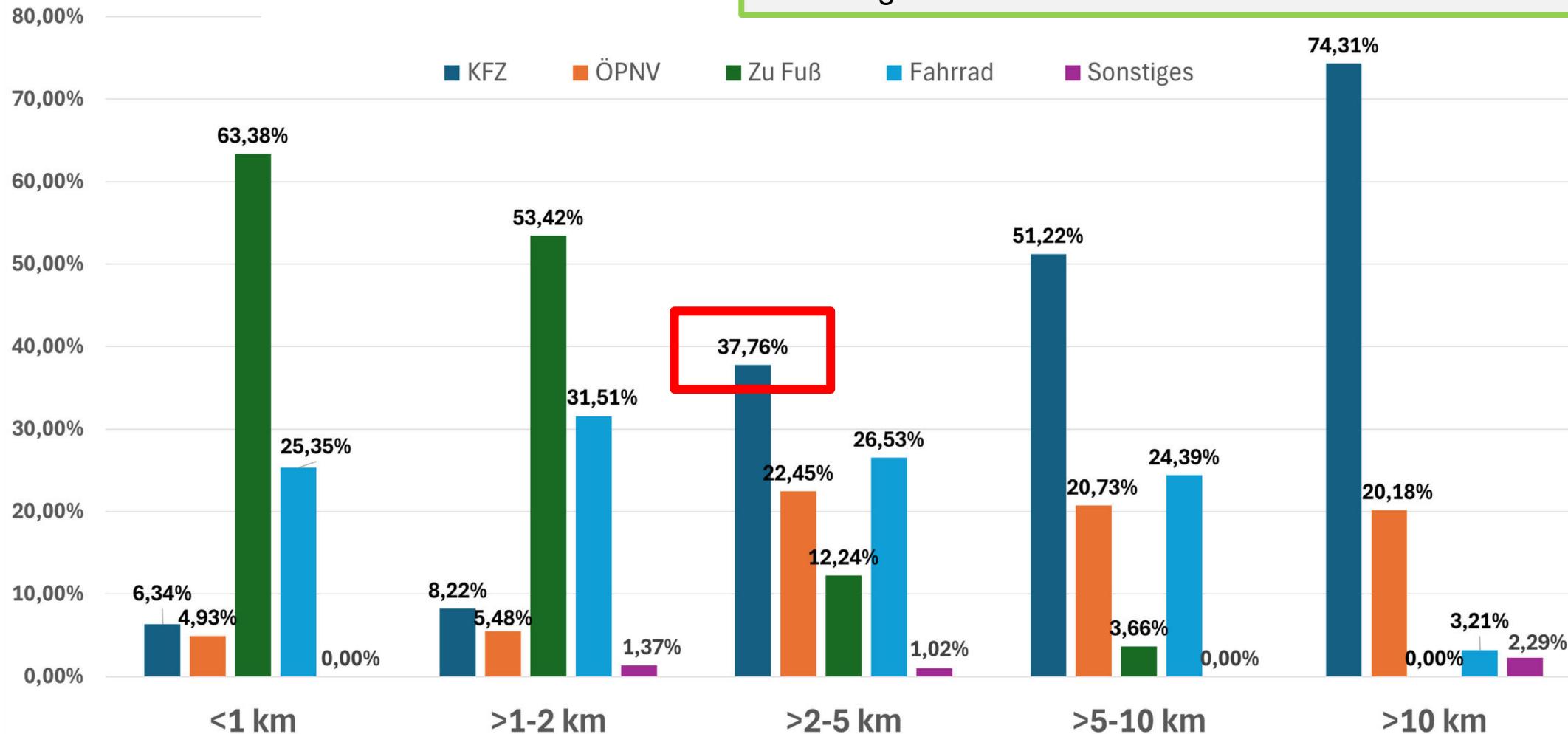


# Auswertungen

## Verkehrsmittelwahl der KundInnen

### Erkenntnisse

- Im **Einzugsbereich von 2 km** werden die Entferungen vorwiegend **zu Fuß oder mit dem Rad** oder mit dem Rad zurückgelegt.
- Außerhalb des **Einzugsbereichs von 2 km** dominiert das eigene **KFZ**.
- Das **größte Potential** der Reduzierung des MIV liegt bei KundInnen im **Einzugsbereich von 2 km – 5 km**.

