



# Befragung am Liepnitzsee

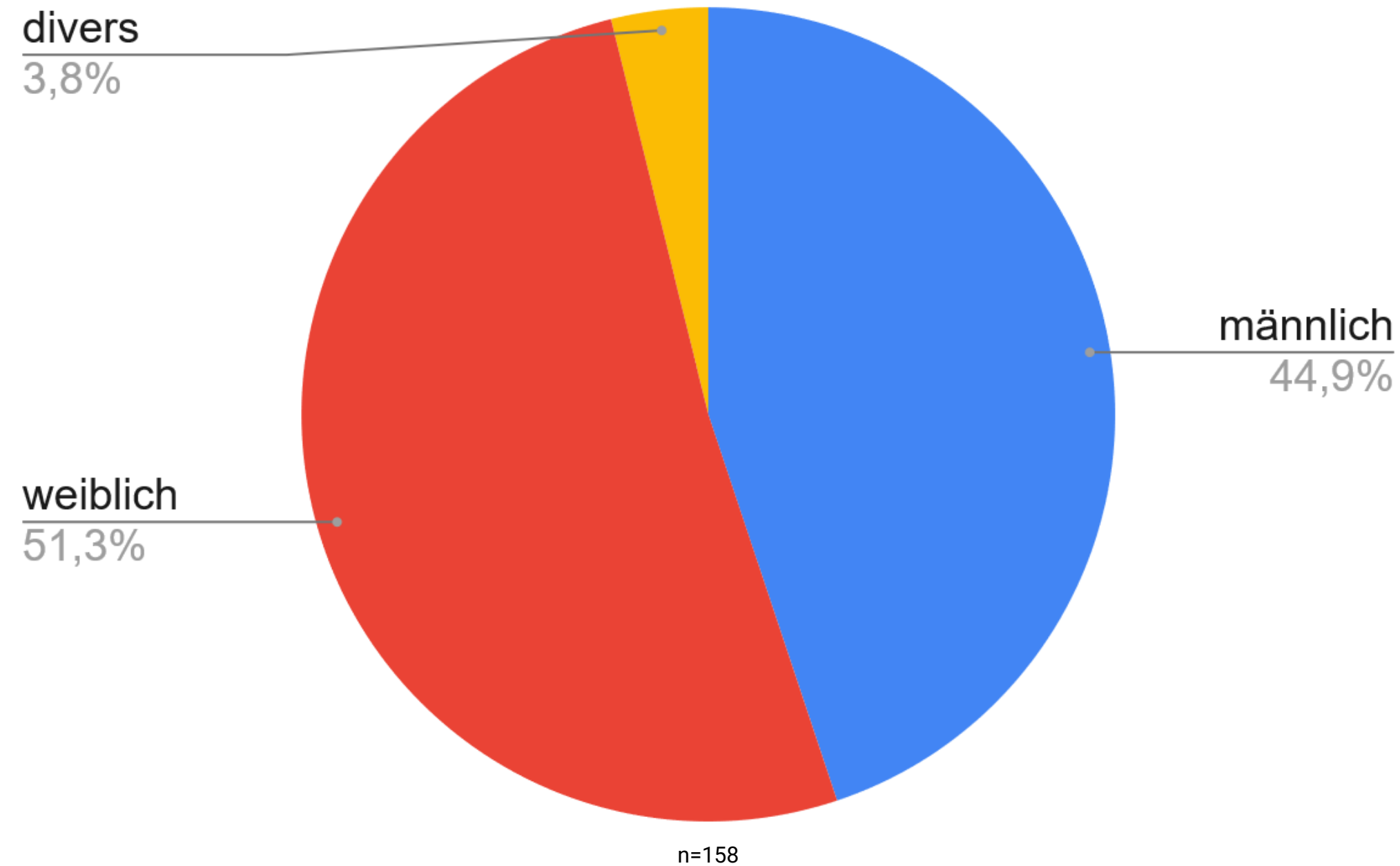
Sommer 2024

Der Liepnitzsee, idyllisch gelegen zwischen Wandlitz und Bernau bei Berlin, ist bekannt für sein klares Wasser, die reizvolle Natur und seine gute Erreichbarkeit durch das öffentliche Nahverkehrsnetz in unmittelbarer Nähe zur Hauptstadt. Besonders im Sommer zieht der See zahlreiche Gäste aus der Region und darüber hinaus an. Doch die steigende Besucherzahl bringt Herausforderungen mit sich: Die Natur leidet unter der Überlastung, abgesperrte Schutzbereiche werden betreten, und empfindliche Tierarten, wie brütende Vögel, werden gestört.

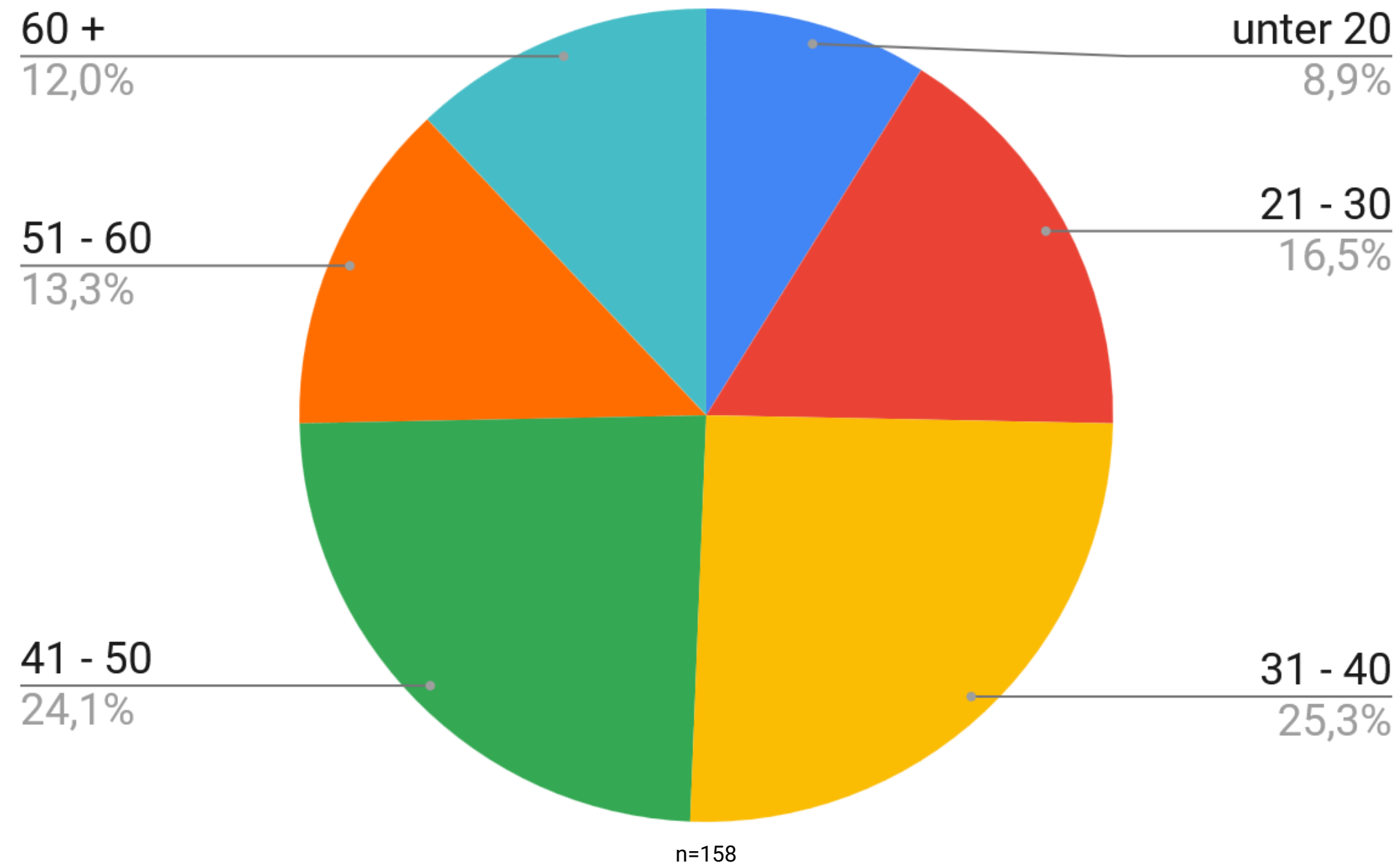
Diese Umfrage soll die Hintergründe des Besuchs am Liepnitzsee beleuchten, um eine bessere Besucherlenkung zu ermöglichen. Ziel ist es, die Natur zu schützen, die Belastung auf alternative Ausflugsziele zu verteilen und das Bewusstsein der Gäste für den Naturschutz zu stärken. Gleichzeitig möchten wir Einheimischen, die den See aufgrund des Andrangs im Sommer meiden, eine Erholung vor Ort wieder ermöglichen.

|                                 |                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Teilnehmer und Teilnehmerinnen: | 158                                                                                                                                                                              |
| Ort der Umfrage:                | Liepnitzsee (n=147) und Bahnhof Wandlitz (n=11)                                                                                                                                  |
| Methode:                        | persönliche Befragung vor Ort und auf Wunsch auch online Befragung,                                                                                                              |
| Dauer der Umfrage:              | 31.07. – 24.08.2024                                                                                                                                                              |
| Durchgeführt von:               | WITO Barnim GmbH mit Unterstützung des Tourismusverein Naturpark Barnim e.V.                                                                                                     |
| Erläuterung:                    | Mehrfachnennung bei ausgewählten Fragen sind gekennzeichnet mit MF.<br>Bei der Auswertung von Umfrageergebnissen kann es zu Abweichungen in der Anzahl der Befragten (n) kommen. |

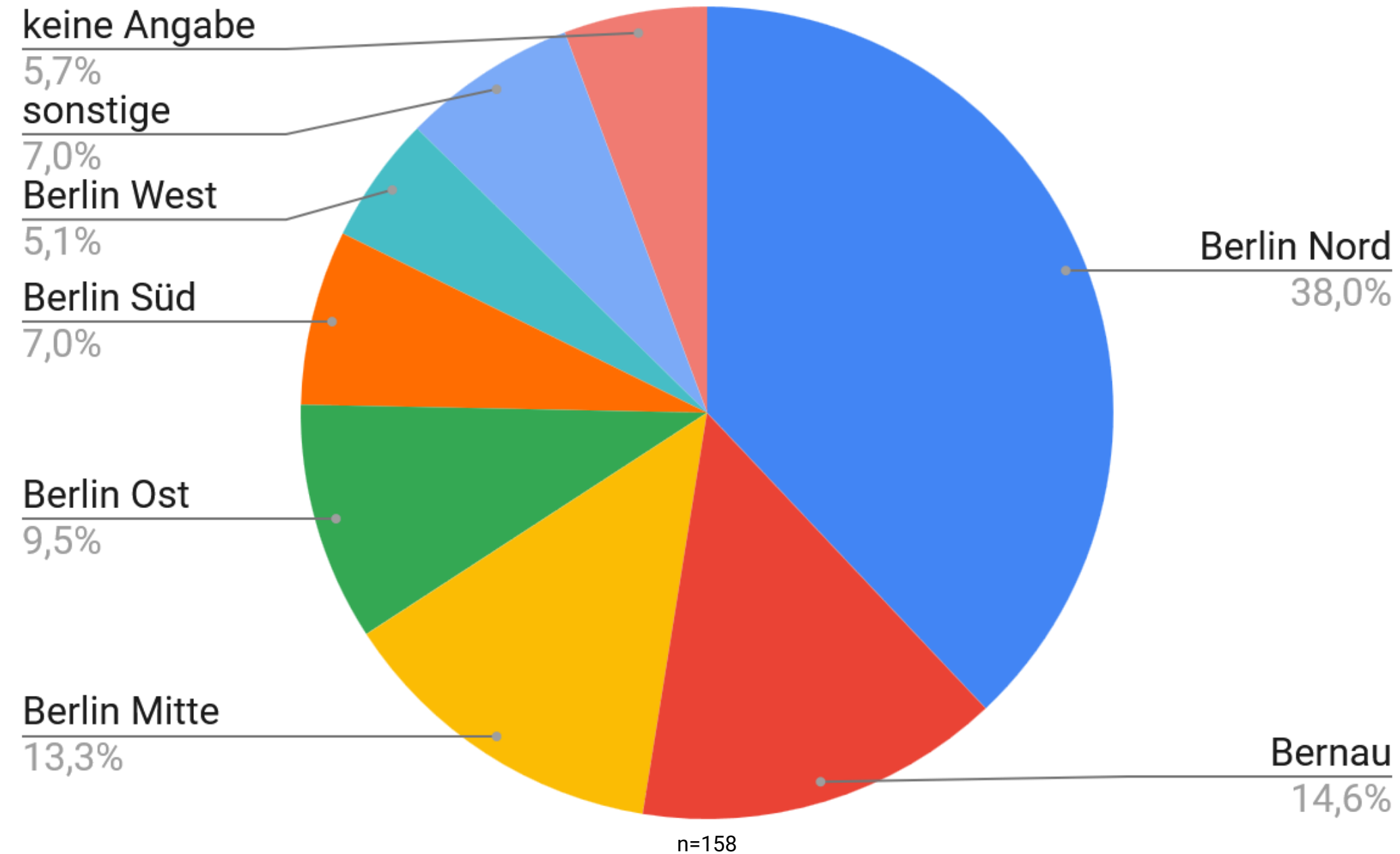
## Welches Geschlecht haben Sie?



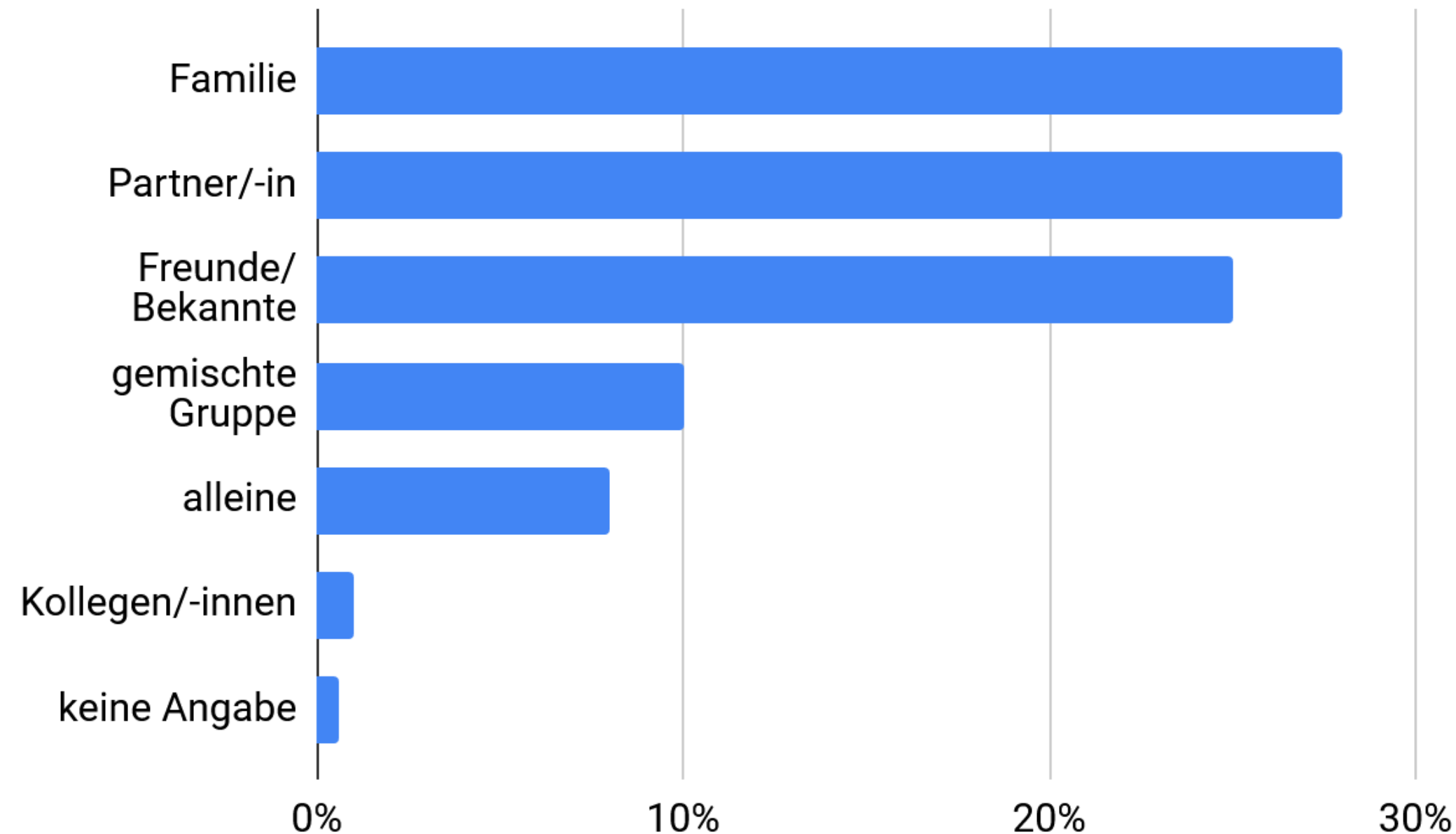
Die Mehrheit der Teilnehmenden war weiblich (51,3%). Der Anteil männlicher Befragter lag bei 44,9%, während 3,8% unter „divers“ fielen. Diese Ergebnisse zeigen eine ausgewogene Beteiligung, mit einer leichten Mehrheit weiblicher Personen.



Die größte Altersgruppe unter den Teilnehmern und Teilnehmerinnen war die der 31- bis 40-Jährigen mit 25,3% (n=40), dicht gefolgt von den 41- bis 50-Jährigen (24,1%, n=38). 16,5% (n=26) der Befragten waren zwischen 21 und 30 Jahre alt. 13,3% (n=21) gehörten zur Altersgruppe der 51- bis 60-Jährigen, während 12,0% (n=19) 61 Jahre oder älter waren. Die jüngste Gruppe unter 20 Jahren stellt mit 8,9% (n=14) den kleinsten Anteil dar.



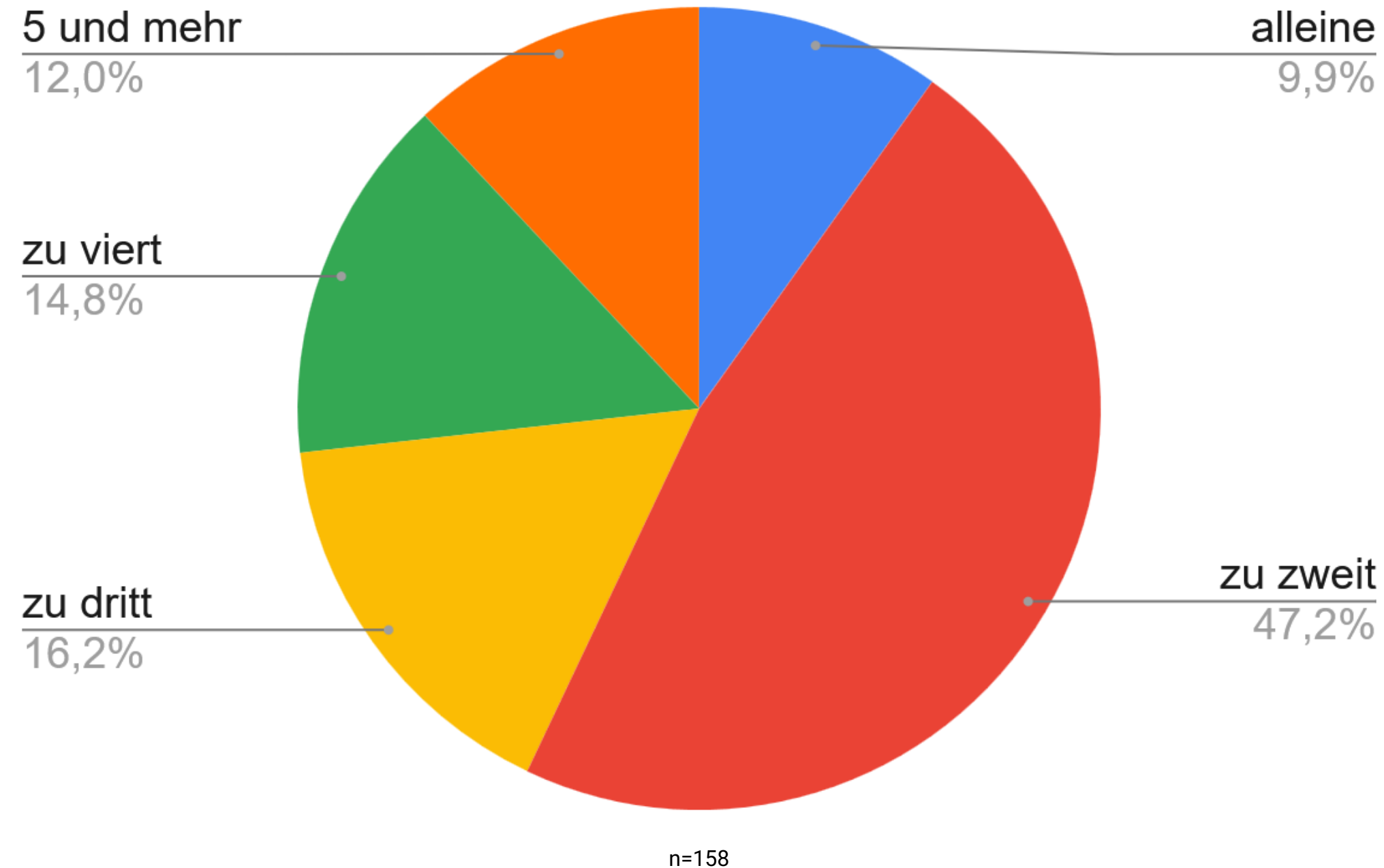
Der Großteil der Teilnehmenden stammte aus Berlin Nord (38%, n=60), gefolgt von Bernau (14,6%, n=23) und Berlin Mitte (13,3%, n=21). Weniger häufig vertreten waren Personen aus Berlin Ost (9,5%, n=15), Berlin Süd (7%, n=11) und Berlin West (5,1%, n=8). Weitere 7% (n=11) kamen beispielsweise aus Oranienburg, Bonn, Lüneburg, Göttingen oder auch aus Potsdam, während 5,7% (n=9) keine Angabe zu ihrer Herkunft gemacht hatten.



n=158; MF

Die meisten Teilnehmer und Teilnehmerinnen waren mit Familie (28,2%) oder mit ihrem Partner bzw. ihrer Partnerin (28,2%) unterwegs gewesen. 25,6% gaben an, mit Freunden oder Bekannten am See gewesen zu sein. In Form einer gemischten Gruppe (verschiedene Konstellationen von Teilnehmenden, die nicht ausschließlich einer festen Gruppe zuzuordnen waren) hielten sich 9% der Befragten vor Ort auf, während 7,7% alleine unterwegs gewesen waren. Nur 1,3% der Teilnehmer und Teilnehmerinnen waren mit Kollegen/-innen unterwegs gewesen.