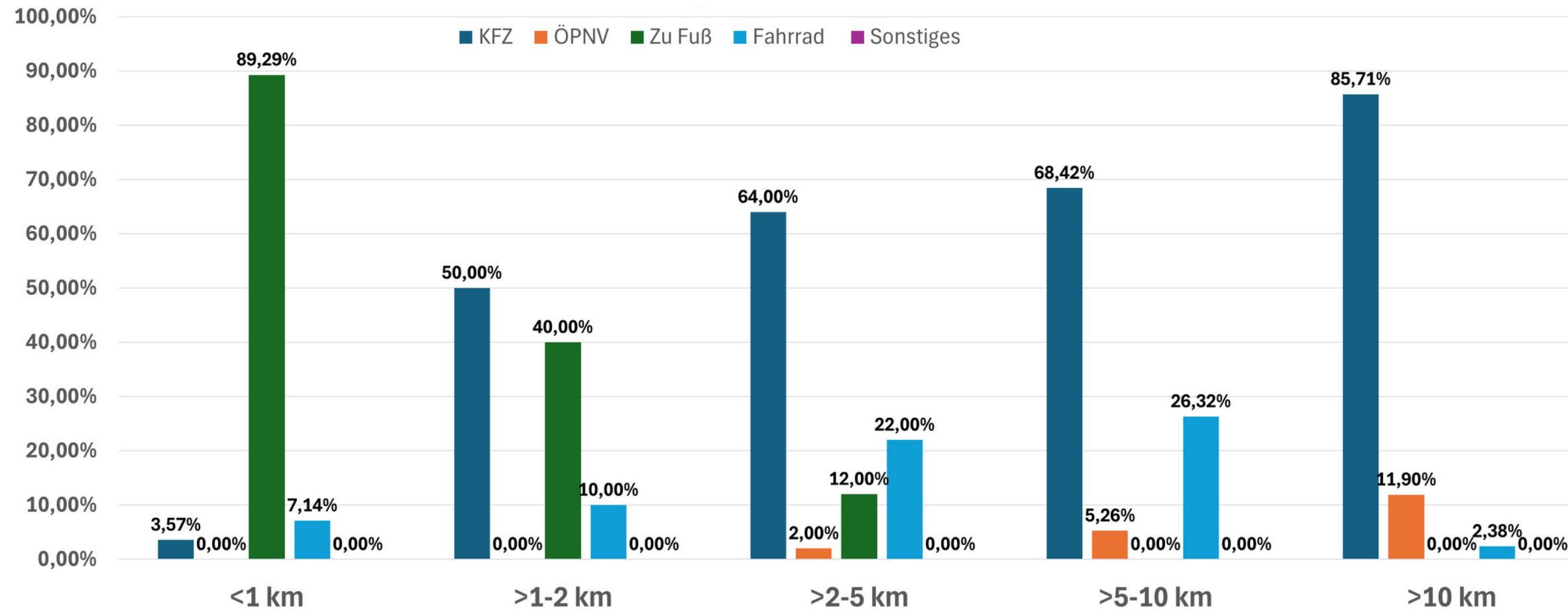


# Auswertungen

## Verkehrsmittelwahl der Gewerbetreibenden nach Entfernung

### Erkenntnisse

- Im **Einzugsbereich von 1 km** werden die Entferungen vorwiegend **zu Fuß** zurückgelegt.
- Außerhalb des **Einzugsbereichs von 1 km** dominiert das eigene **KFZ**.