## Mit wie vielen Leuten sind Sie unterwegs?



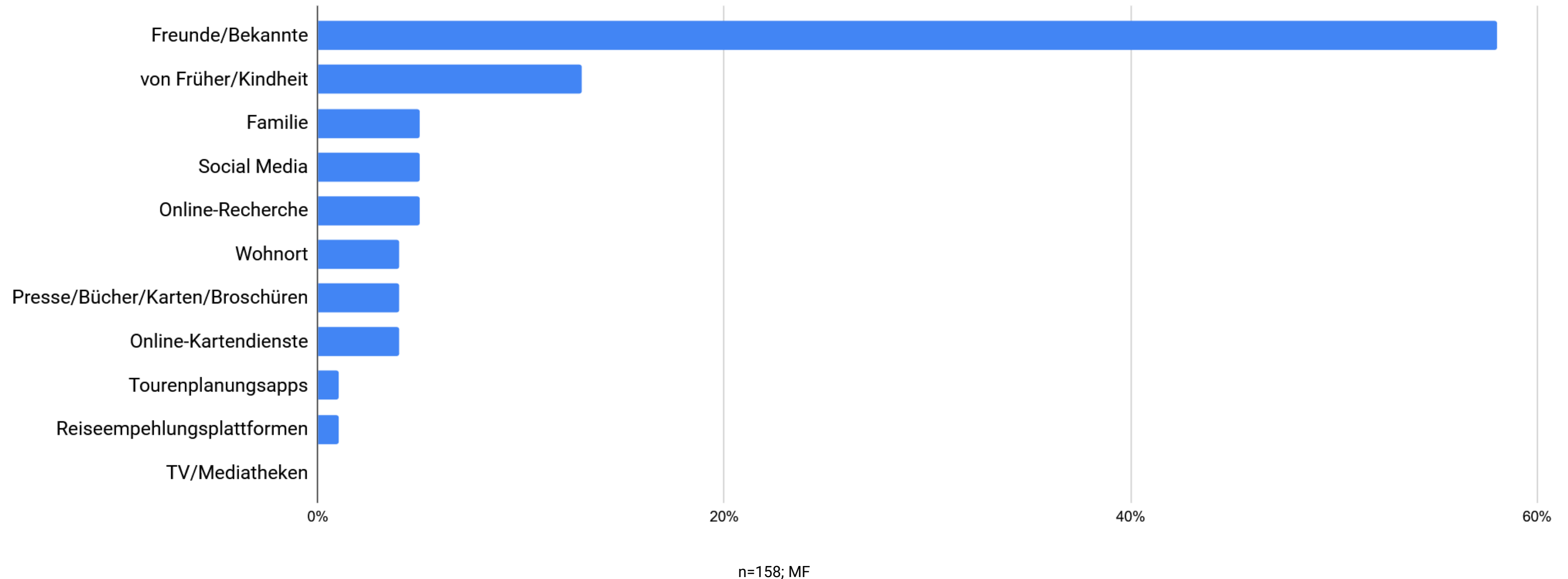
Die meisten Besucher und Besucherinnen waren zu zweit (47,2%) an den Liepnitzsee gekommen, gefolgt von Gruppen zu dritt mit 16,2%. 14,8% der Befragten hatten den See zu viert besucht, während 12% mit fünf oder mehr Personen vor Ort gewesen waren. Die kleinste Gruppe, 9,9%, hatte den See alleine besucht.

Die Befragten waren mehrheitlich weiblich (51,3%), die größte Altersgruppe stellten die 31- bis 50-Jährigen dar. Die meisten Besucher/-innen kamen aus dem Berliner Norden, gefolgt von Bernau und Berlin Mitte.

Am häufigsten wurde der Liepnitzsee mit der Familie oder dem Partner bzw. der Partnerin besucht – meist in kleinen Gruppen zu zweit oder zu dritt. Alleinreisende machten knapp 10% aus.

Fazit: Der Liepnitzsee zog vor allem Erwachsene mittleren Alters aus dem näheren Berliner Umland an, die bevorzugt in familiären oder partnerschaftlichen Konstellationen in kleinen Gruppen anreisten. Die Besucherschaft war insgesamt vielfältig, jedoch stark lokal geprägt.

# Woher kennen Sie den Liepnitzsee?



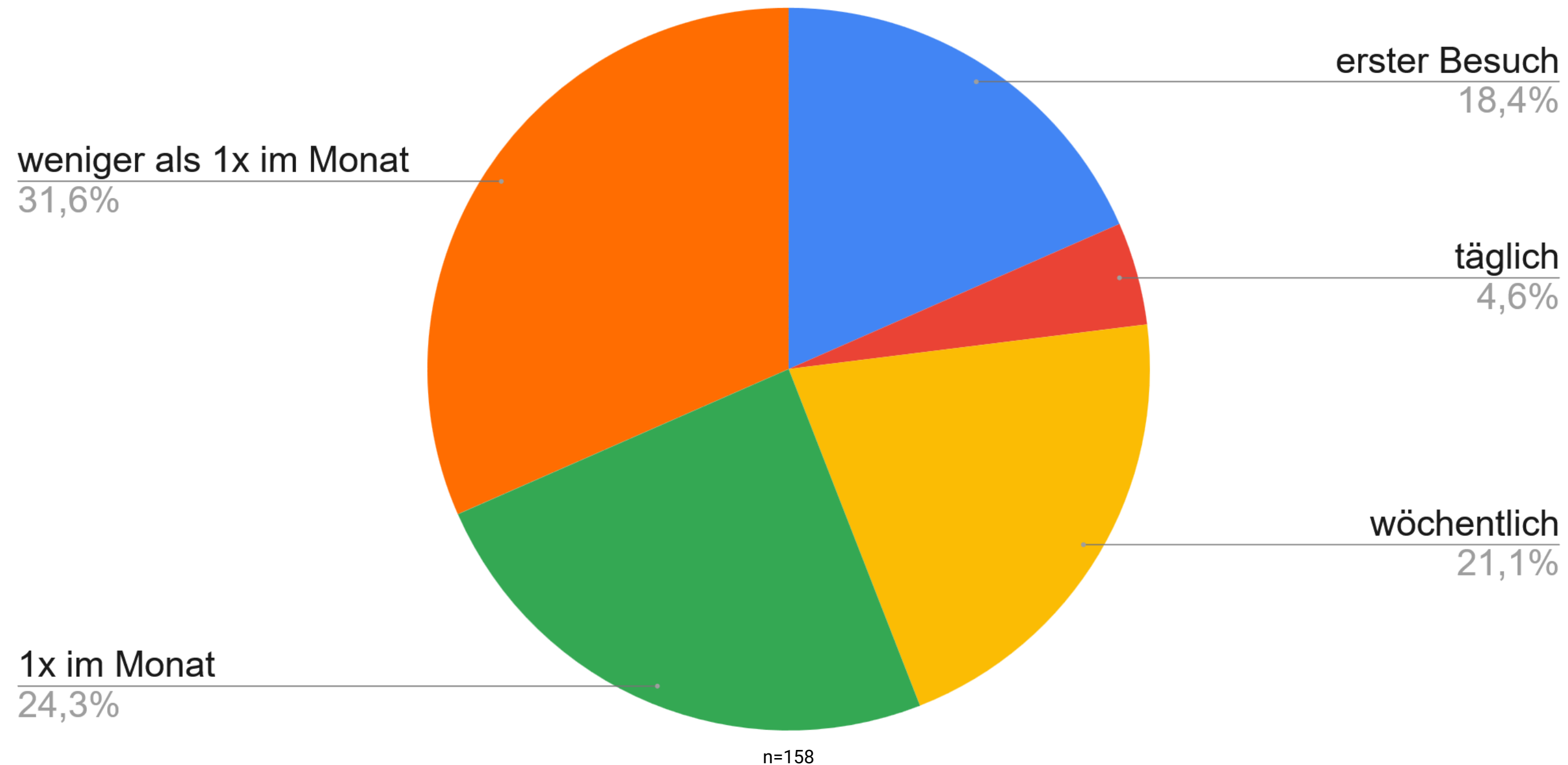
Die meisten Befragten (58%) kannten den Liepnitzsee durch Freunde oder Bekannte. 13% gaben an, ihn bereits aus ihrer Kindheit oder von früheren Besuchen zu kennen. Familie, Social Media und Online-Recherche wurden jeweils von 5% der Teilnehmenden als Quelle genannt. 4% erfuhren vom See durch ihren Wohnort, Presse/Bücher/Karten/Broschüren oder Online-Kartendienste. Tourenplanungs-Apps und Reiseempfehlungsplattformen wurden jeweils von 1% der Befragten genutzt. TV oder Mediatheken wurden nicht als Quelle angegeben (0%).

# Wie häufig besuchen Sie den Liepnitzsee in der Hauptsaison?

(Juni bis September)



**BARnimer Land**  
tourismus



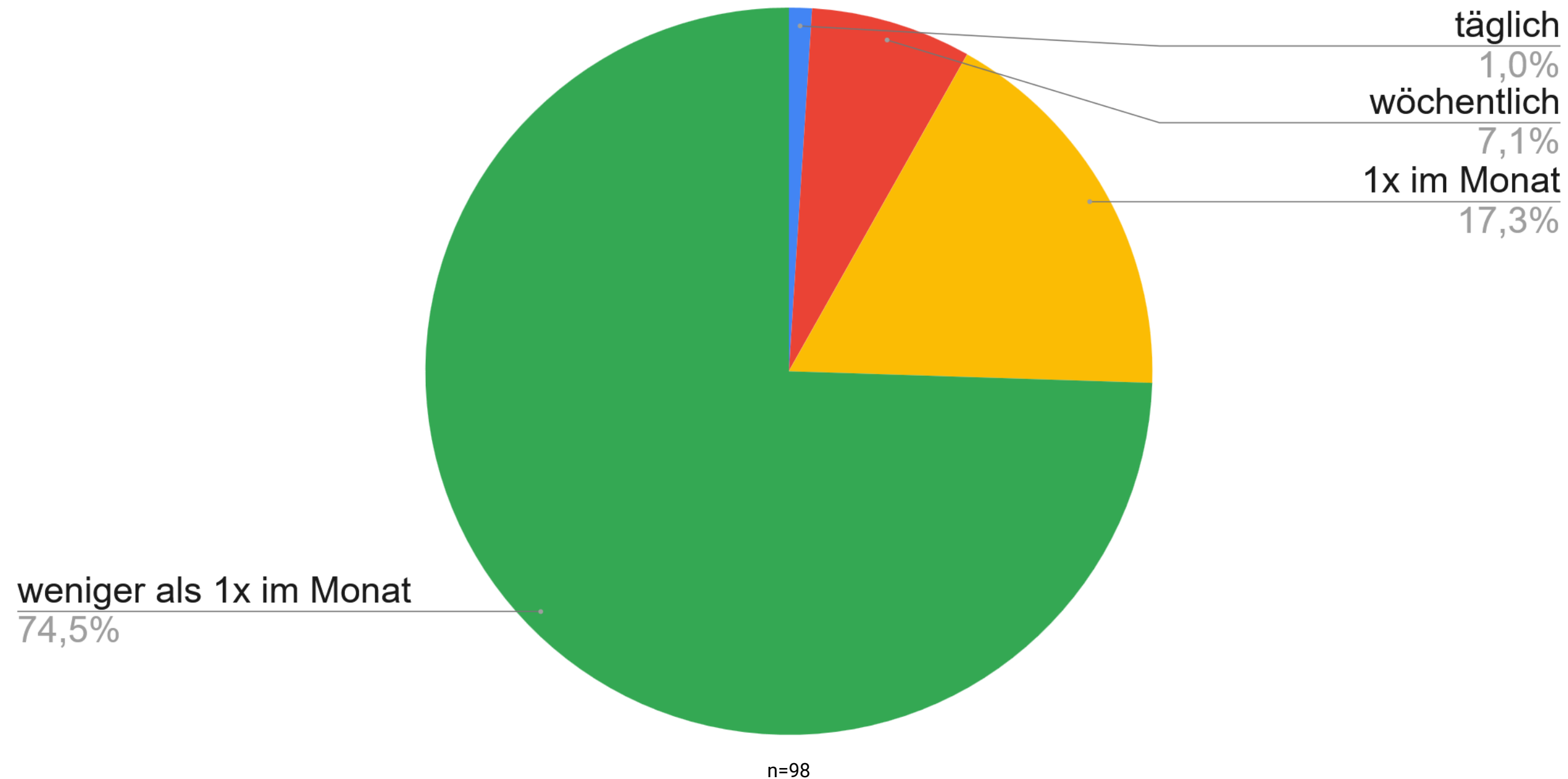
Die meisten Teilnehmer/-innen besuchten den Liepnitzsee in der Hauptsaison (Juni bis September) weniger als einmal im Monat (31,6%). 24,3% kamen etwa einmal im Monat, während 21,1% den See wöchentlich aufsuchten. 4,6% waren täglich am Liepnitzsee, und 18,4% der Befragten gaben an, dass es ihr erster Besuch gewesen sei.

## Wie häufig besuchen Sie den Liepnitzsee in der Nebensaison?

(Oktober bis Mai)

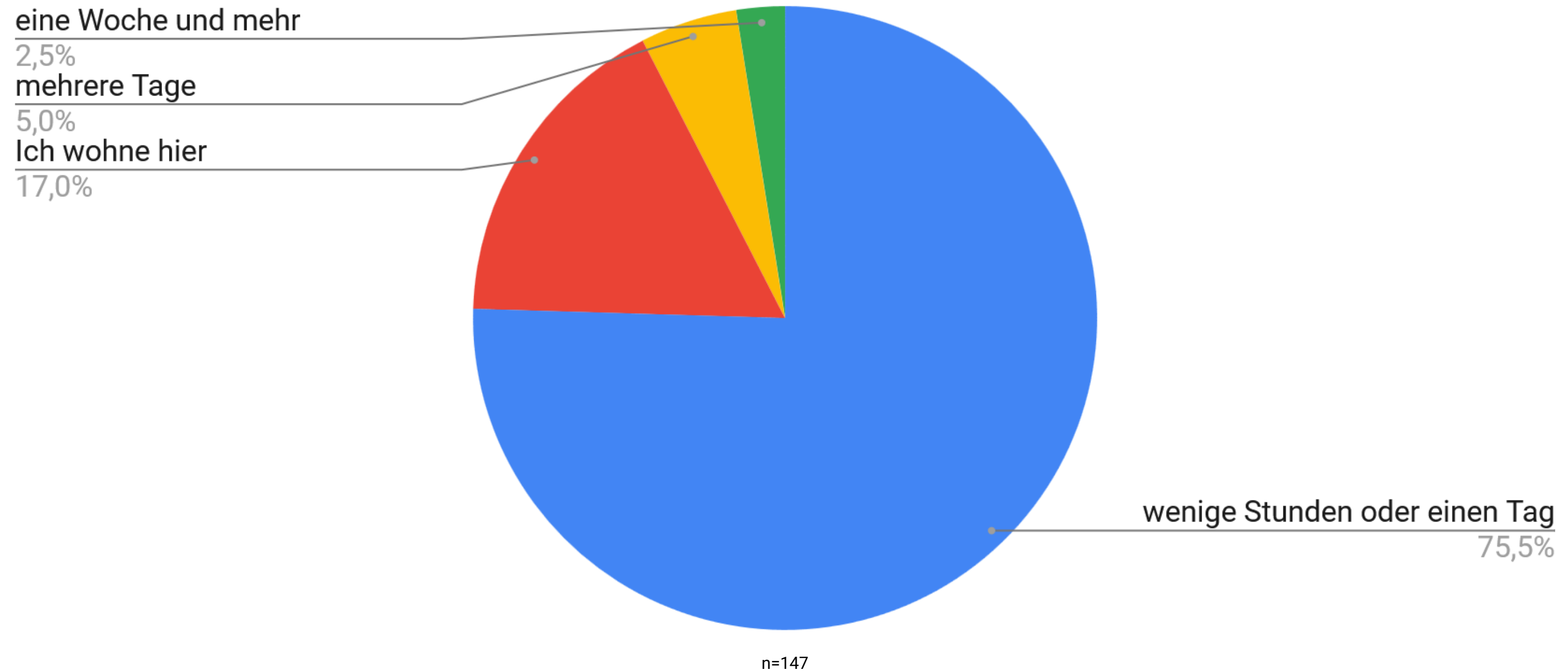


**BARnimer Land**  
tourismus



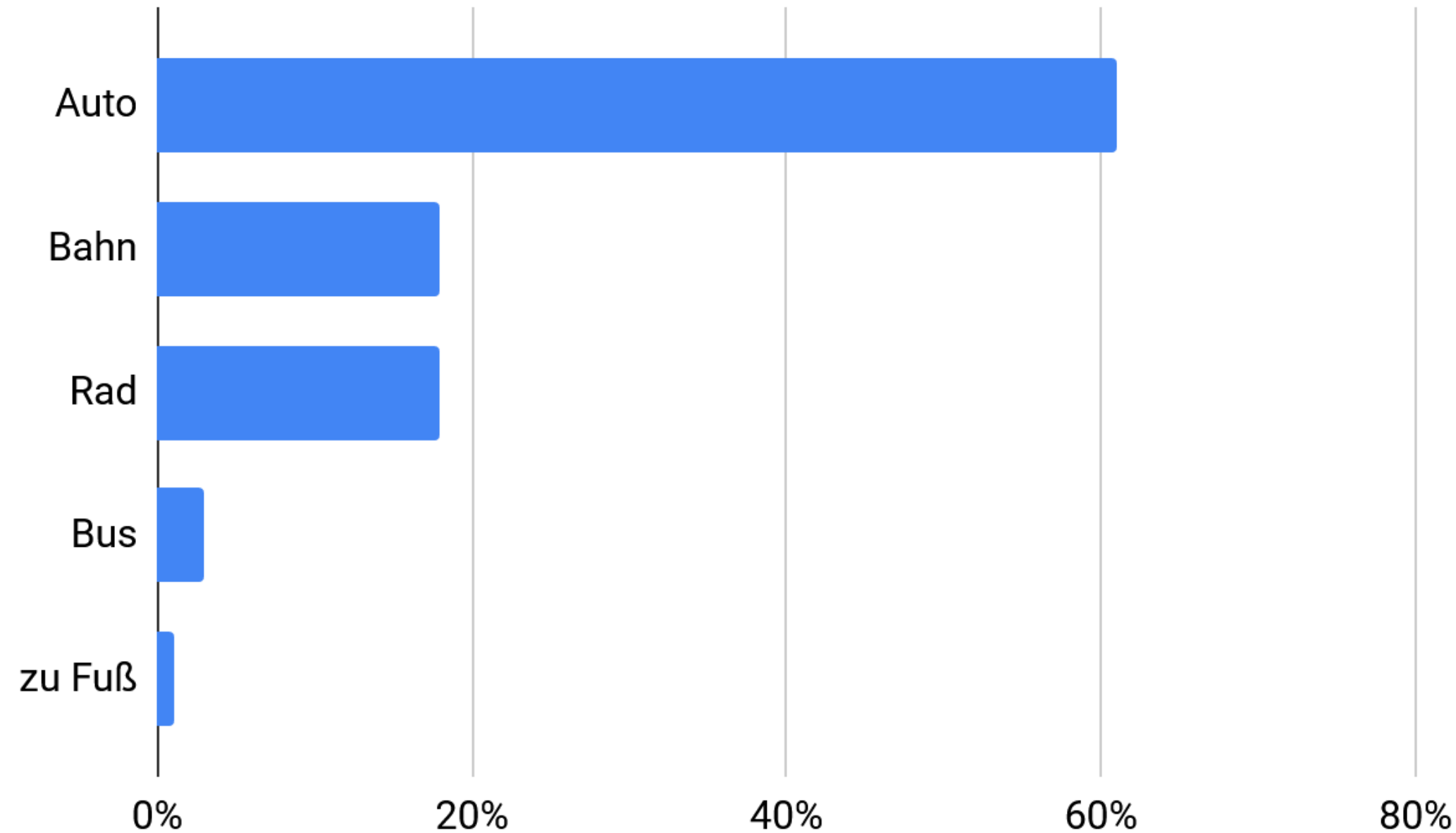
In der Nebensaison (Oktober bis Mai) besuchten nur wenige Teilnehmer/-innen den Liepnitzsee täglich (1%). Ein etwas größerer Anteil kam wöchentlich (7%), während 17% angaben, den See einmal im Monat zu besuchen. Die Mehrheit der Befragten (73%) gab an, den See seltener als einmal pro Monat aufzusuchen. Zu beachten ist, dass von allen Teilnehmenden (n=158) lediglich 62% diese Frage beantwortet hatten, während der Rest den See ausschließlich in der Hauptsaison besuchte.

## Wie lange planen Sie in der Region zu bleiben?



Die Mehrheit der Befragten (75,5%) gab an, nur wenige Stunden oder einen Tag in der Region zu verbringen. 17% der Teilnehmer/-innen wohnen dauerhaft in der Region, während 5% mehrere Tage blieben und 2,5% hier eine Woche oder länger blieben.

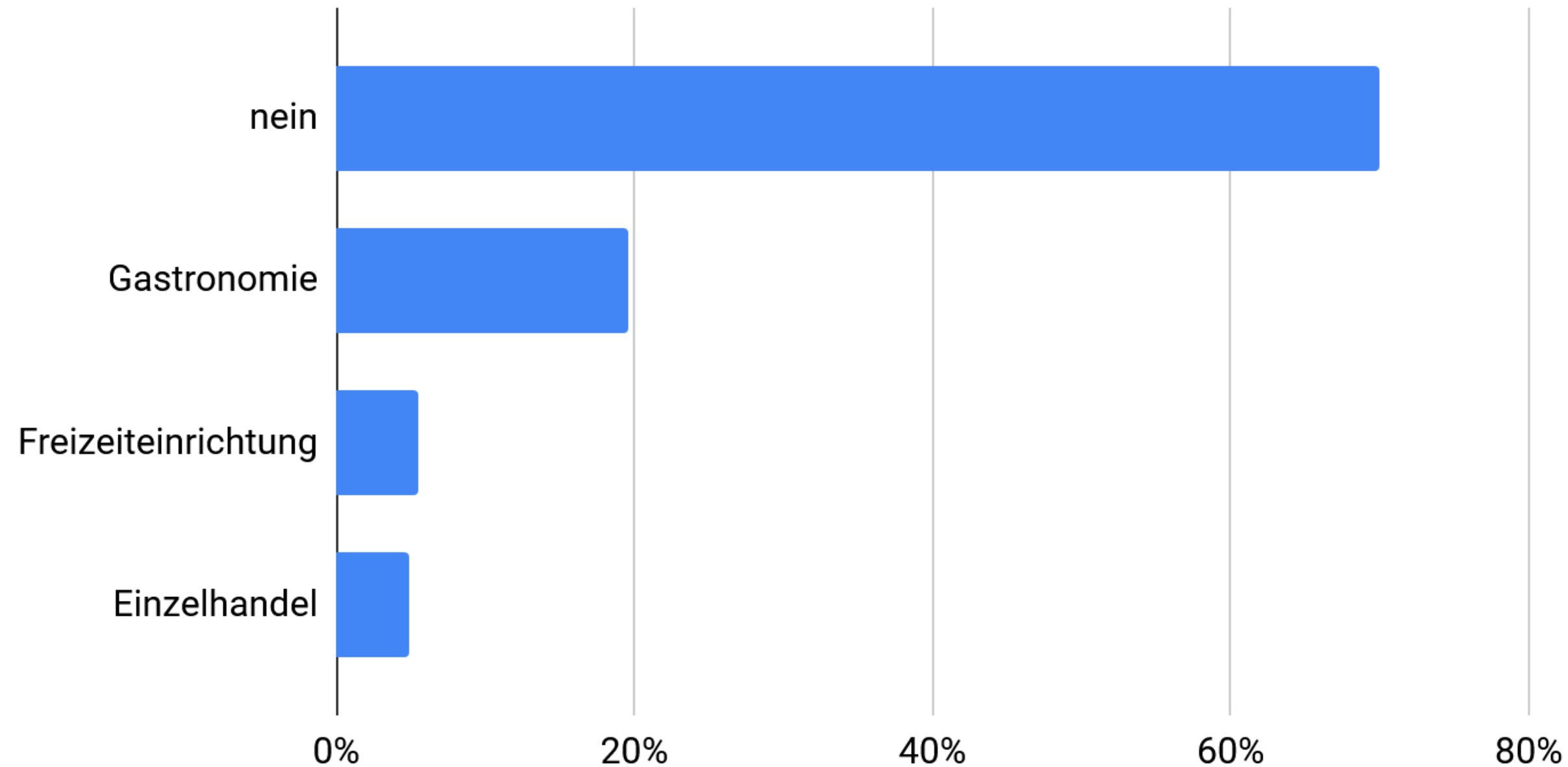
## Wie sind Sie heute angereist?



n=158 ; MF

Die meisten Befragten (61%) waren mit dem Auto zum Liepnitzsee angereist. 18% der Teilnehmer/-innen hatten den See mit der Bahn erreicht, 18% mit dem Fahrrad. Nur 3% reisten mit dem Bus an, und 1% der Personen gab an, zu Fuß gekommen zu sein. Einige Befragte gaben an, eine Kombination (MF) von Verkehrsmitteln genutzt zu haben, etwa mit dem Fahrrad zur Bahn zu fahren und dann einen Teil der Strecke mit der Bahn zurückzulegen, bevor sie den See mit dem Rad erreichten.

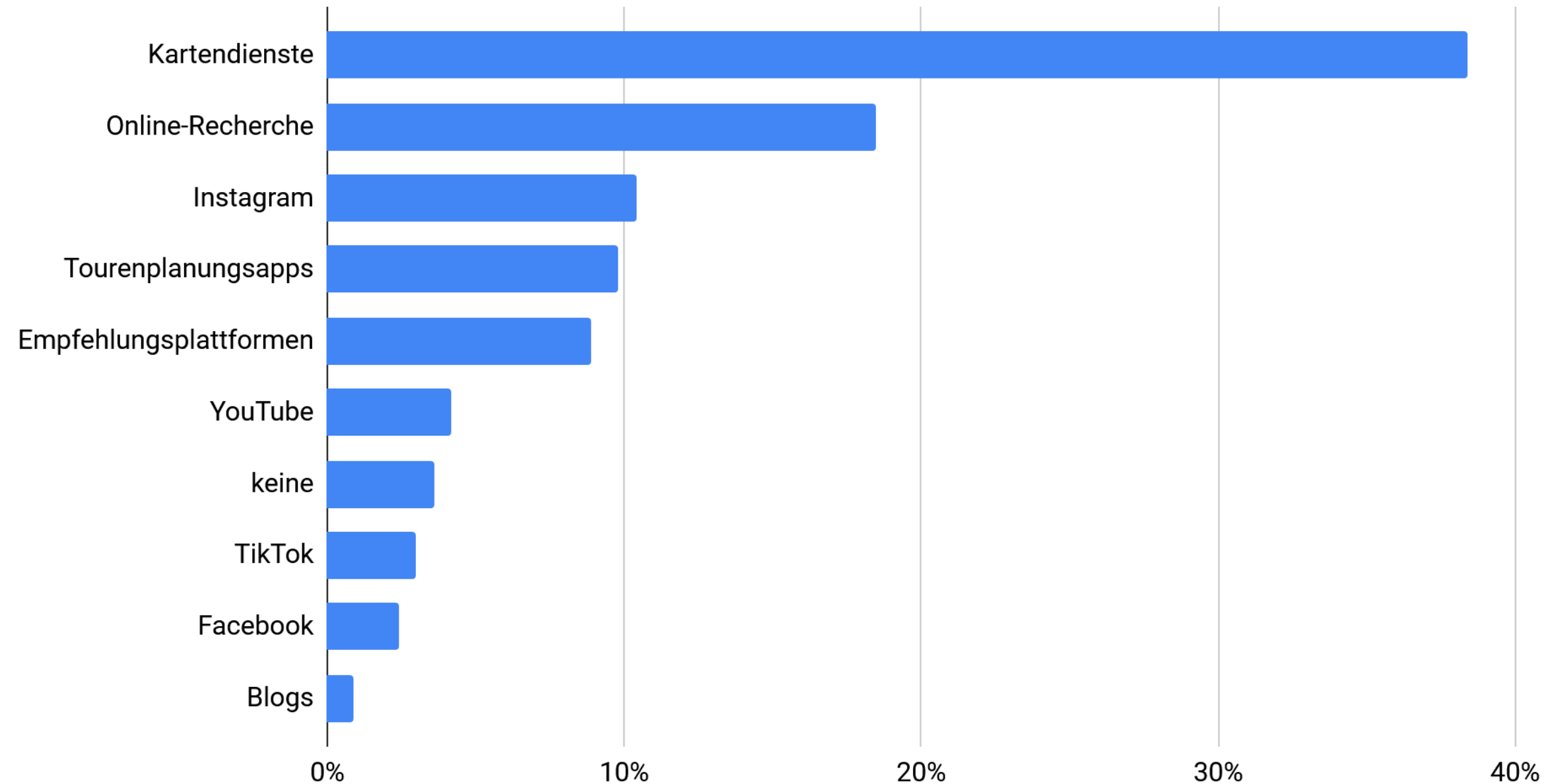
## Wollen Sie weitere (touristische) Einrichtungen besuchen?



n=158 ; MF

Die Mehrheit der Teilnehmer/-innen plante, keine weiteren (touristischen) Einrichtungen zu besuchen (69,9%). 19,6% hatten Interesse an der Gastronomie, während 5,5% Freizeiteinrichtungen besuchen wollten. Nur 4,9% gaben an, Einzelhandelsgeschäfte zu besuchen.

# Welche digitalen Tools nutzen Sie hauptsächlich zur Reiseplanung?



n=158; MF

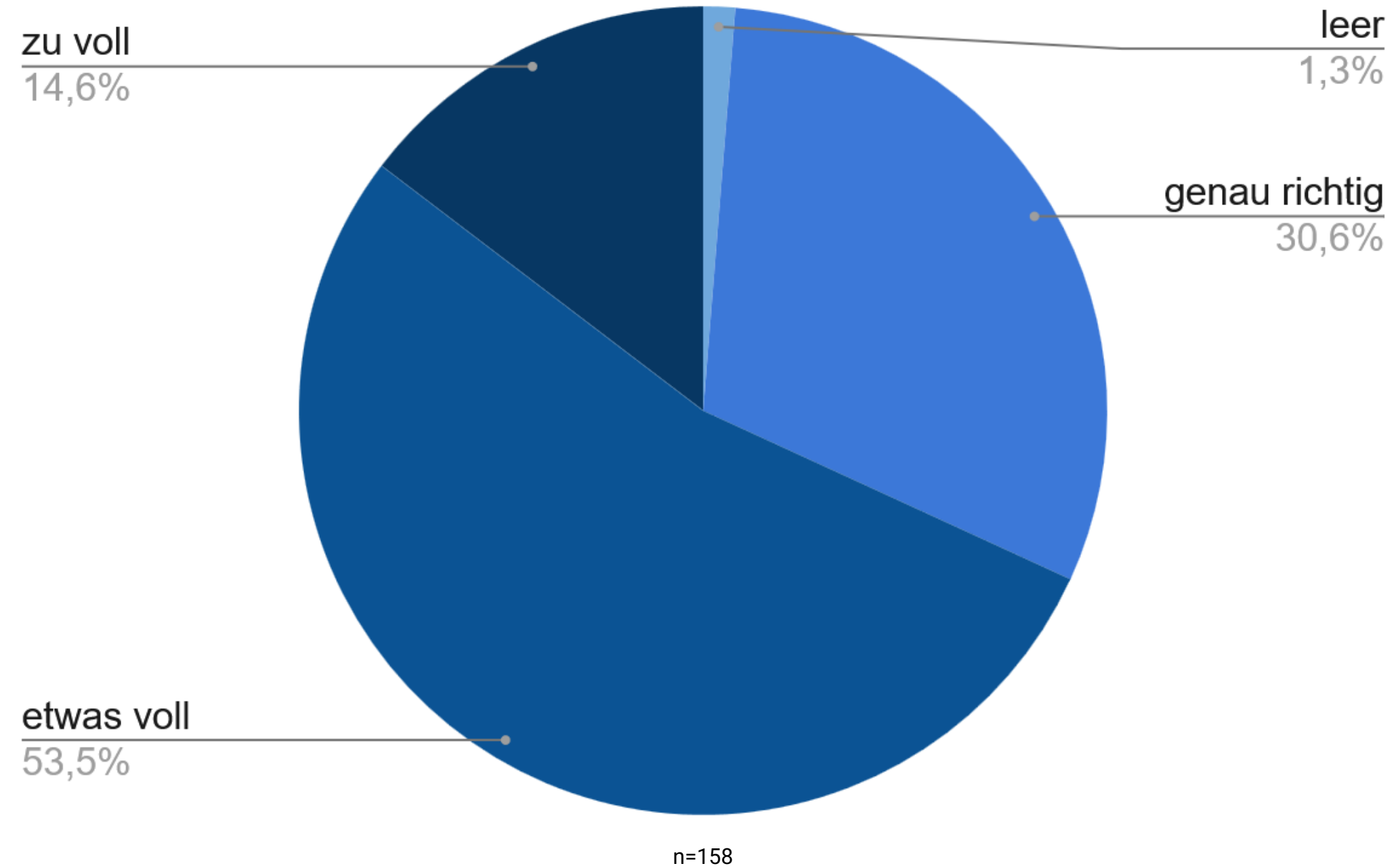
Die meisten Teilnehmer/-innen nutzten Kartendienste zur Reiseplanung (38,4%). 18,5% setzten auf Online-Recherche, während 10,4% Instagram als Hauptquelle nutzten. 9,8% bevorzugten Tourenplanungsapps, und 8,9% griffen auf Empfehlungsplattformen zurück. Weitere genutzte Tools waren YouTube (4,2%), TikTok (3%) und Facebook (2,4%). 3,6% gaben an, keine digitalen Tools verwendet zu haben, während 0,9% Blogs zur Reiseplanung nutzten.

Die Mehrheit der Befragten kannte den Liepnitzsee durch persönliche Empfehlungen von Freunden oder Bekannten. Die meisten besuchten den See eher unregelmäßig in der Hauptsaison, vor allem für Tagesausflüge. In der Nebensaison nahm die Besuchsfrequenz deutlich ab. Nur eine Minderheit blieb länger als einen Tag oder war dauerhaft in der Region ansässig.

Der Großteil reiste mit dem Auto an. Öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad spielten eine deutlich geringere Rolle. Touristische Einrichtungen wurden kaum besucht – das Hauptinteresse galt dem Naturerlebnis selbst. Für die Planung nutzten die meisten digitale Kartendienste oder Online-Recherche, während soziale Medien wie Instagram eine ergänzende Rolle spielten.

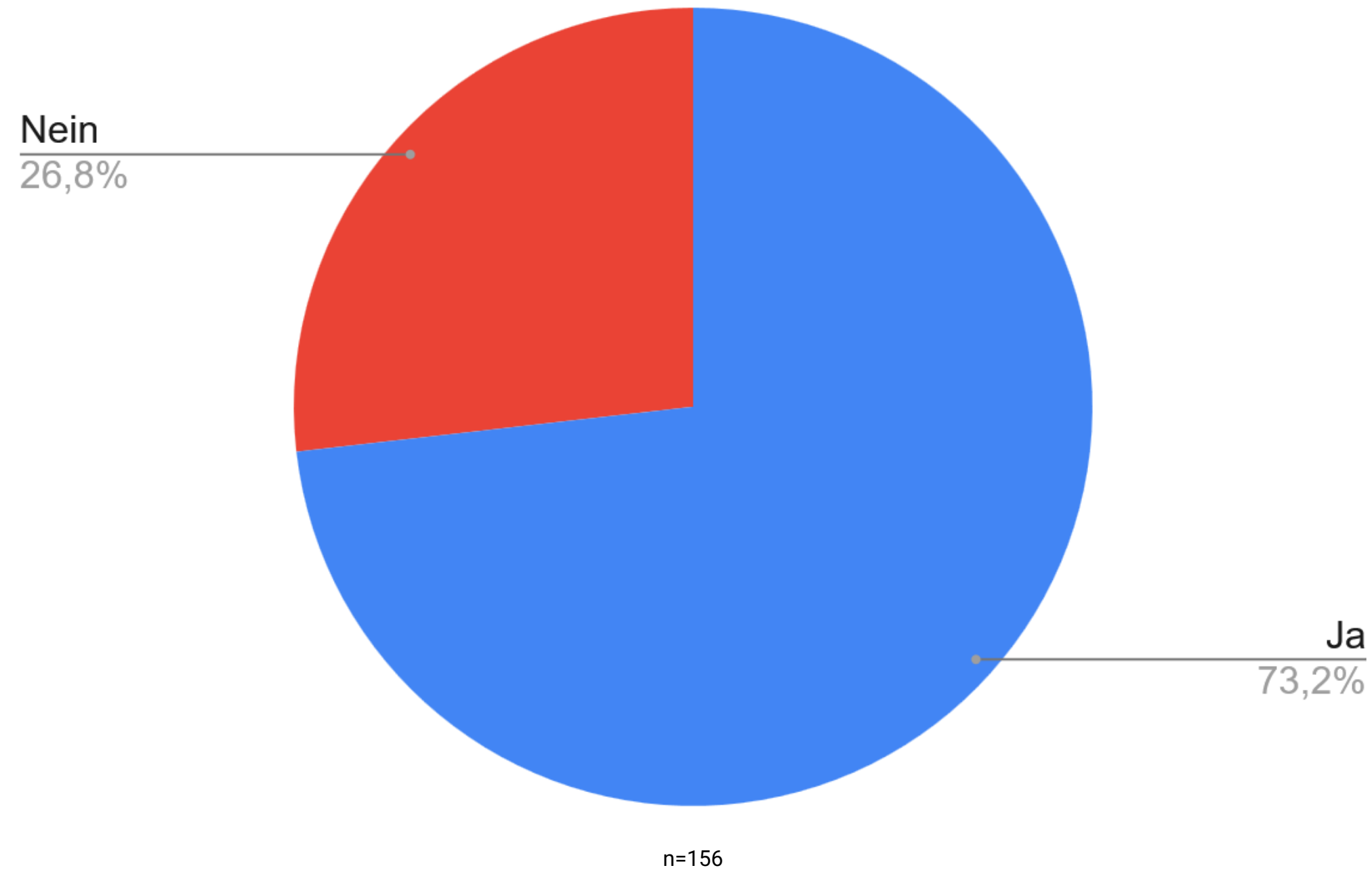
Fazit: Der Liepnitzsee war vor allem ein Ziel für Tagesausflüge in der Hauptsaison, das überwiegend über persönliche Empfehlungen bekannt wurde. Die Anreise erfolgte meist individuell per Auto, was auf eine gewisse Abgeschlossenheit und eingeschränkte ÖPNV-Nutzung hindeutete. Touristische Zusatzangebote spielten eine untergeordnete Rolle – das Naturerlebnis stand klar im Fokus.