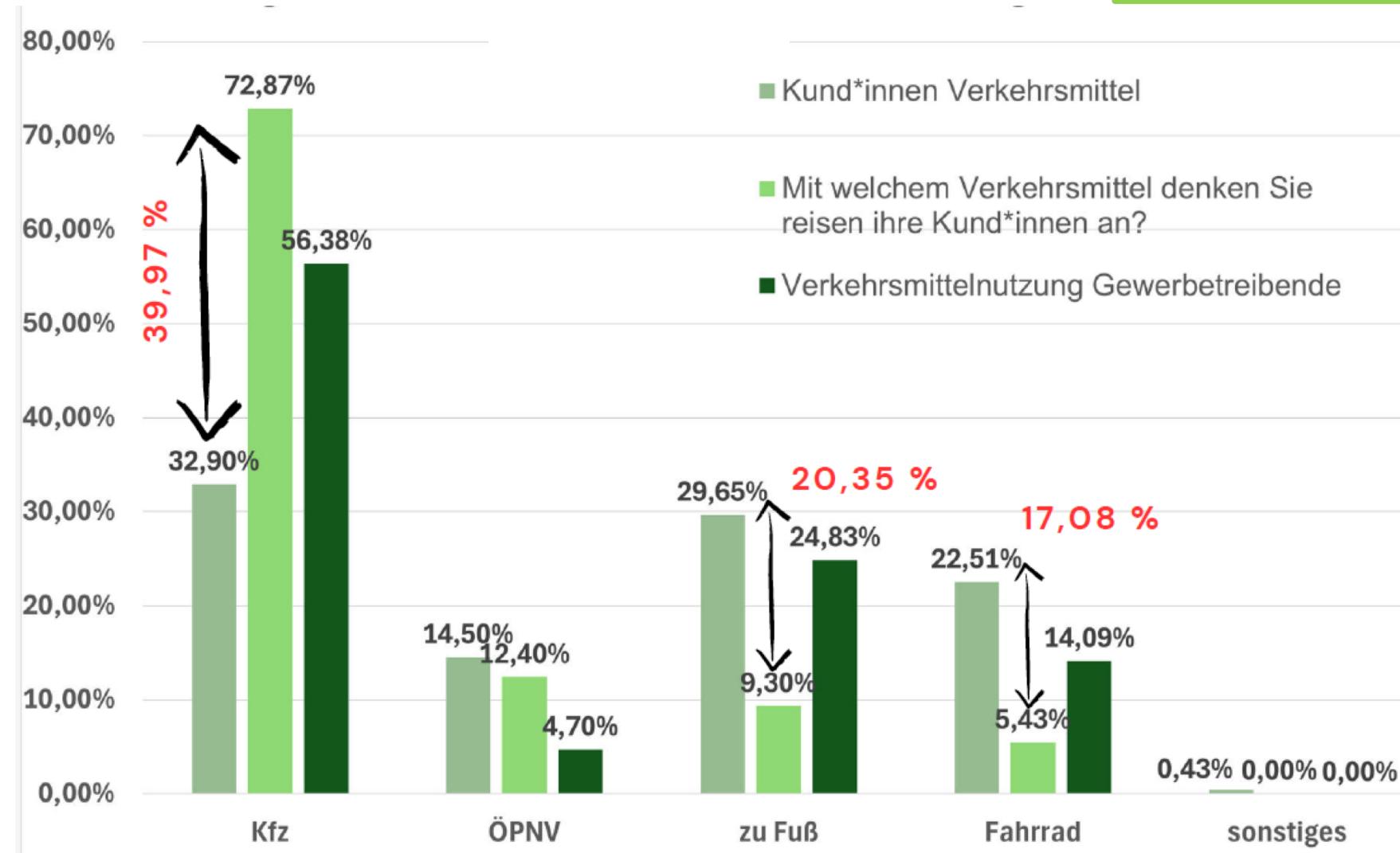


# Auswertungen

## Verkehrsmittelwahl

### Erkenntnisse

- Nach **Wahrnehmung der Gewerbetreibenden** reisen 72% der KundInnen mit dem KFZ an - tatsächlich sind es 32%
- **Gewerbetreibende überschätzen die Nutzung des KFZ und unterschätzen den Fuß- und Radverkehr.**



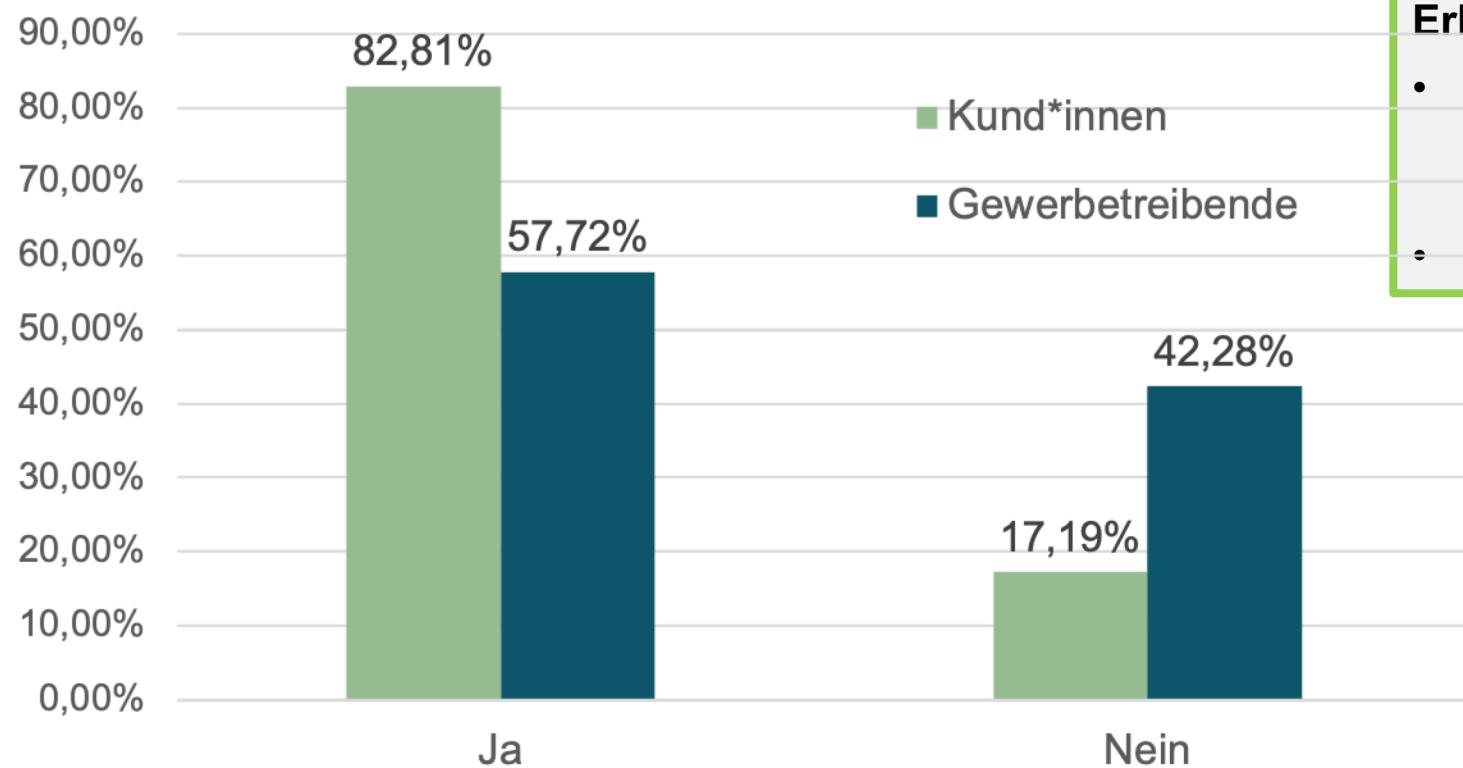
# Auswertungen

## Effekte der Maßnahmen

### Frage 6a aus dem Fragebogen

„Angenommen, die Parkmöglichkeiten im Kopmannshof inkl. Parkhaus und in der Baustraße entfallen, und Sie müssten dann auf andere Parkplätze und Parkhäuser ausweichen:

Würden Sie in diesem Fall einen **weiteren Fußweg** (max. 700 m, Parkhaus Rondell) in **Kauf nehmen**?“



#### Erkenntnisse

- Nach **Wahrnehmung der Gewerbetreibenden** würden 42% der KundInnen einen weiteren Fußweg nicht in Kauf nehmen - **tatsächlich** sind es 17%.
- **Gewerbetreibende überschätzen die Bedeutung des KFZ.**

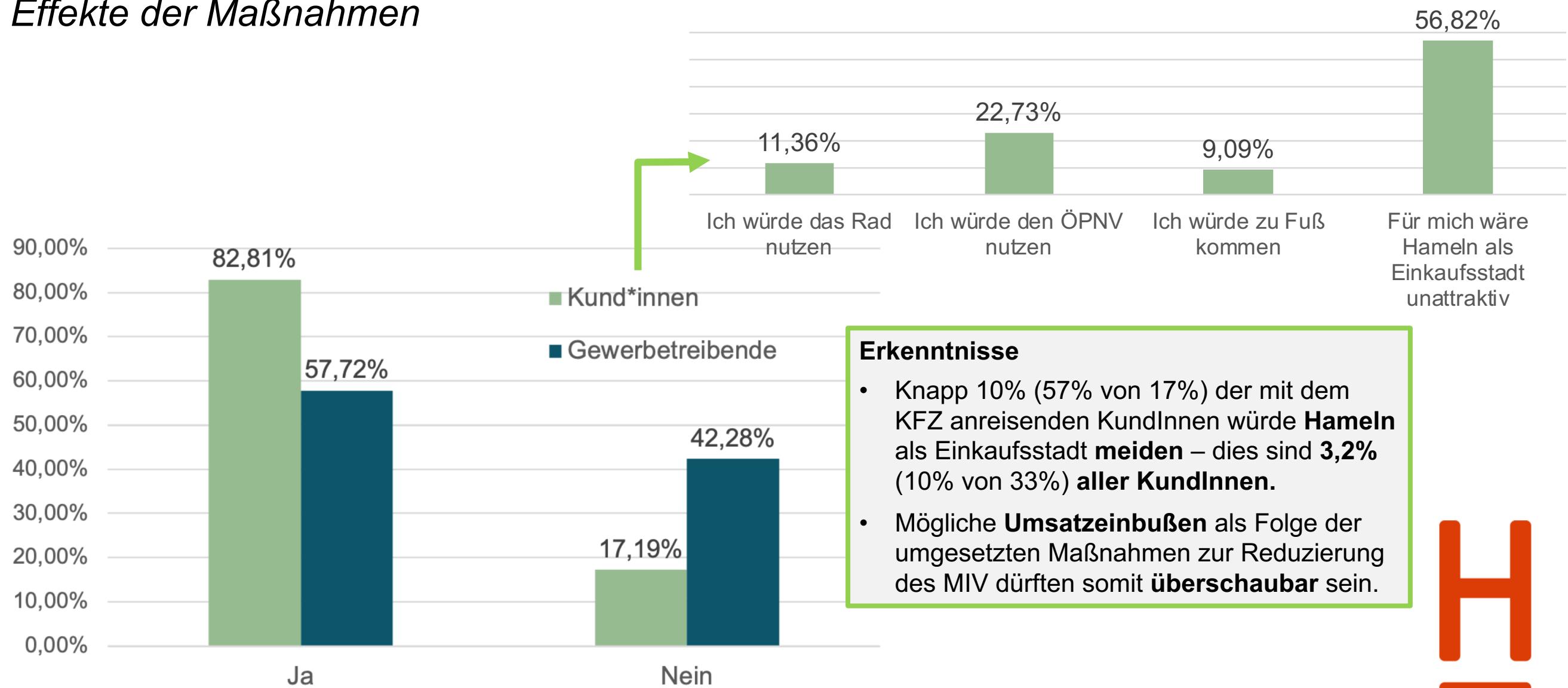


## Frage 6b aus dem Fragebogen

„Falls Sie keinen weiteren Fußweg in Kauf nehmen würden, wie würden Sie handeln?“

# Auswertungen

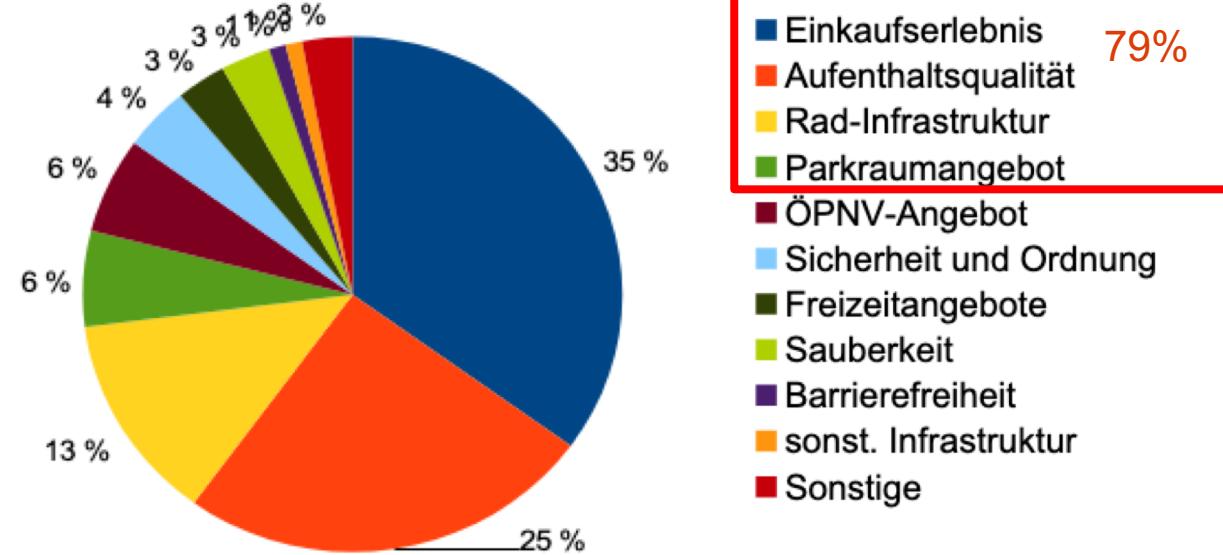
## Effekte der Maßnahmen



# Auswertungen

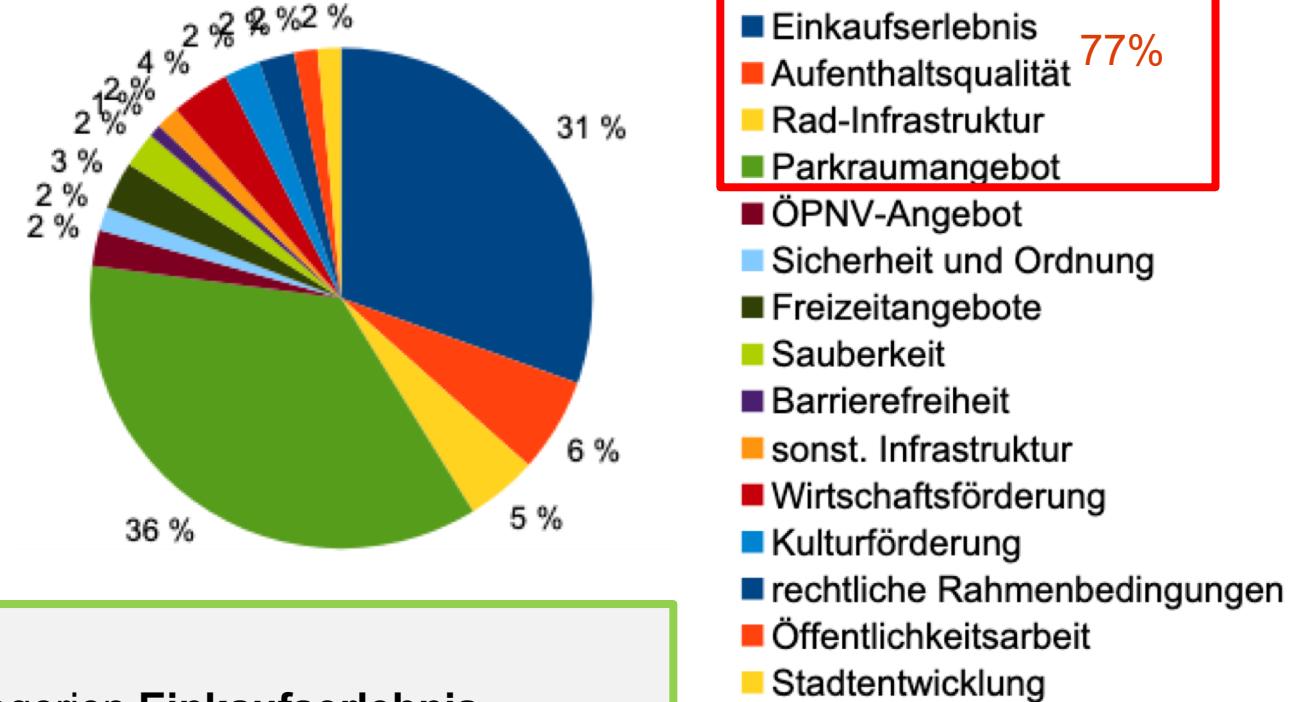
## Hameln als attraktive Einkaufsstadt

Antworten der KundInnen



- Einkaufserlebnis 79%
- Aufenthaltsqualität
- Rad-Infrastruktur
- Parkraumangebot
- ÖPNV-Angebot
- Sicherheit und Ordnung
- Freizeitangebote
- Sauberkeit
- Barrierefreiheit
- sonst. Infrastruktur
- Sonstige