## Wie empfinden Sie die Auslastung des Sees?



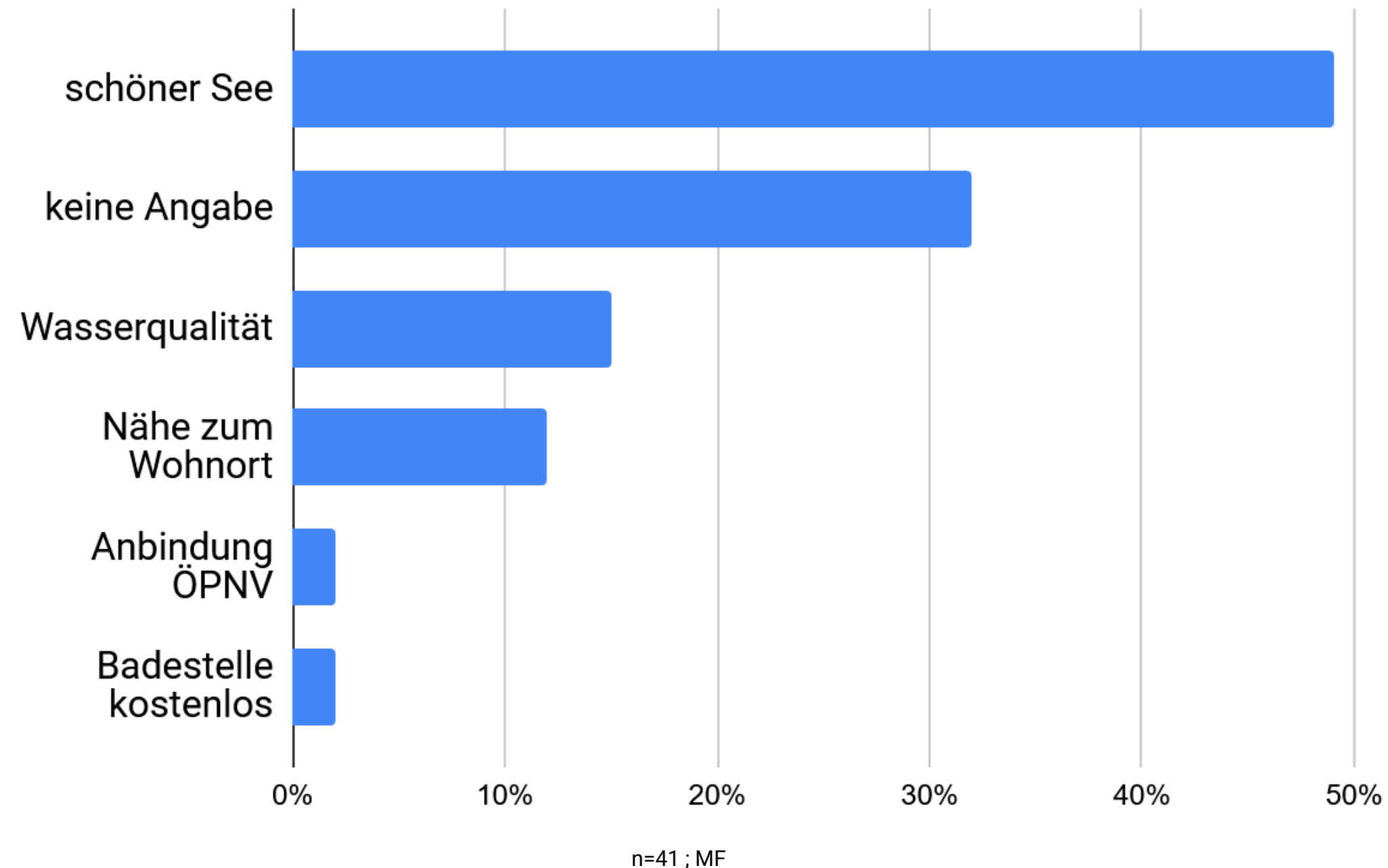
Die Mehrheit der Teilnehmer/-innen empfand den See/Badebereich als etwas voll (53,5%). Für 30,6% war die Auslastung genau richtig, während 14,6% den Bereich als zu voll empfanden. Nur 1,3% der Befragten fanden den See/Badebereich leer.

## Wären Sie offen dafür, auf andere Badestellen in der Region auszuweichen?



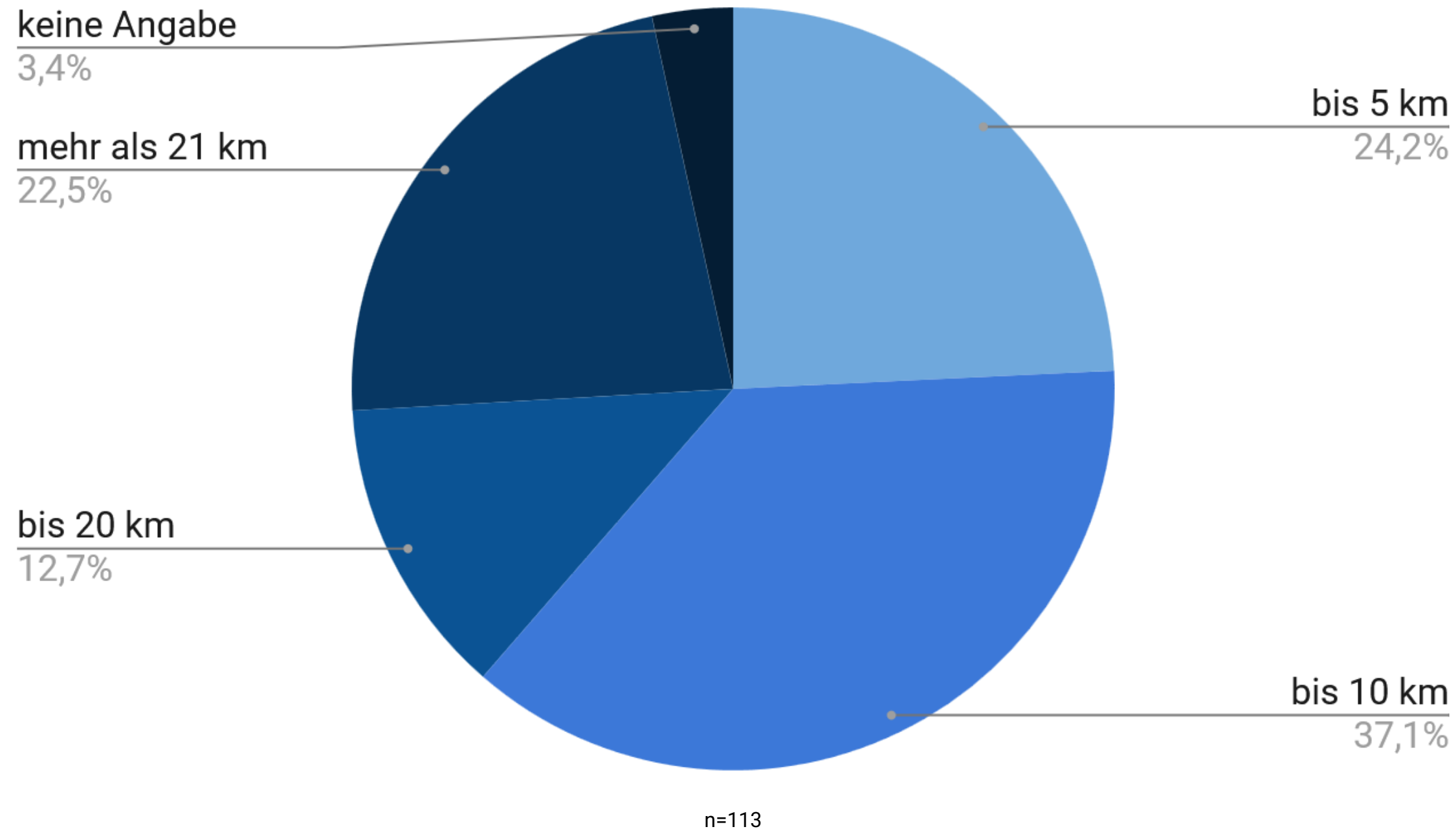
Die Mehrheit der Teilnehmer/-innen wäre offen, auf andere Badestellen in der Region auszuweichen (73,2%). 26,8% zeigten sich nicht bereit, eine Alternative nutzen zu wollen.

## Welche Gründe haben Sie, nicht auf eine andere Badestelle in der Region auszuweichen?



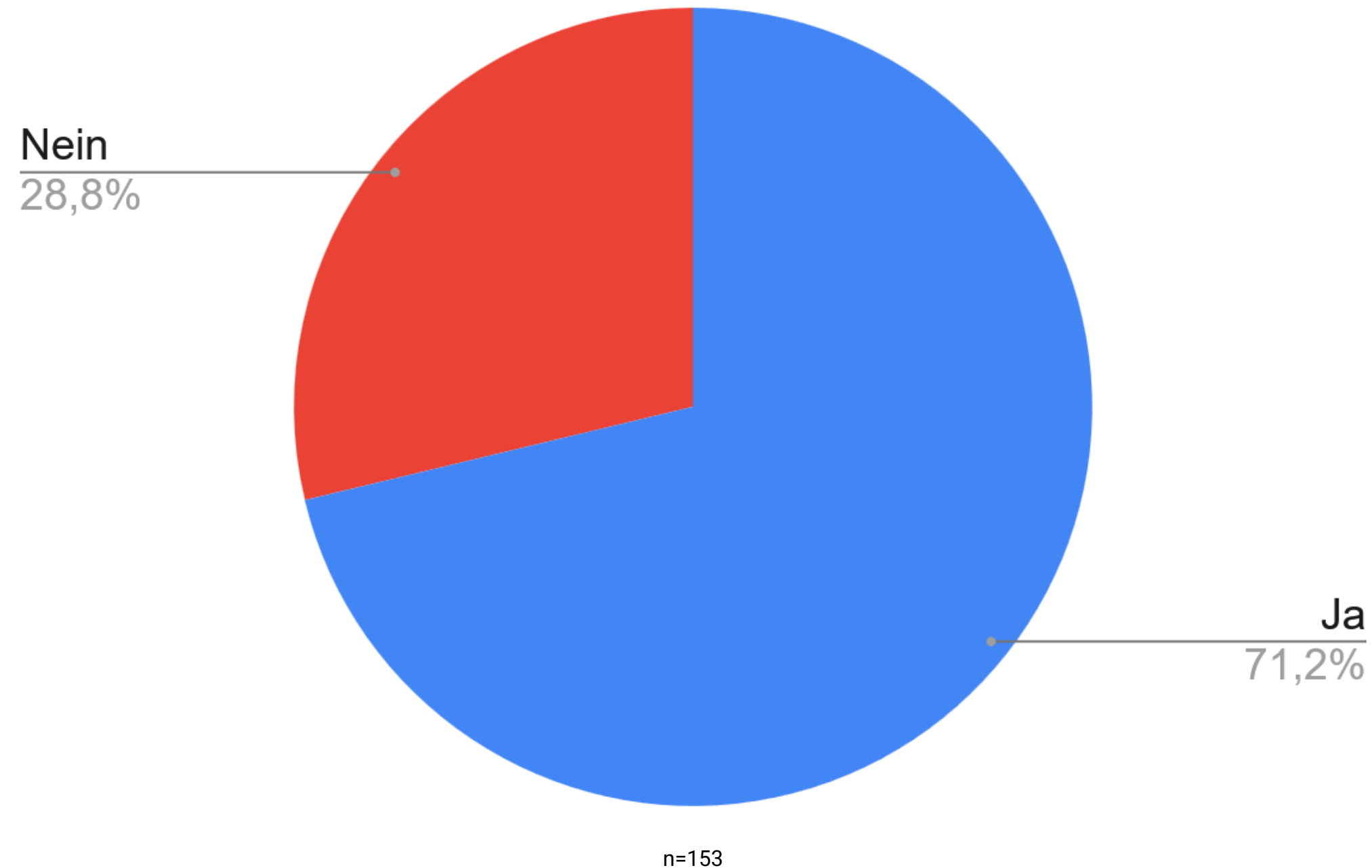
Die meisten Befragten, die in der vorherigen Frage mit „Nein“ geantwortet hatten (n=41), gaben an, dass der schöne See der wichtigste Grund war, nicht auf eine andere Badestelle auszuweichen (49%). 32% machten hierzu keine Angabe. Die Wasserqualität wurde von 15% als entscheidender Faktor genannt, während für 12% die Nähe zum Wohnort ausschlaggebend war. Eine gute Anbindung an den ÖPNV und dass die Badestelle kostenlos war, wurden jeweils nur von 2% als Gründe genannt, warum sie nicht auf eine andere Badestelle ausweichen wollten.

## In welchem km-Radius wären Sie für Alternativvorschläge offen?



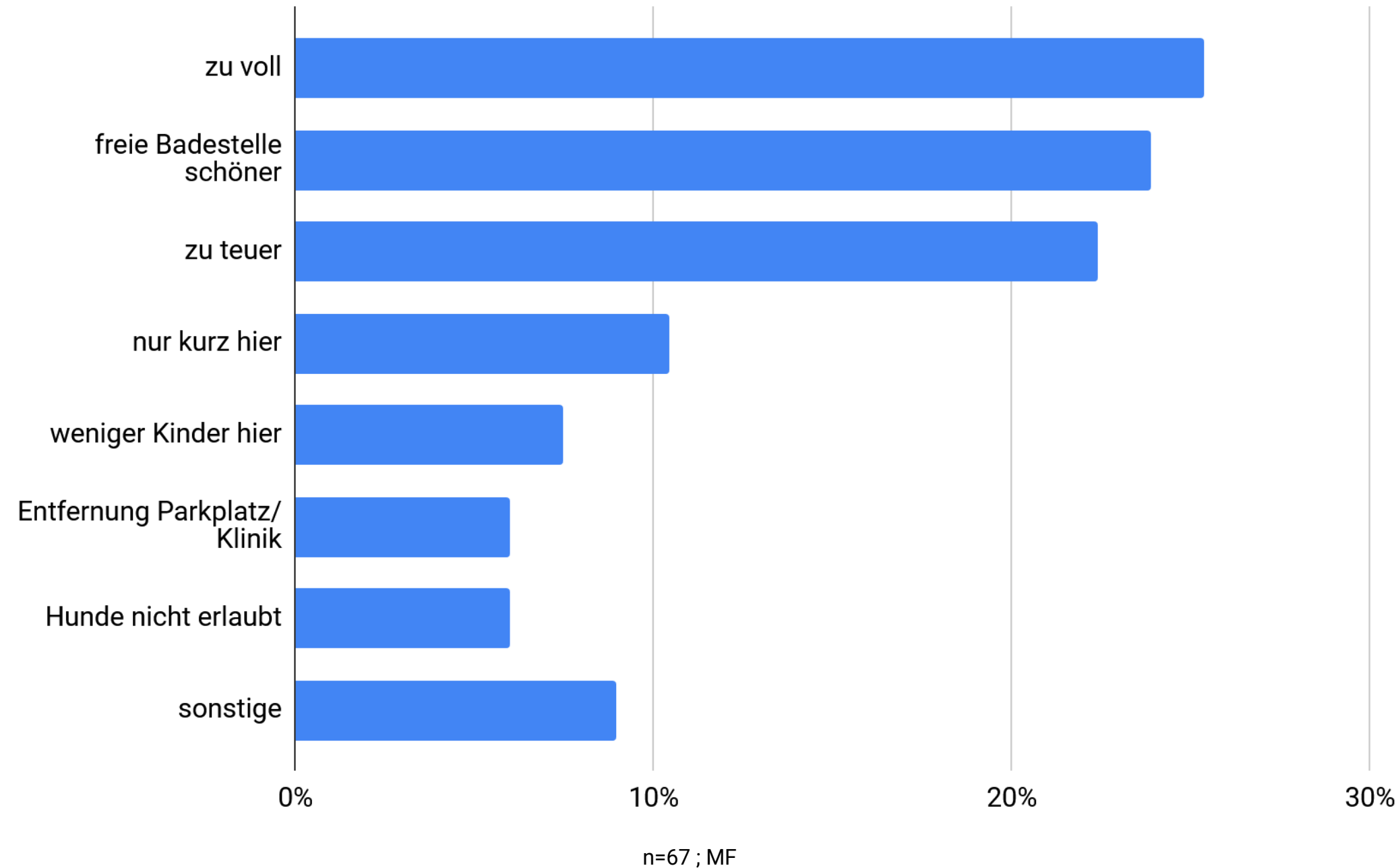
Die meisten Befragten, die die Frage „Wären Sie offen, auf andere Badestellen in der Region auszuweichen?“ mit „Ja“ geantwortet hatten (insgesamt 113 Personen), bevorzugten eine Badestelle im Umkreis von bis zu 10 km, mit 37%. Etwa 24% würden eine Badestelle im Umkreis von bis zu 5 km wählen. 23% wären sogar bereit, mehr als 21 km zu fahren, während 13% eine Badestelle bis zu 20 km entfernt in Betracht gezogen hätten. 4% der Befragten machten keine Angabe zu dieser Frage.

## Kennen Sie das öffentliche Waldbad am Liepnitzsee oder das Strandbad Wandlitz?



Die Mehrheit der Teilnehmer/-innen kannte das öffentliche Waldbad am Liepnitzsee oder das Strandbad Wandlitz (71,2%). 28,8% der Befragten gaben jedoch an, mit diesen Bädern nicht vertraut zu sein.

# Warum nutzen Sie das Waldbad Liepnitzsee nicht?



Die Hauptgründe, warum Befragte das Waldbad Liepnitzsee nicht nutzten, waren, dass das Waldbad als zu voll empfunden wurde (25%) und sie die freie Badestelle als schöner wahrnahmen (24%). 22% gaben an, dass der Eintritt zu teuer sei, während 10% nur kurz vor Ort waren. Weitere Gründe umfassten eine geringere Zahl an Kindern (7%) an der freien Badestelle, die Entfernung zum Parkplatz oder zur Klinik (6%) sowie das Verbot von Hunden (6%) im Waldbad. 9% der Befragten nannten „sonstige“ Gründe, wie unzureichende Beschilderung, Lärm, die Nichtnutzbarkeit mit Stand-Up-Paddle-Boards und ein schlechtes Imbissangebot.

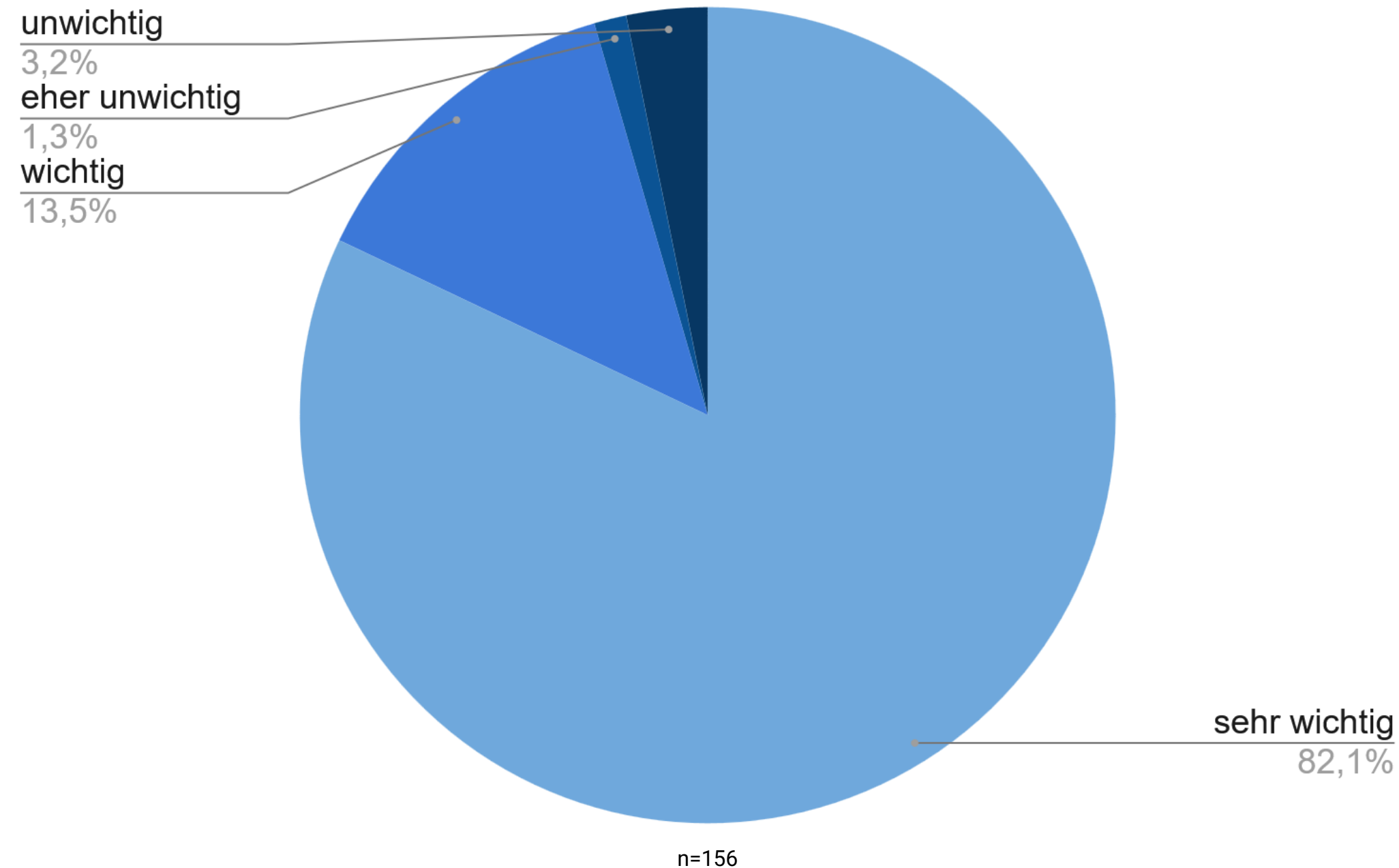
Die Mehrheit der Befragten empfand den Liepnitzsee bzw. den Badebereich als etwas voll (53,5%), rund 15% empfanden ihn sogar als zu voll. Trotzdem war ein Großteil der Besucher/-innen (73,2%) grundsätzlich offen dafür, auf alternative Badestellen in der Region auszuweichen. Bevorzugt wurden dabei Alternativen im Umkreis von bis zu 10 km (37%) oder bis 5 km (24%). Etwa ein Viertel (23%) wäre sogar bereit, eine weitere Anreise von über 21 km in Kauf zu nehmen.

Diejenigen, die keine Alternative in Betracht ziehen wollten, begründeten dies hauptsächlich mit der besonderen Attraktivität des Liepnitzsees (49%) und der guten Wasserqualität (15%). Auch die Nähe zum Wohnort spielte für einige eine Rolle (12%).

Etwa 71% der Befragten kannten das Waldbad am Liepnitzsee oder das Strandbad Wandlitz. Gründe gegen einen Besuch des Waldbads waren u. a. die empfundene Überfüllung (25%), die schönere freie Badestelle (24%) sowie der Eintrittspreis (22%). Weitere Kritikpunkte betrafen die Entfernung vom Parkplatz, das Hundeverbot, Lärm oder ein unzureichendes Imbissangebot.

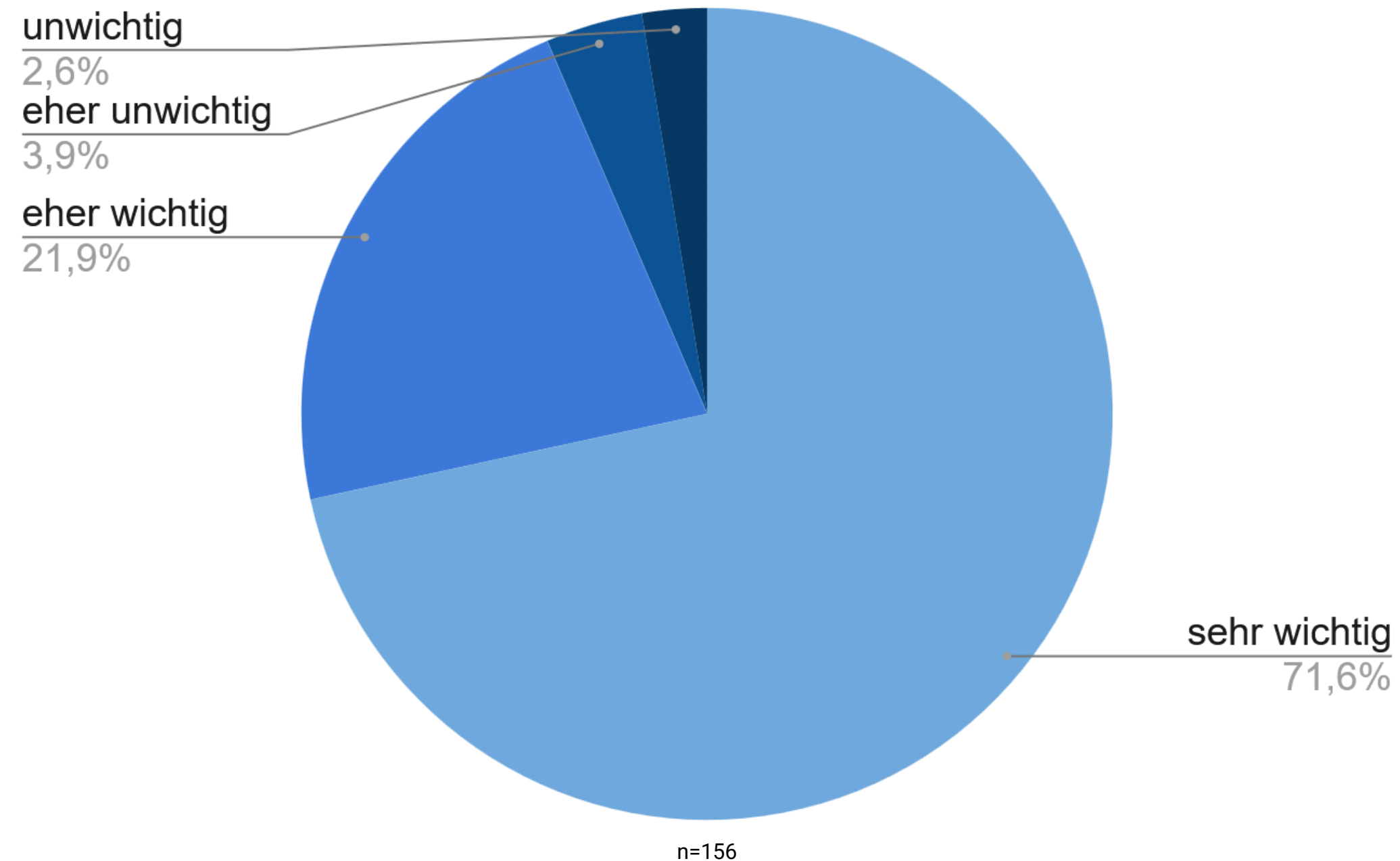
Fazit: Die hohe Besucherdichte am Liepnitzsee wurde von vielen als Herausforderung wahrgenommen. Gleichzeitig zeigte sich eine große Offenheit für alternative Badestellen – vorausgesetzt, sie waren gut erreichbar, attraktiv gestaltet und ausreichend bekannt. Informationsmaßnahmen über ruhigere Orte und gezielte Angebotsentwicklungen hätten zur Entlastung beitragen können. Das Waldbad selbst hatte Potenzial, durch Verbesserungen in Angebot, Infrastruktur und Preisgestaltung wieder stärker genutzt zu werden.

## Wie wichtig ist Ihnen die Sauberkeit des Wassers?



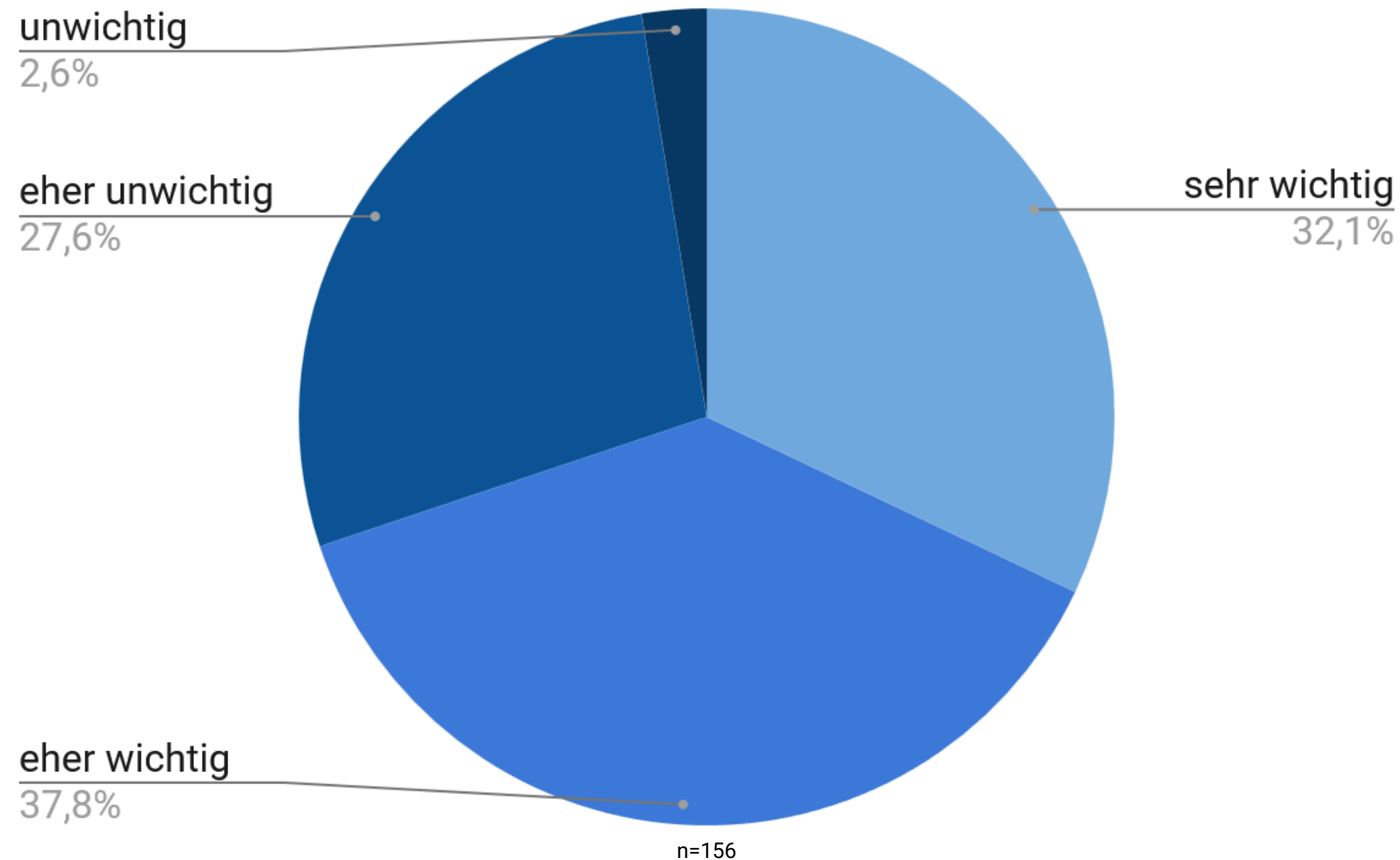
Für die Mehrheit der Teilnehmer/-innen spielte die Sauberkeit des Wassers eine entscheidende Rolle bei der Auswahl eines Sees. 82,1% bewerteten sie als sehr wichtig, während 13,5% sie als wichtig einstufen. Nur 1,3% hielten die Wasserqualität für eher unwichtig, und 3,2% maßen ihr keine Bedeutung bei.

## Wie wichtig ist Ihnen die Sauberkeit der Badestelle?



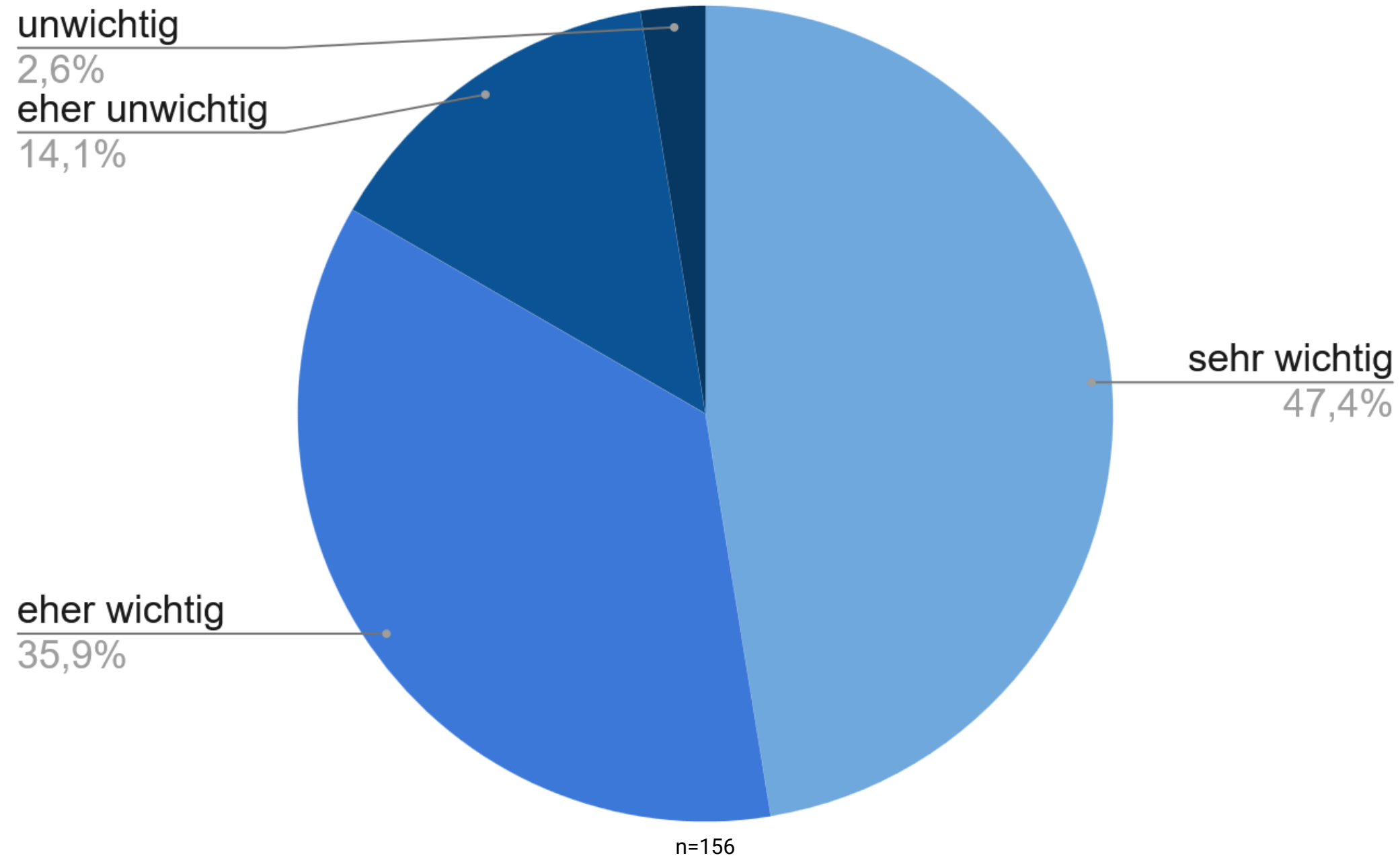
Für die große Mehrheit der Teilnehmer/-innen spielte die Sauberkeit der Badestelle eine entscheidende Rolle. 71,6% bewerteten sie als sehr wichtig, während 21,9% sie als eher wichtig einstufen. Lediglich 3,9% hielten sie für eher unwichtig, und nur 2,6% maßen ihr keine Bedeutung bei

## Wie wichtig ist Ihnen die Lage/ gute Erreichbarkeit der Badestelle?



Für die Mehrheit der Teilnehmer/-innen war die Lage und gute Erreichbarkeit einer Badestelle ein wichtiger Faktor. 32,1% bewerteten sie als sehr wichtig, während 37,8% sie als eher wichtig einstufen. 27,6% hielten die Erreichbarkeit für eher unwichtig, und nur 2,6% empfanden sie als unwichtig.

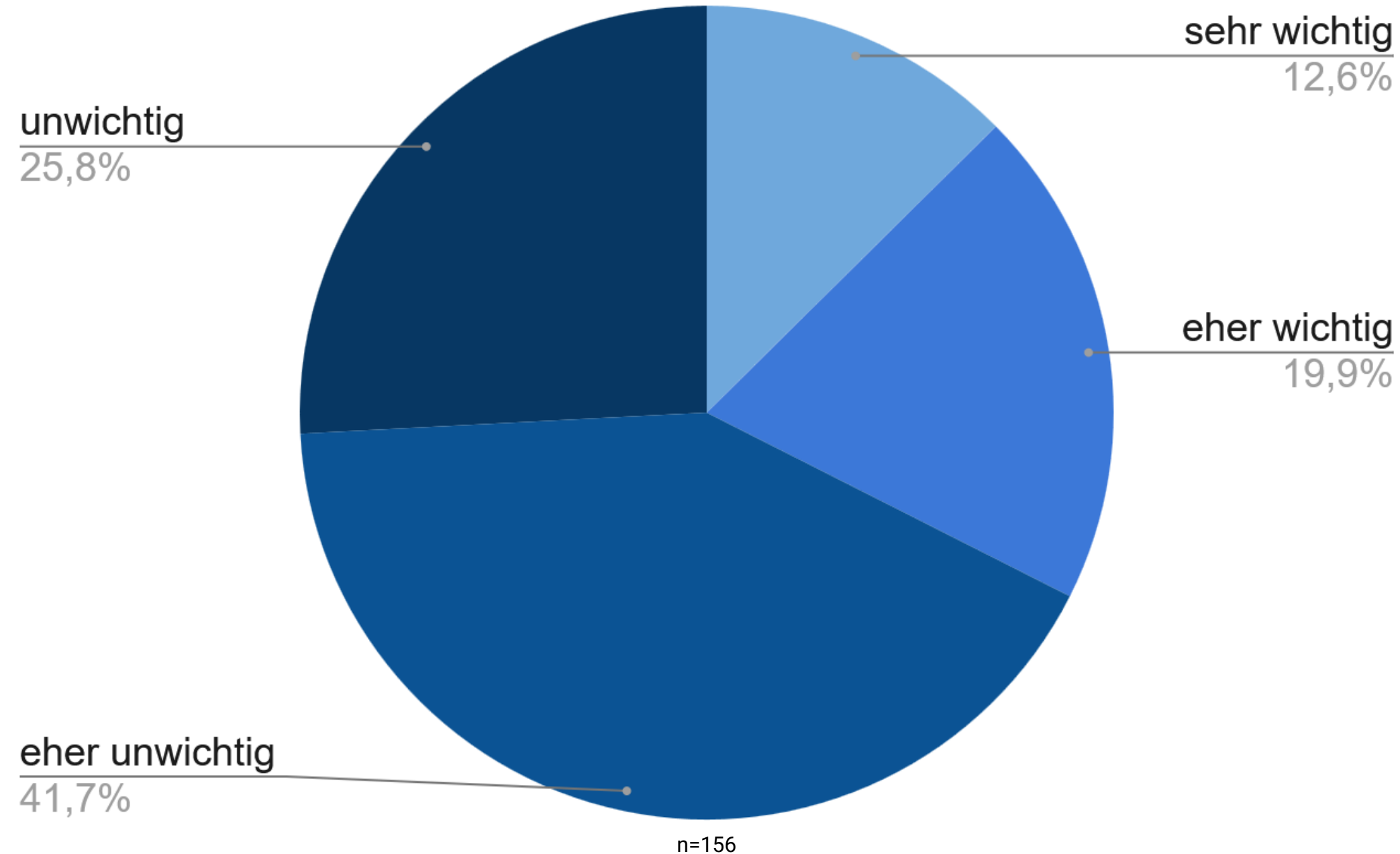
## Wie wichtig ist Ihnen die Schönheit der Landschaft?



Für die Mehrheit der Teilnehmer/-innen spielte die Schönheit der Landschaft eine große Rolle bei der Auswahl eines Badesees. 47,4% bewerteten sie als sehr wichtig, während 35,9% sie als eher wichtig einstufen. 14,1% hielten die Landschaft für eher unwichtig, und nur 2,6% maßen ihr keine Bedeutung bei.