Antworten der Gewerbetreibenden



### Frage 9 aus dem Fragebogen

„Was müsste geändert werden, damit Hameln für Sie eine attraktivere Einkaufsstadt wird?“

#### Erkenntnisse

- In beiden Gruppen entfallen knapp **80%** der Antworten auf die Kategorien **Einkaufserlebnis, Aufenthaltsqualität, Radinfrastruktur und Parkraumangebot**.
- Bei den **KundInnen** hat mit 35% das **Einkaufserlebnis** die höchste Priorität, bei den **Gewerbetreibenden** das **Parkraumangebot** mit 36%.
- Die Antworten der Gewerbetreibenden lassen sich mit der **Einschätzung des Mobilitätsverhaltens** der **KundInnen** erklären (s. Folie 15 Verkehrsmittelwahl).



# Agenda

**Hochschule Hannover**

**Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt ...“**

**Befragungen**

**Auswertungen**

**Zusammenfassung**

**Empfehlungen und Ausblick**



# Zusammenfassung

## *Key findings*

- Einzugsbereich
  - Nach **Wahrnehmung der Gewerbetreibenden** wohnen **7,4%** der KundInnen im Einzugsbereich von 2km, **tatsächlich** sind es **39%**.
- Verkehrsmittelwahl
  - Nach **Wahrnehmung der Gewerbetreibenden** reisen **72%** der KundInnen **mit dem KFZ** an - **tatsächlich** sind es **32%**.
- Effekte von Push-Maßnahmen (Neuordnung des ruhenden Verkehrs)
  - **83%** der mit dem KFZ anreisenden KundInnen würden einen **längeren Fußweg** in Kauf nehmen.
- Steigerung der Attraktivität Hamelns als Einkaufsstadt
  - **Gewerbetreibende** wünschen sich vor allem mehr **Stellplätze** für mit dem KFZ anreisende KundInnen.
  - **KundInnen** wünschen sich vor allem ein besseres **Einkaufserlebnis**.



# Agenda

**Hochschule Hannover**

**Projekt „Belebung der Hamelner Innenstadt ...“**

**Befragungen**

**Auswertungen**

**Zusammenfassung**

**Empfehlungen und Ausblick**



# Empfehlungen und Ausblick

## Neuaufteilung des öffentlichen Raums



# Empfehlungen und Ausblick

## *Evaluation der Projektthese*

**Projektthese:** Die lokale Wirtschaft in der Hamelner Innenstadt profitiert von einer Neuauflistung des öffentlichen Raums und damit einer Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs zugunsten des Fuß- und Radverkehrs und des ÖPNV.

- **Potential für höhere Umsätze der lokalen Wirtschaft**, wenn ...
  - ... **Rad- und Fußverkehr** und der **ÖPNV** nach unseren Vorschlägen **ausgebaut** und
  - ... die vorgeschlagenen **Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität** der Stadt Hameln als Einkaufsstadt **umgesetzt** werden.
- **Risiko von Umsatzeinbußen** durch die Neuordnung des ruhenden Verkehrs
  - Knapp 10% der mit dem PKW anreisenden KundInnen – 3,2% aller KundInnen – gingen für die lokale Wirtschaft verloren.
  - Potentiell läge in diesem Fall die Umsatzeinbuße bei 2,9% des Gesamtumsatzes.
- **Prognose**
  - **Maßnahmen** zur Verbesserung der Radinfrastruktur und der Steigerung der Attraktivität werden eine mögliche **Umsatzeinbuße mehr als kompensieren**.



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**



# Auswertungen

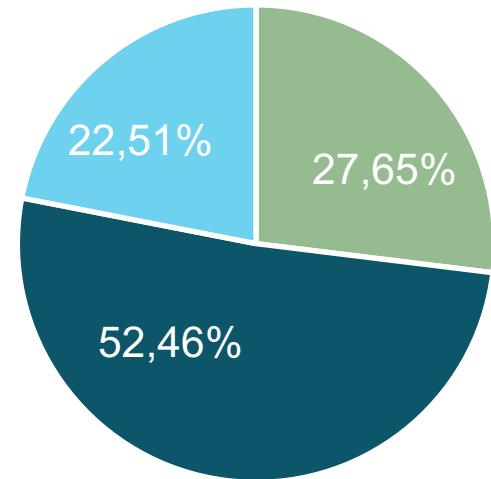
## Effekte der Maßnahmen

### Frage 7 aus dem Fragebogen

„Angenommen, die Stadt installiert sichere Abstellmöglichkeiten, z.B. Fahrradbügel, vor den Geschäften.“

- Frage an **KundInnen**: „Würden Sie in diesem Fall **mit dem Rad anreisen**?“
- Frage an **Gewerbetreibende**: „Würden Sie Fahrradbügel vor Ihrem Geschäft **als störend empfinden**?“