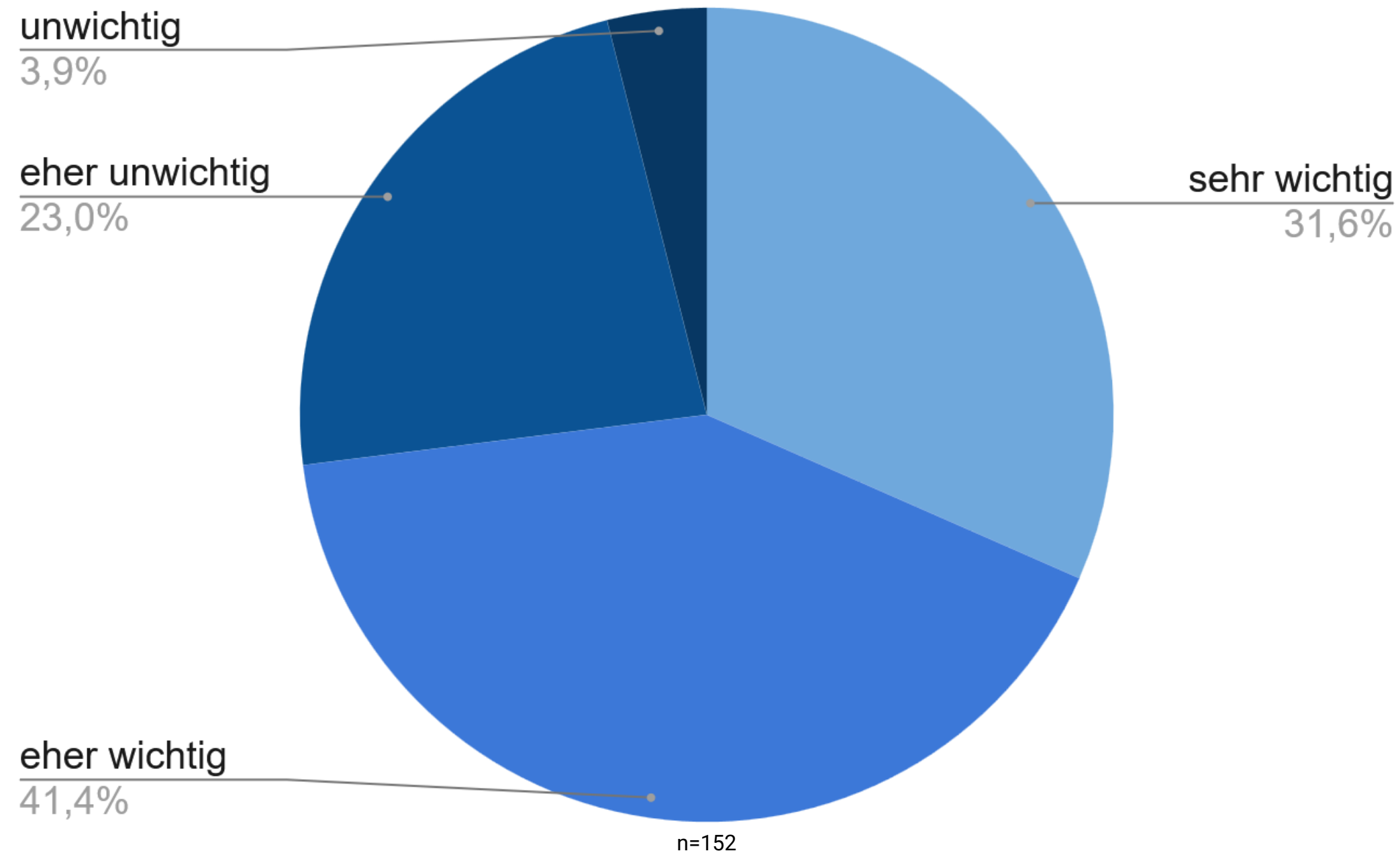
# Wie wichtig ist Ihnen die Verfügbarkeit von Infrastruktur?

(Toiletten, Imbiss, Duschen etc.)



Für die meisten Teilnehmer/-innen spielte die Verfügbarkeit von Infrastruktur (wie vorhandene Toiletten, ein Imbiss oder auch Duschen) eine eher untergeordnete Rolle. 12,6% bewerteten sie als sehr wichtig, während 19,9% sie als eher wichtig einstufen. 41,7% hielten Infrastruktur für eher unwichtig, und 25,8% maßen ihr keine Bedeutung bei.

## Wie wichtig sind Ihnen die Ruhe und ein geringes Besucheraufkommen?



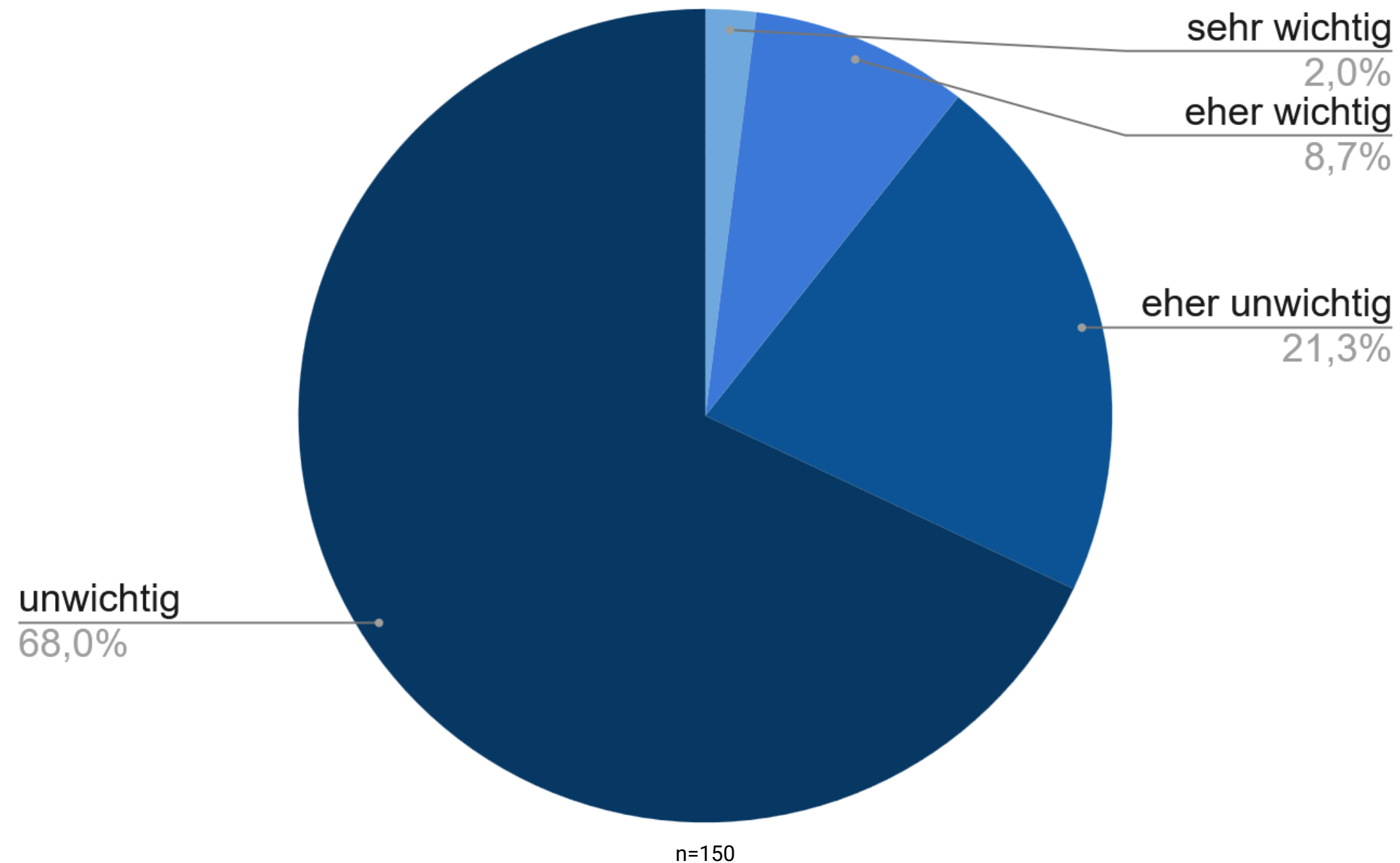
Für viele Teilnehmer/-innen spielte Ruhe und ein geringes Besucheraufkommen eine wichtige Rolle bei der Auswahl eines Sees. 31,6% bewerteten diesen Faktor als sehr wichtig, während 41,4% ihn als eher wichtig einstufen. 23% der Befragten hielten ihn für eher unwichtig, und 3,9% maßen ihm keine Bedeutung bei.

## Wie wichtig sind Ihnen Freizeitangebote?

(Wasserrutschen, Bootsverleih, etc.)

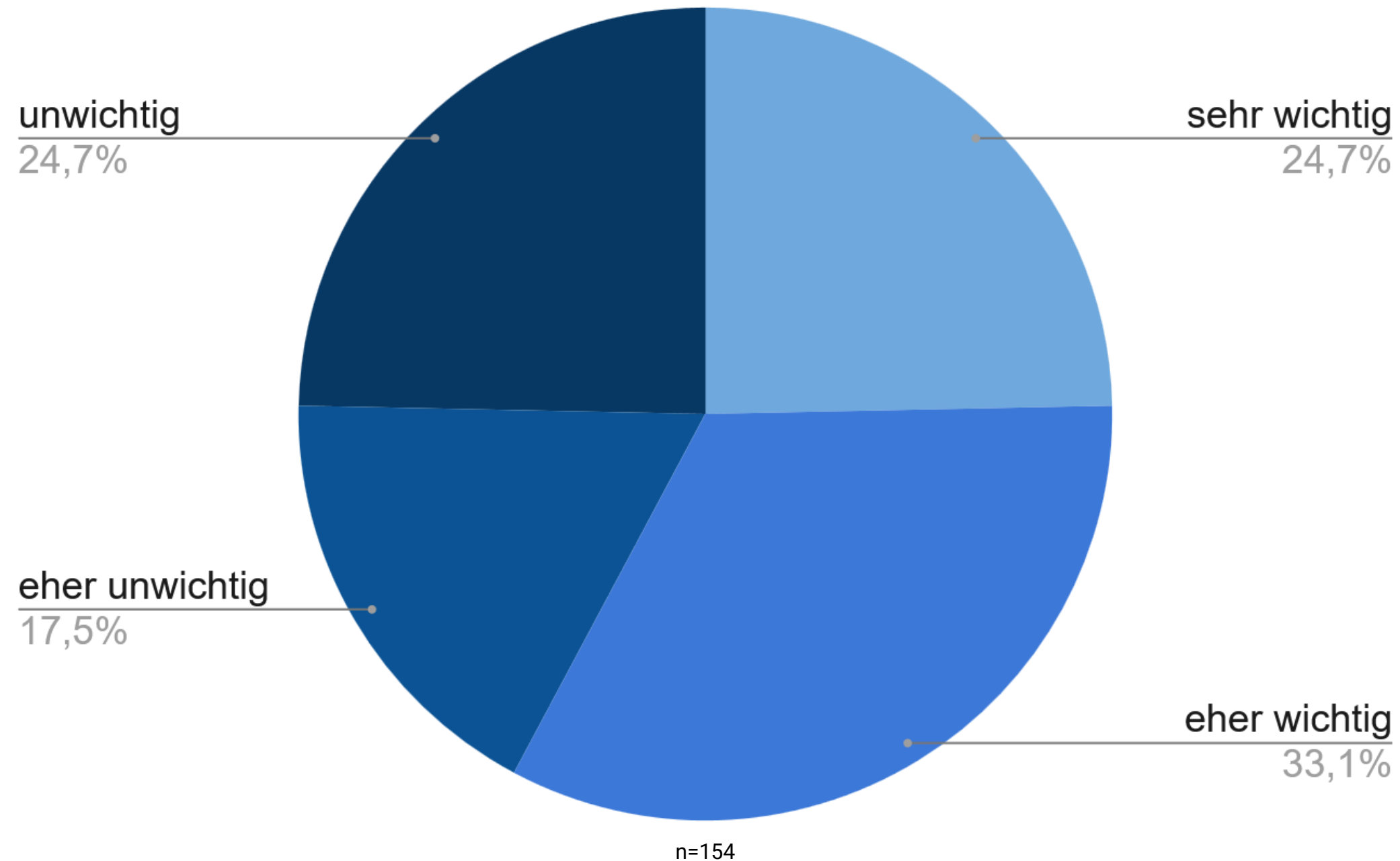


**BARnimer Land**  
tourismus



Für die Mehrheit der Teilnehmer/-innen spielten Freizeitangebote wie Wasserrutschen oder Bootsverleih eine eher untergeordnete Rolle. 68% bewerteten sie als unwichtig, und 21,3% stufen sie als eher unwichtig ein. Nur 8,7% hielten Freizeitangebote für eher wichtig, und lediglich 2% maßen ihnen eine sehr hohe Bedeutung bei.

## Wie wichtig sind Ihnen Parkmöglichkeiten?



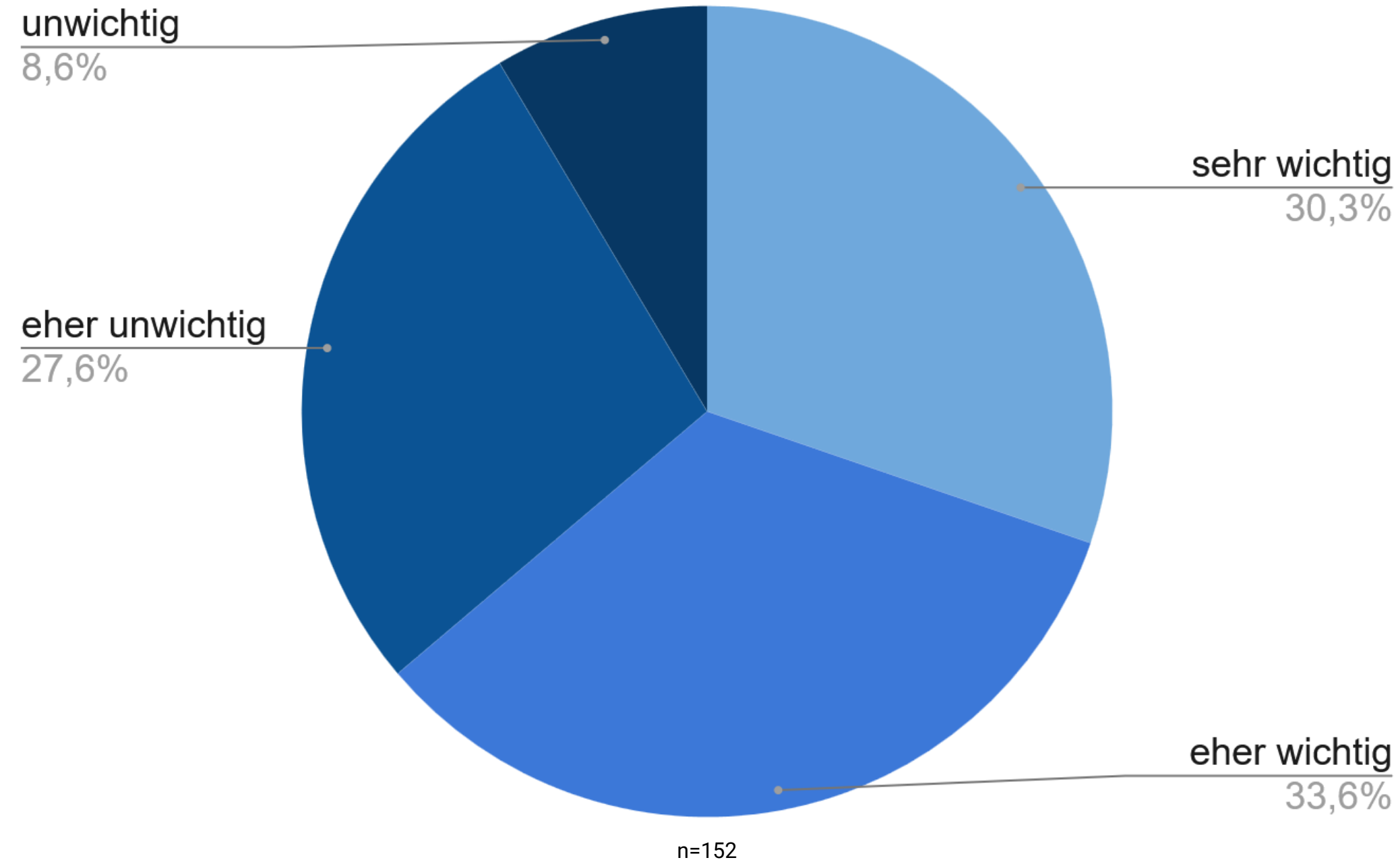
Die Meinungen zur Bedeutung von Parkmöglichkeiten waren unter den Teilnehmer/-innen geteilt. 24,7% bewerteten sie als sehr wichtig, während 33,1% sie als eher wichtig einstufen. Gleichzeitig hielten 17,5% Parkmöglichkeiten für eher unwichtig, und 24,7% maßen ihnen keine Bedeutung bei.

## Wie wichtig sind Ihnen geringe Kosten?

(Eintrittspreise, Parkgebühren)