... würde mit dem Rad anreisen

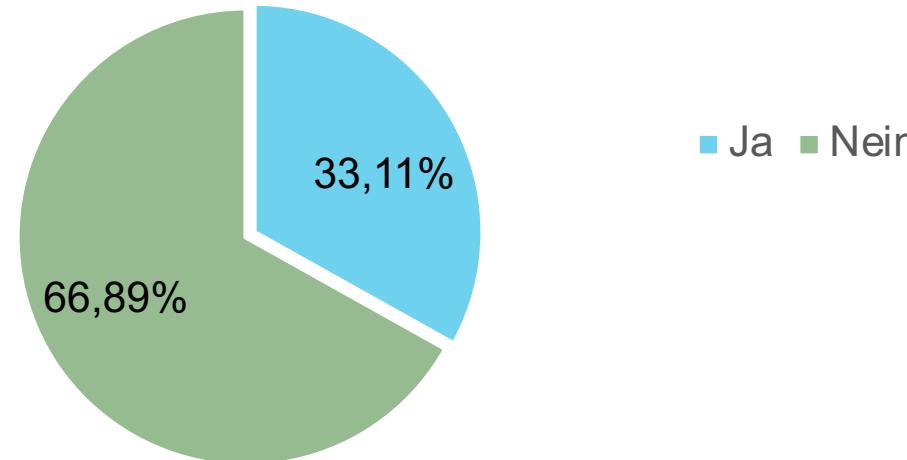


■ Ja ■ Nein ■ Ich nutze bereits das Rad

### Erkenntnisse

28% der KundInnen würden auf das Rad umsteigen. Ob dies **zu Lasten des MIV** (und nicht der anderen Verkehrsmittel) ginge, lässt sich jedoch nicht aus den Daten ableiten.

... würde ich als störend empfinden

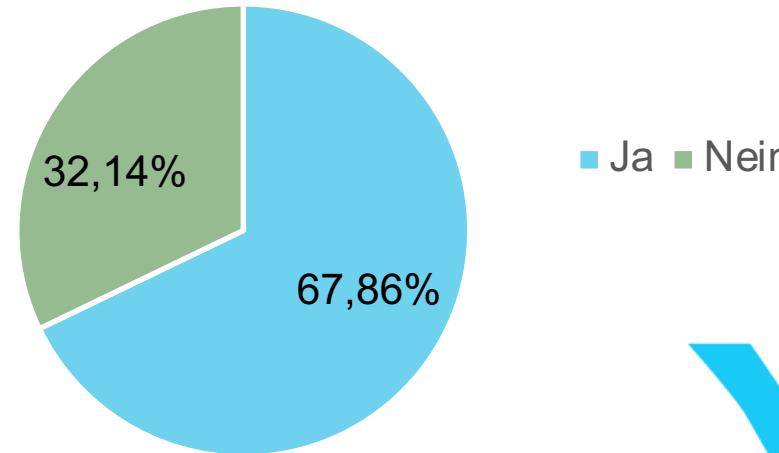


■ Ja ■ Nein



# Auswertungen

## Effekte der Maßnahmen

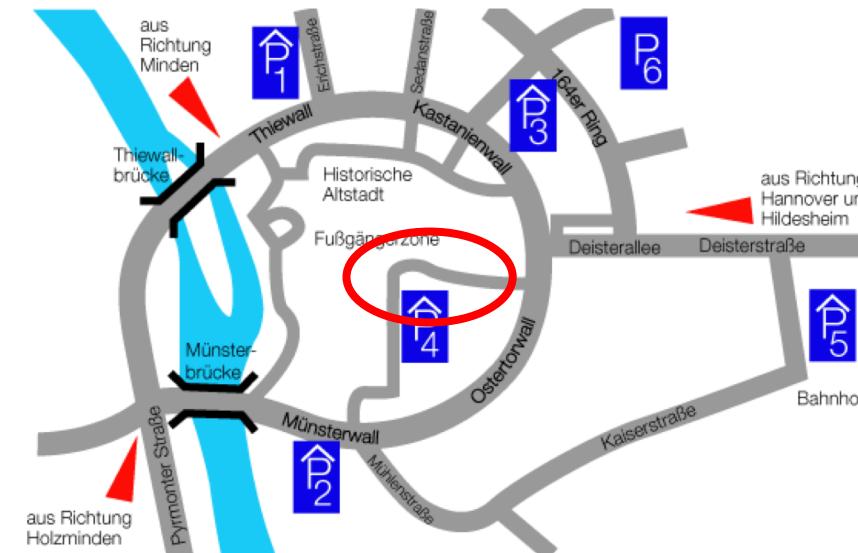


### Frage 8 aus dem Fragebogen

„Frage an Radfahrende: Angenommen, die Stadt stellt im **Parkhaus Kopmannshof** Fahrradstellplätze bereit. Würden Sie in diesem Fall die **Radstellplätze nutzen?**“