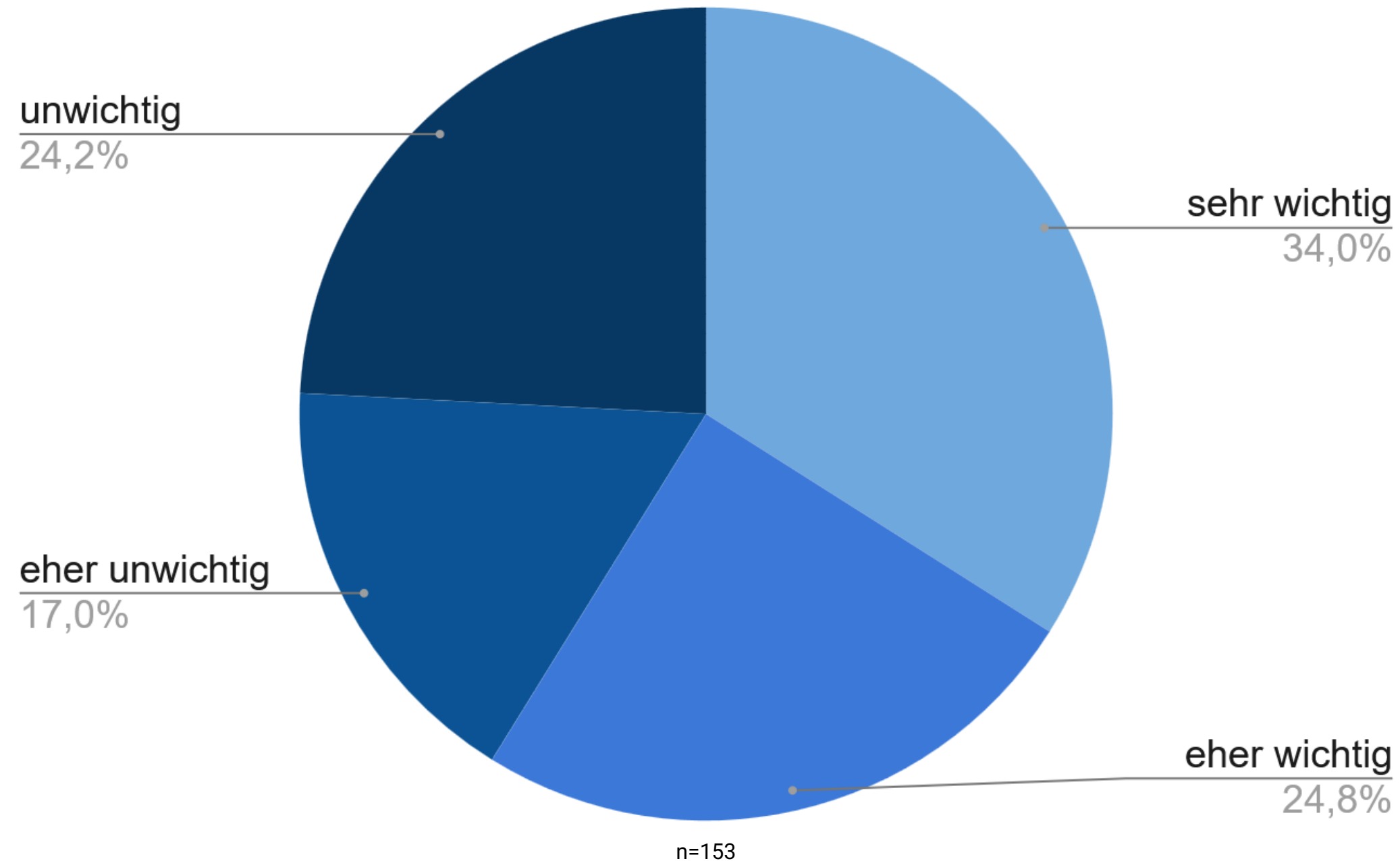


**BARnimer Land**  
tourismus



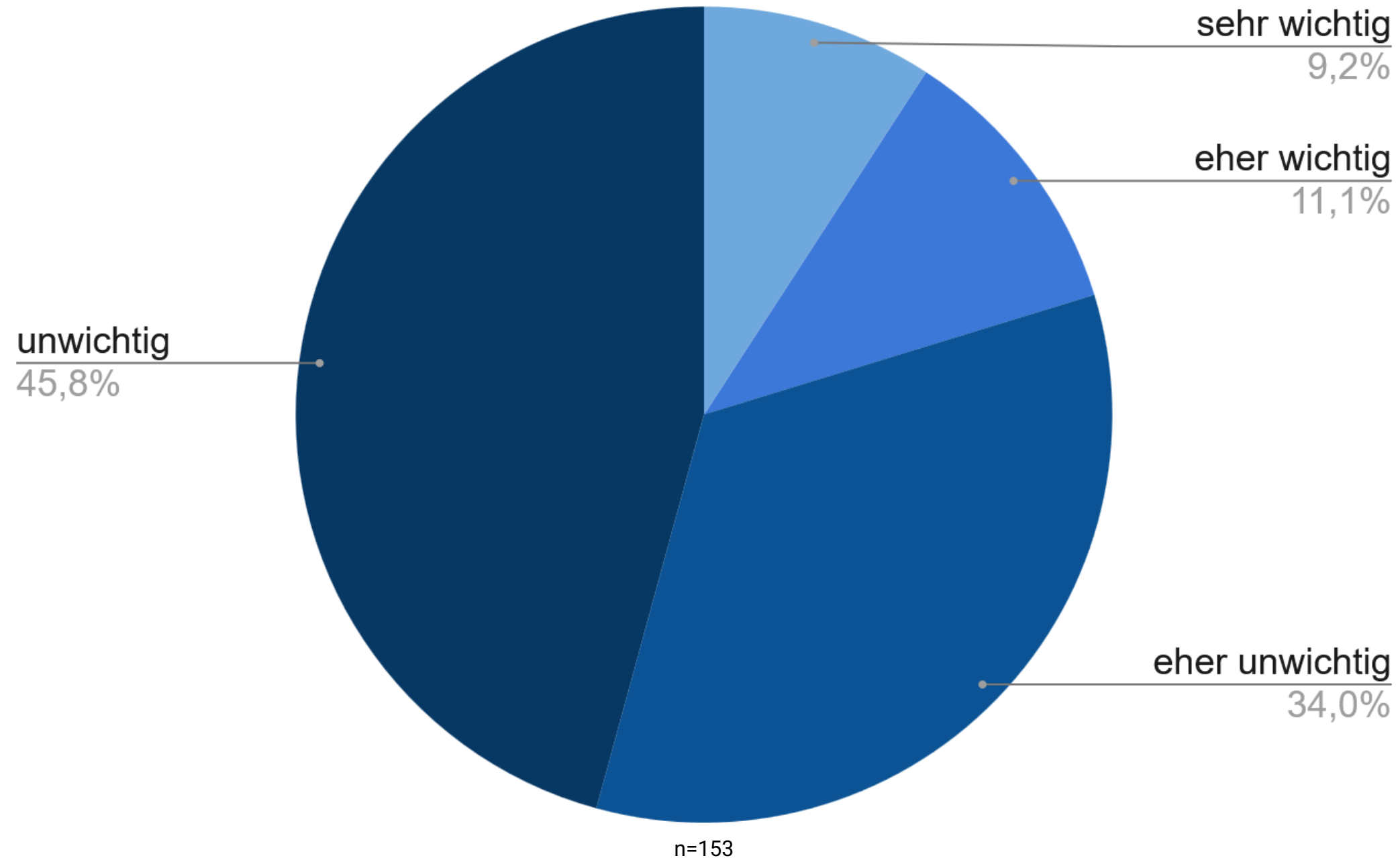
Für die Mehrheit der Teilnehmer/-innen spielten geringe Kosten, wie Eintrittspreise oder Parkgebühren, eine wichtige Rolle. 30,3% bewerteten sie als sehr wichtig, während 33,6% sie als eher wichtig einstufen. 27,6% hielten die Kosten für eher unwichtig, und 8,6% maßen ihnen keine Bedeutung bei.

## Wie wichtig ist Ihnen eine Anbindung an den ÖPNV?



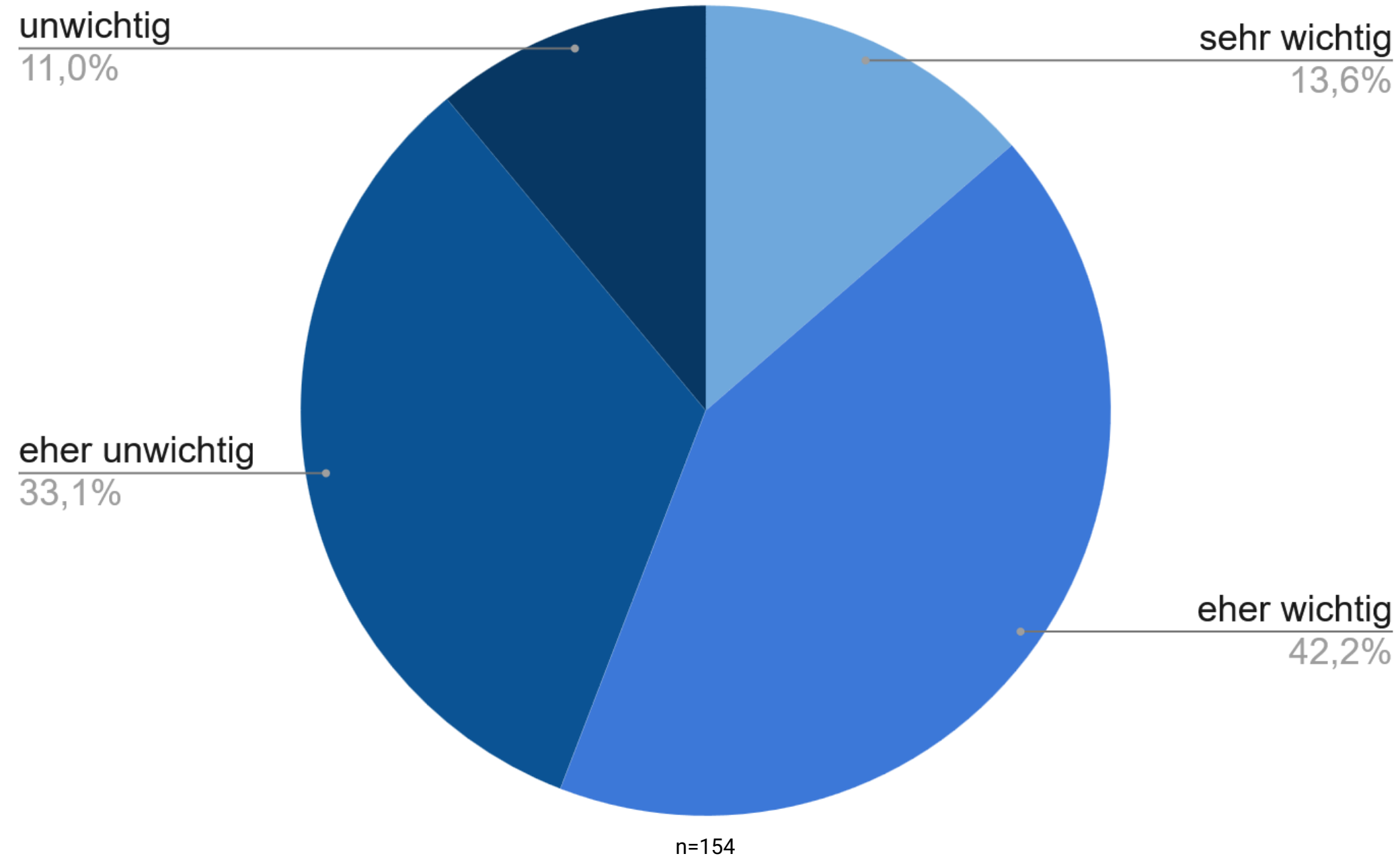
Für viele Teilnehmer/-innen spielte die Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) eine wichtige Rolle. 34% bewerteten sie als sehr wichtig, während 24,8% sie als eher wichtig einstufen. Gleichzeitig hielten 17% die ÖPNV-Anbindung für eher unwichtig, und 24,2% maßen ihr keine Bedeutung bei.

## Wie wichtig sind Ihnen Sicherheit/ Badeaufsicht?



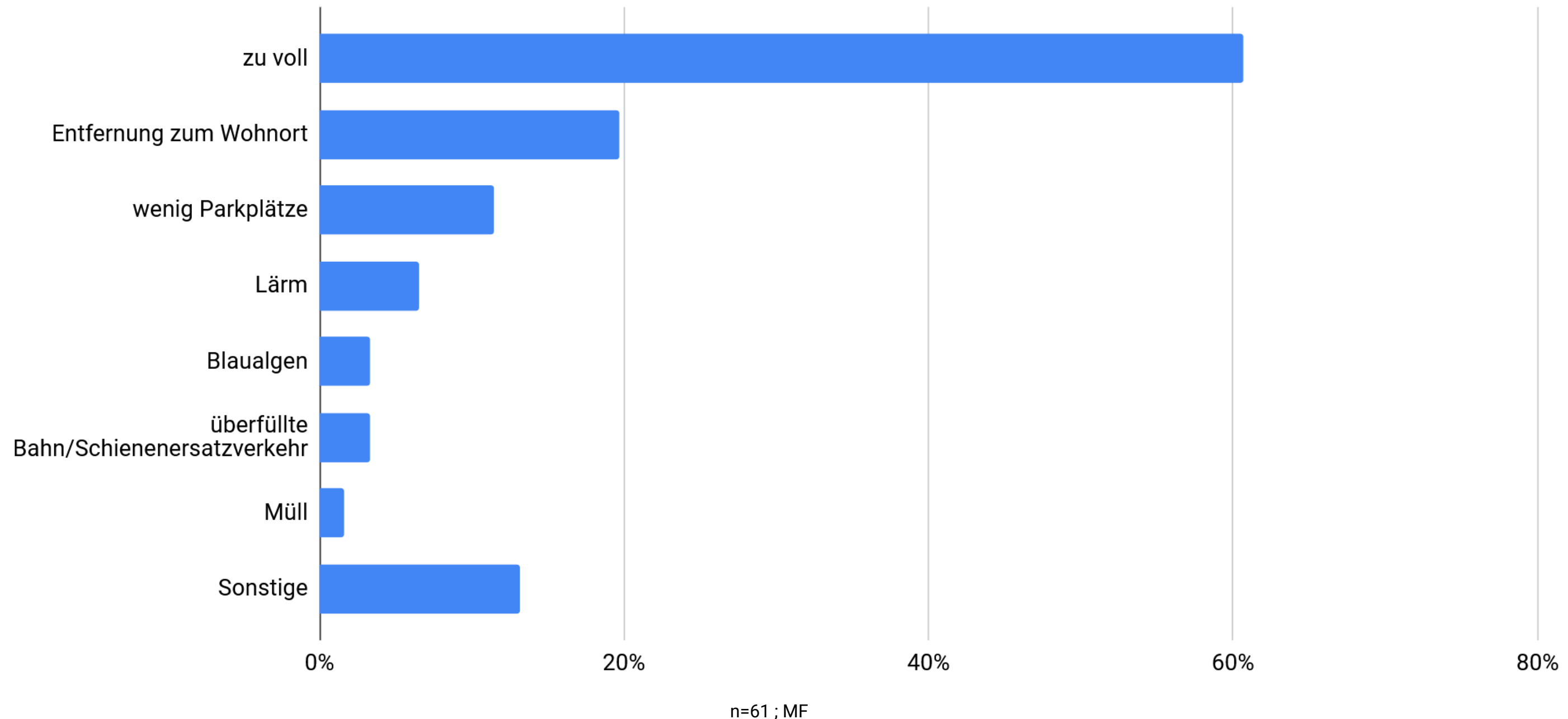
Die Mehrheit der Teilnehmer/-innen maß der Sicherheit und Badeaufsicht bei der Auswahl eines Sees eher geringe Bedeutung bei. Nur 9,2% bewerteten diesen Faktor als sehr wichtig, während 11,1% ihn als eher wichtig einstufen. Ein größerer Anteil, nämlich 34%, hielt ihn für eher unwichtig, und 45,8% maßen ihm keine Bedeutung bei.

## Wie wichtig ist Ihnen eine kurze Anreise?



Für viele Teilnehmer/-innen spielte eine kurze Anreise eine wichtige Rolle bei der Auswahl eines Sees. 13,6% bewerteten sie als sehr wichtig, während 42,2% sie als eher wichtig einstufen. 33,1% hielten eine kurze Anreise für eher unwichtig, und 11% maßen ihr keine Bedeutung bei.

# Haben Sie den Liepnitzsee schon einmal aus einem bestimmten Grund gemieden?



Die meisten Befragten (61%) hatten den Liepnitzsee noch nie bewusst gemieden. 39% (n=61) gaben jedoch an, den See aus bestimmten Gründen bereits nicht besucht zu haben. Der Hauptgrund war die starke Überfüllung (61%) des Sees. Für 20% stellte die Entfernung zum Wohnort ein Hindernis dar, während 11% die begrenzten Parkmöglichkeiten als ausschlaggebend nannten. 7% empfanden den Lärm als störend. Jeweils 3% mieden den See aufgrund von Blaualgen oder überfüllten öffentlichen Verkehrsmitteln. Müll wurde von 2% als Problem genannt. 13% führten sonstige Gründe an, darunter extreme Temperaturen oder das Fehlen eines FKK-Bereichs.

Die Umfrage zeigte deutlich, dass Sauberkeit sowohl des Wassers (95,6 % wichtig/sehr wichtig) als auch der Badestelle (93,5 %) für die meisten Besucher/-innen ein entscheidendes Kriterium bei der Auswahl eines Sees war. Auch die Landschaftsschönheit (83,3 %) und Ruhe (73 %) waren zentrale Faktoren. Ebenfalls relevant, aber etwas weniger ausgeprägt, war die Erreichbarkeit des Sees (69,9 %), insbesondere durch ÖPNV (58,8 %) und kurze Anreisewege (55,8 %).

Geringere Bedeutung wurde dagegen Infrastrukturangeboten (z. B. Imbiss, Toiletten) und Freizeitangeboten wie Wasserrutschen oder Bootsverleih beigemessen – jeweils von einer deutlichen Mehrheit als eher unwichtig oder unwichtig eingeschätzt. Auch Sicherheit und Badeaufsicht waren für fast 80 % kein relevantes Auswahlkriterium.

Kostenfaktoren wie Eintritt oder Parkgebühren spielten hingegen für knapp zwei Drittel (63,9 %) eine wichtige oder sehr wichtige Rolle. Bei Parkmöglichkeiten waren die Meinungen geteilt, was möglicherweise auf unterschiedliche Anreisemöglichkeiten und Ortskenntnisse zurückzuführen war.

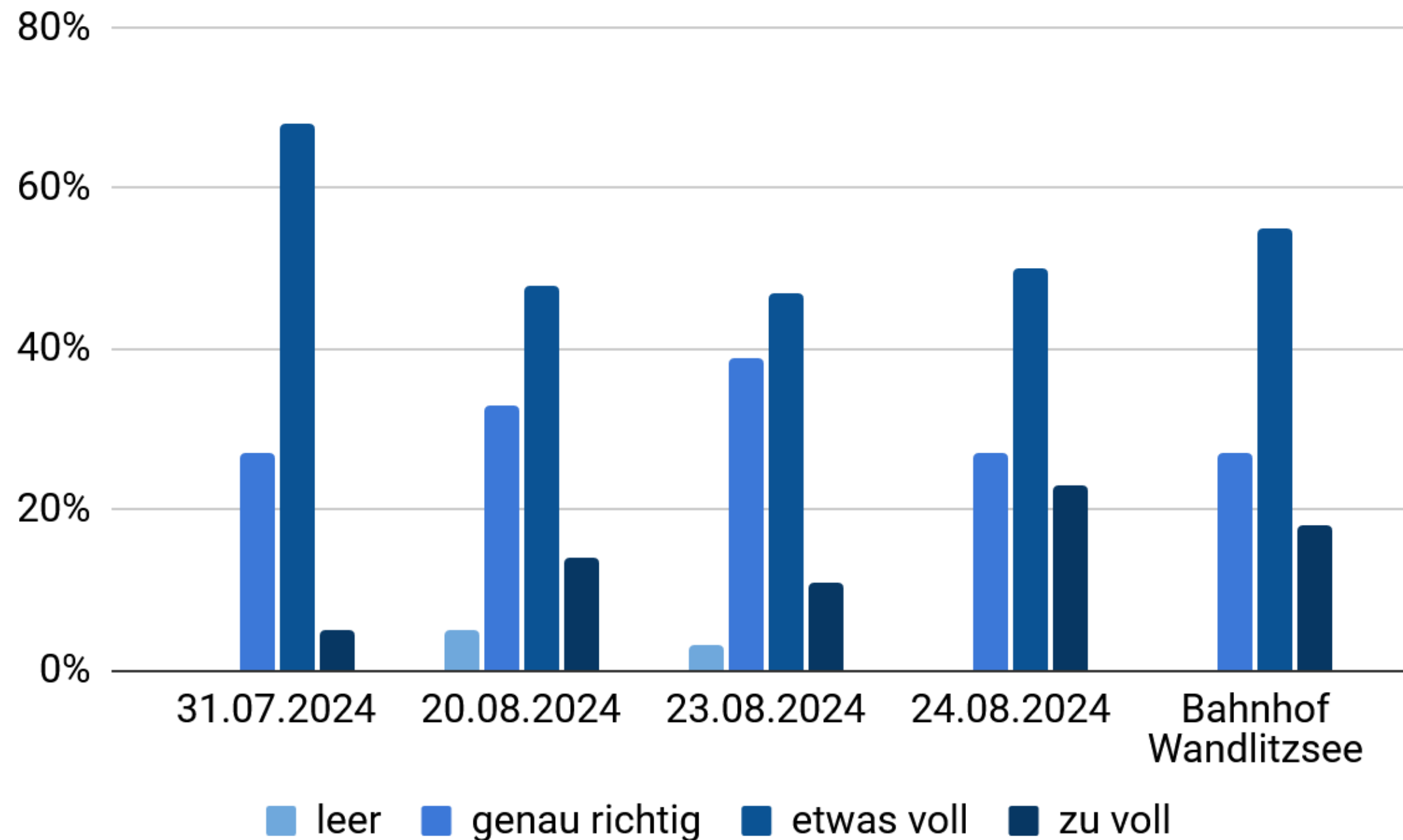
Rund 40 % der Befragten gaben an, den Liepnitzsee schon einmal bewusst gemieden zu haben – vor allem wegen Überfüllung, aber auch wegen Entfernung, Parkplatzmangel, Lärm oder Problemen wie Blaualgen und überlastetem ÖPNV.

Fazit: Bei der Auswahl eines Badesees standen für Besucher/-innen vor allem Naturqualität, Sauberkeit, Ruhe und Erreichbarkeit im Vordergrund. Hohe Besucherzahlen und mangelnde Park- oder ÖPNV-Kapazitäten wirkten sich negativ auf die Attraktivität aus. Angebote wie Freizeitaktivitäten oder Infrastruktur spielten für viele hingegen nur eine untergeordnete Rolle. Maßnahmen zur Besucherlenkung, Transparenz über Wasserqualität und eine nachhaltige Verkehrsplanung könnten zur Entlastung beitragen und das Besuchserlebnis verbessern

Auf den folgenden Seiten werden verschiedene Kreuztabellen präsentiert, die jeweils zwei Fragen der Umfrage in Beziehung setzen. Diese Tabellen ermöglichen eine detaillierte Analyse der Zusammenhänge zwischen den Antworten und zeigen mögliche Muster oder Abhängigkeiten auf.

Die Kreuztabellen dienen dazu, Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den befragten Gruppen sichtbar zu machen und bieten eine Grundlage für weiterführende Interpretationen.

# An welchem Tag waren Sie am See und wie empfinden Sie persönlich die Auslastung des Sees/Badebereichs?



Die Mehrheit (68%) empfand den See am 31.07.2024 (Mittwoch, n=37) als „etwas voll“, aber nur 5% als „zu voll“. Dies deutete darauf hin, dass es an diesem Tag zwar gut besucht war, aber noch keine kritische Überfüllung wahrgenommen wurde.

Am 20.08.2024 (Dienstag, n=21) zeigte die Verteilung eine ausgewogenere Wahrnehmung. Zwar empfanden 50% den See als „etwas voll“, aber mit 15% war der Anteil derjenigen, die ihn „zu voll“ fanden, etwas höher. Dies könnte auf einen höheren Besucherandrang im Vergleich zu Ende Juli hinweisen.