#### Erkenntnisse

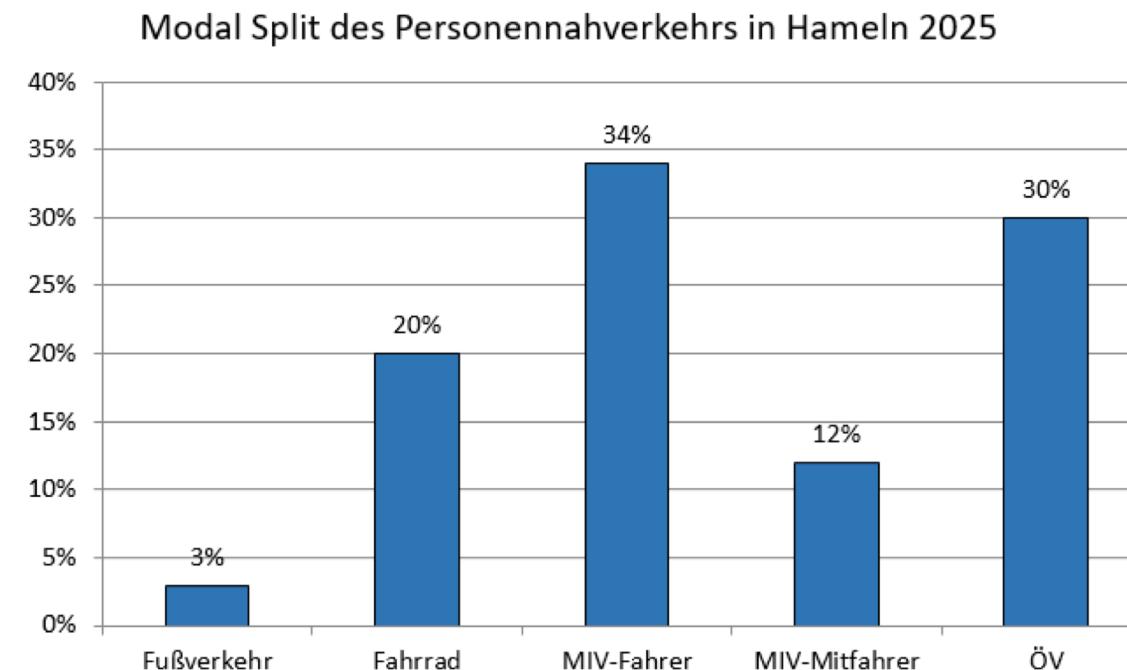
- Mehr als 1/3 der KundInnen würden das Angebot nutzen.
- Die **Attraktivität dieses Angebots** lässt sich mit der zentrumsnahen Lage erklären.



## Modal Split Nordhorn 2005 – 2011 - 2017

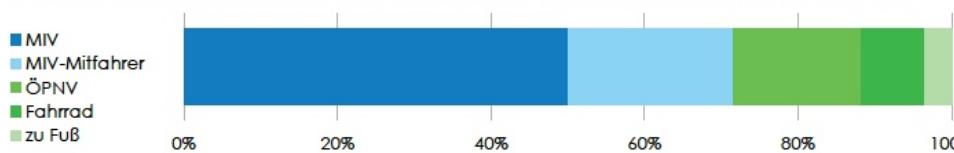
# Empfehlungen und Ausblick

## Potential des Radverkehrs in Hameln

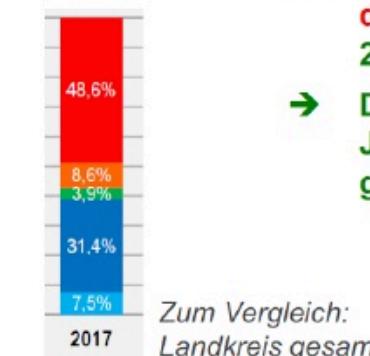
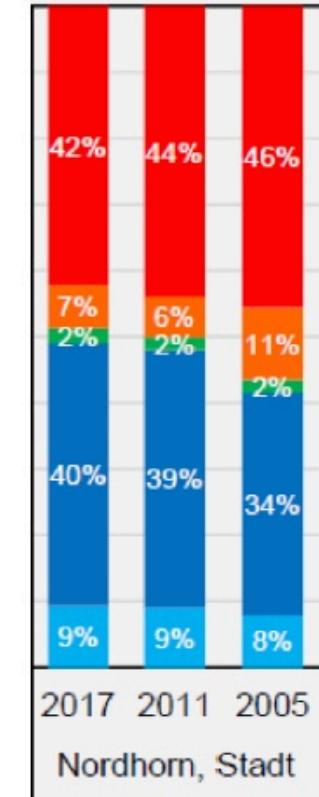


Quelle: Stadt Hameln (2018), Green City Plan

### Modal Split (Aufteilung der Verkehrsmittel nach Personen-Kilometern, MIV steht für motorisierten Individualverkehr)



Quelle: target GmbH (2020), Kommunalsteckbriefe.



- Nordhorn hat mit 51 % den höchsten Umweltverbundanteil aller Gemeinden im Landkreis. Dieser ist seit 2005 stets gestiegen.
- Der Radverkehr ist Treiber dieser Entwicklung. Er ist seit 2005 um 6 %-Punkte gestiegen.
- Der ÖPNV nimmt über die Jahre unverändert einen geringen Anteil von 2% ein.

Zum Vergleich:  
Landkreis gesamt

Quelle: Stadt Nordhorn (2018), Fahrradstadt Nordhorn.