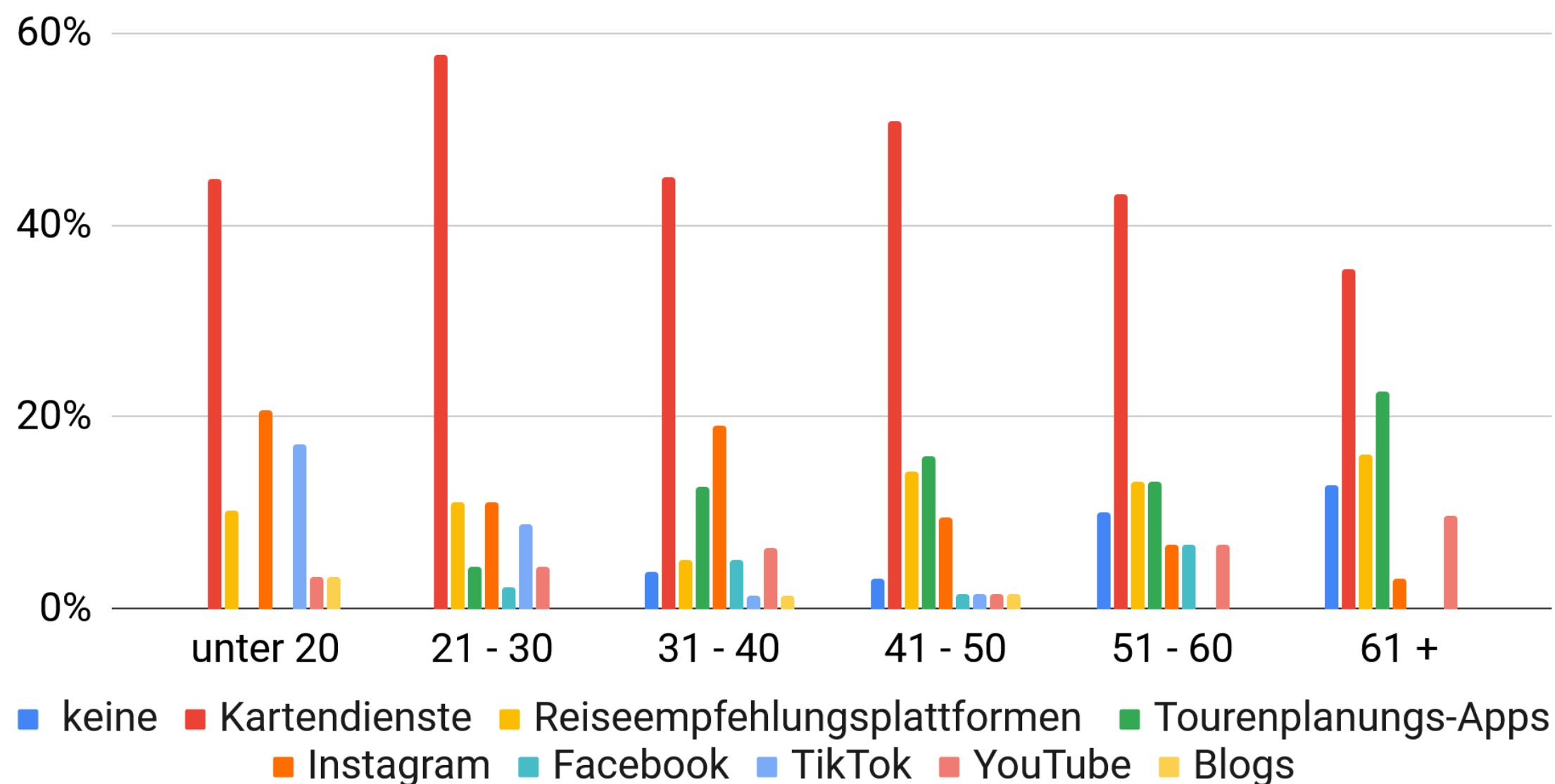
Der Anteil derjenigen, die die Auslastung am 23.08.2024 (Freitag, n=36) als „genau richtig“ empfanden, war mit 37% relativ hoch, was auf eine gute Besucherverteilung hindeutete. Allerdings fanden 45% den See „etwas voll“.

Der 24.08.2024 (Samstag, n=52) wies den höchsten Anteil an Befragten auf, die den See als „zu voll“ empfanden (22%). Mit 48%, die ihn „etwas voll“ fanden, war es offensichtlich einer der stärker frequentierten Tage.

Am Bahnhof Wandlitzsee (n=11) empfanden 60% die Situation als „etwas voll“ und 20% als „zu voll“. Dies deutete darauf hin, dass auch die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut genutzt wurde, aber möglicherweise Kapazitätsgrenzen erreicht wurden.

Fazit: Die Ergebnisse zeigten, dass der Liepnitzsee im Hochsommer gut besucht war, aber nicht immer als überfüllt empfunden wurde. Besonders der 24.08.2024 war einer der vollsten Tage, während Ende Juli und Anfang August die Situation als etwas entspannter wahrgenommen wurde. An allen Tagen herrschten warme Temperaturen zwischen 24°C und 28°C.

# Wie alt sind Sie und welche digitalen Tools nutzen Sie hauptsächlich zur Reiseplanung?



Die Daten zeigten, dass Kartendienste (wie Google Maps oder Open Street Map) in allen Altersgruppen die meistgenutzte Informationsquelle für die Auswahl eines Sees waren, mit Werten zwischen 36% (61+) und 58% (21-30).

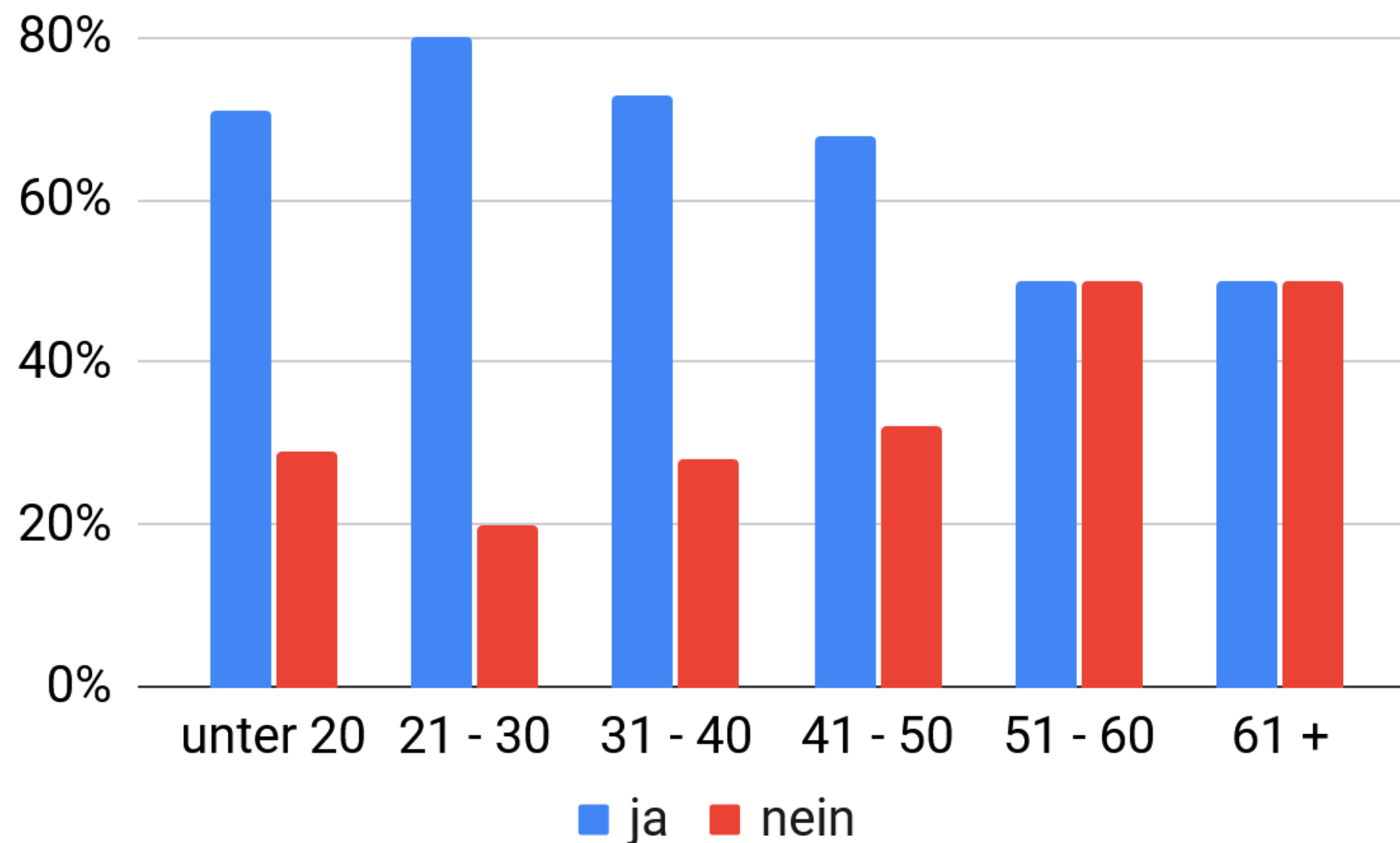
Reiseempfehlungsplattformen (wie booking.com sowie Expedia) und Tourenplanungs-Apps (bspw. Komoot und Outdooractive) wurden insbesondere von älteren Befragten häufiger genutzt: Während bei den Jüngeren (unter 30) die Nutzung unter 11% blieb, stieg sie bei den Gruppen 41-50 und 61+ auf bis zu 16% bzw. 23%.

Soziale Medien spielten vor allem bei den jüngeren Befragten eine Rolle. Instagram wurde von bis zu 21% der unter 20-Jährigen genutzt, während TikTok hier bei 17% lag, aber in den älteren Altersgruppen kaum eine Bedeutung hatte. Facebook wurde am ehesten noch von den 31-40-Jährigen (5%) und 51-60-Jährigen (7%) genutzt, während es in der jüngsten Gruppe kaum eine Rolle spielte. YouTube zeigte mit bis zu 10% bei den über 60-Jährigen eine gewisse Relevanz, blieb aber insgesamt eine weniger verbreitete Quelle.

Blogs wurden nur vereinzelt genutzt und hatten insgesamt einen sehr geringen Einfluss auf die Entscheidungsfindung. Interessanterweise gaben nur wenige Befragte an, ganz auf externe Informationsquellen zu verzichten – lediglich bei den über 60-Jährigen lag dieser Wert bei 13%.

Fazit: Die Wahl eines Sees wurde heute stark durch digitale Informationsquellen geprägt. Während Kartendienste universell genutzt wurden, unterschieden sich die bevorzugten Plattformen je nach Altersgruppe deutlich. Jüngere verließen sich eher auf soziale Medien, während ältere Befragte auf klassische Reiseplattformen und Tourenplanungs-Apps setzten.

## Wie alt sind Sie und wären Sie offen, auf andere Badestellen in der Region auszuweichen?



Die Daten zeigten, dass die Bereitschaft, auf eine andere Badestelle auszuweichen, in den jüngeren Altersgruppen höher war als in den älteren.

Bei den unter 20-Jährigen sowie den 21- bis 30-Jährigen lag sie mit 71% bzw. 80% am höchsten.

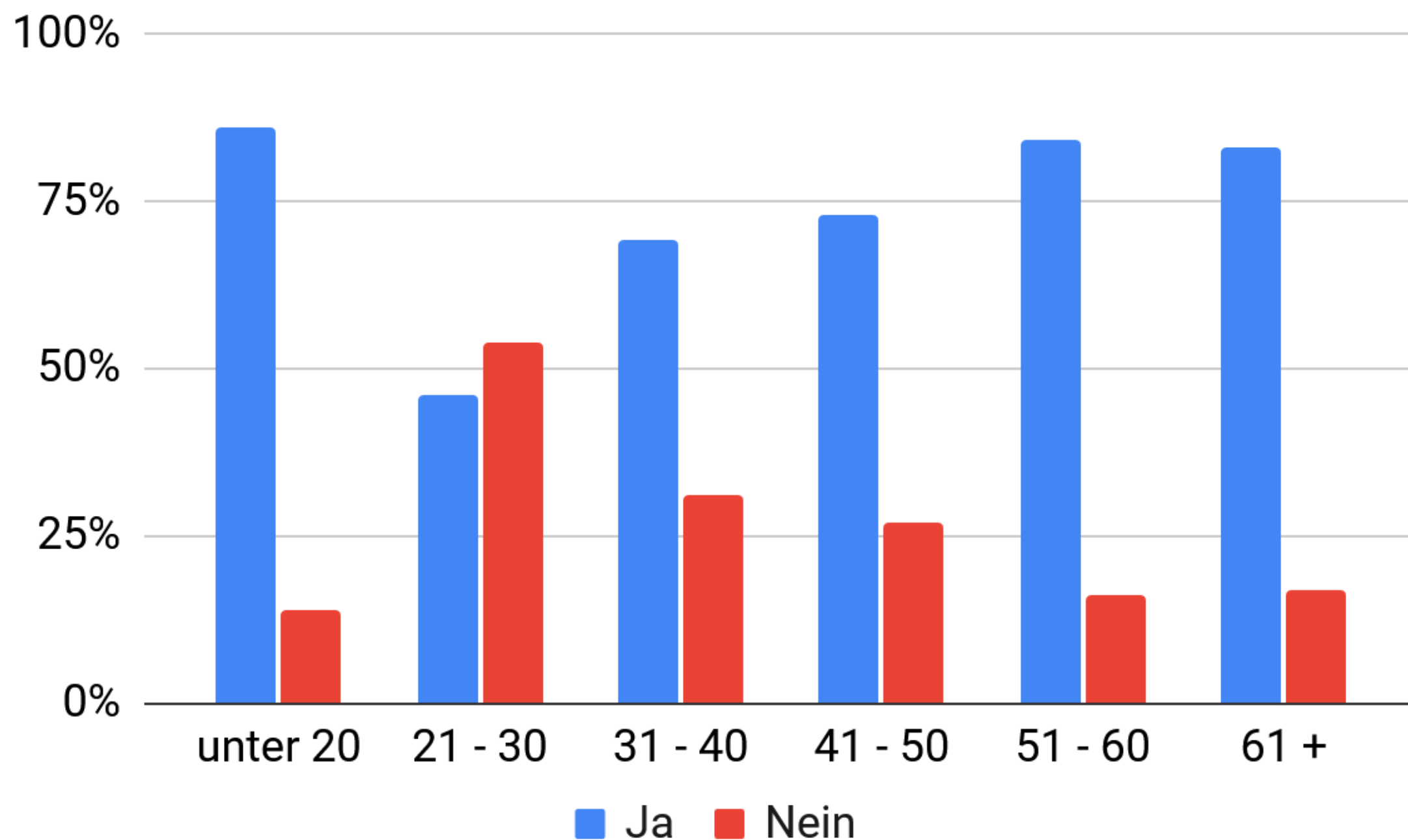
In der Altersgruppe 31-40 gaben noch 73% an, offen für eine Alternative zu sein, während dieser Wert bei den 41- bis 50-Jährigen auf 68% sank.

Ab 51 Jahren war die Bereitschaft, eine andere Badestelle zu nutzen, deutlich geringer – hier hielten sich Befürworter und Gegner mit jeweils 50% die Waage.

Dies deutete darauf hin, dass ältere Befragte stärker an ihrer gewohnten Badestelle festhielten, während jüngere eher bereit waren, Alternativen auszuprobieren.

Fazit: Jüngere Badende waren flexibler in der Wahl ihres Badeortes, während ältere Befragte eher an vertrauten Orten festhielten. Dies könnte mit Gewohnheit, Komfort oder der Wahrnehmung von Qualität und Erreichbarkeit der Stamm-Badestelle zusammenhängen.

# Wie alt sind Sie und kennen Sie das öffentliche Waldbad am Liepnitzsee oder das Strandbad Wandlitz?



Die Daten zeigten, dass die Bekanntheit des öffentlichen Waldbads am Liepnitzsee oder des Strandbads Wandlitz je nach Altersgruppe variierte.

Die jüngste Gruppe unter 20 Jahren wies mit 86% die höchste Bekanntheit auf, während die Altersgruppe 21-30 mit 46% den niedrigsten Wert hatte – hier kannte mehr als die Hälfte (54%) die Badeorte nicht.

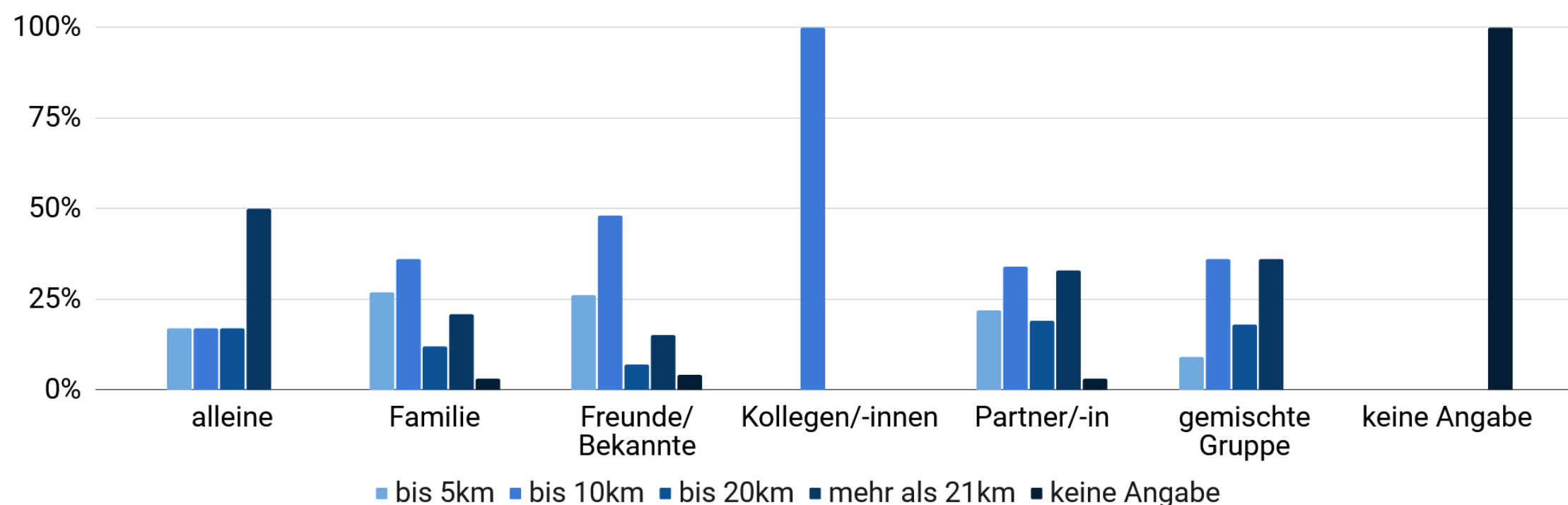
Ab 31 Jahren stieg die Bekanntheit wieder an: 69% der 31- bis 40-Jährigen, 73% der 41- bis 50-Jährigen und 84% der 51- bis 60-Jährigen waren mit den Badeorten vertraut.

In der ältesten Gruppe (61+) blieb die Bekanntheit mit 83% auf einem ähnlich hohen Niveau.

Dies deutete darauf hin, dass vor allem junge Erwachsene weniger mit den Bädern vertraut waren als jüngere oder ältere Altersgruppen.

Fazit: Während sowohl die jüngsten als auch die älteren Befragten mit den Badeorten gut vertraut waren, zeigten insbesondere junge Erwachsene eine geringere Bekanntheit. Dies könnte darauf hingewiesen haben, dass diese Altersgruppe weniger stark in der Region verwurzelt war oder andere Badestellen bevorzugte.

# Mit wem sind Sie angereist und in welchem km-Radius von Wandlitz wären Sie für Alternativvorschläge offen?



Personen, die alleine unterwegs waren, zeigten mit 50 % die höchste Bereitschaft, Alternativen in mehr als 21 km Entfernung in Betracht zu ziehen.

Familien waren am häufigsten für Vorschläge im Umkreis von bis zu 10 km offen (36%), während 27% Alternativen im Umkreis von 5 km bevorzugten.

Ähnlich verhielt es sich bei Gruppen aus Freunden oder Bekannten, von denen 48% bis zu 10 km als akzeptable Distanz angaben.

Bei Reisenden mit Partner oder Partnerin war die Offenheit relativ ausgewogen, wobei 34% bis zu 10 km und 33% mehr als 21 km als Grenze sahen.

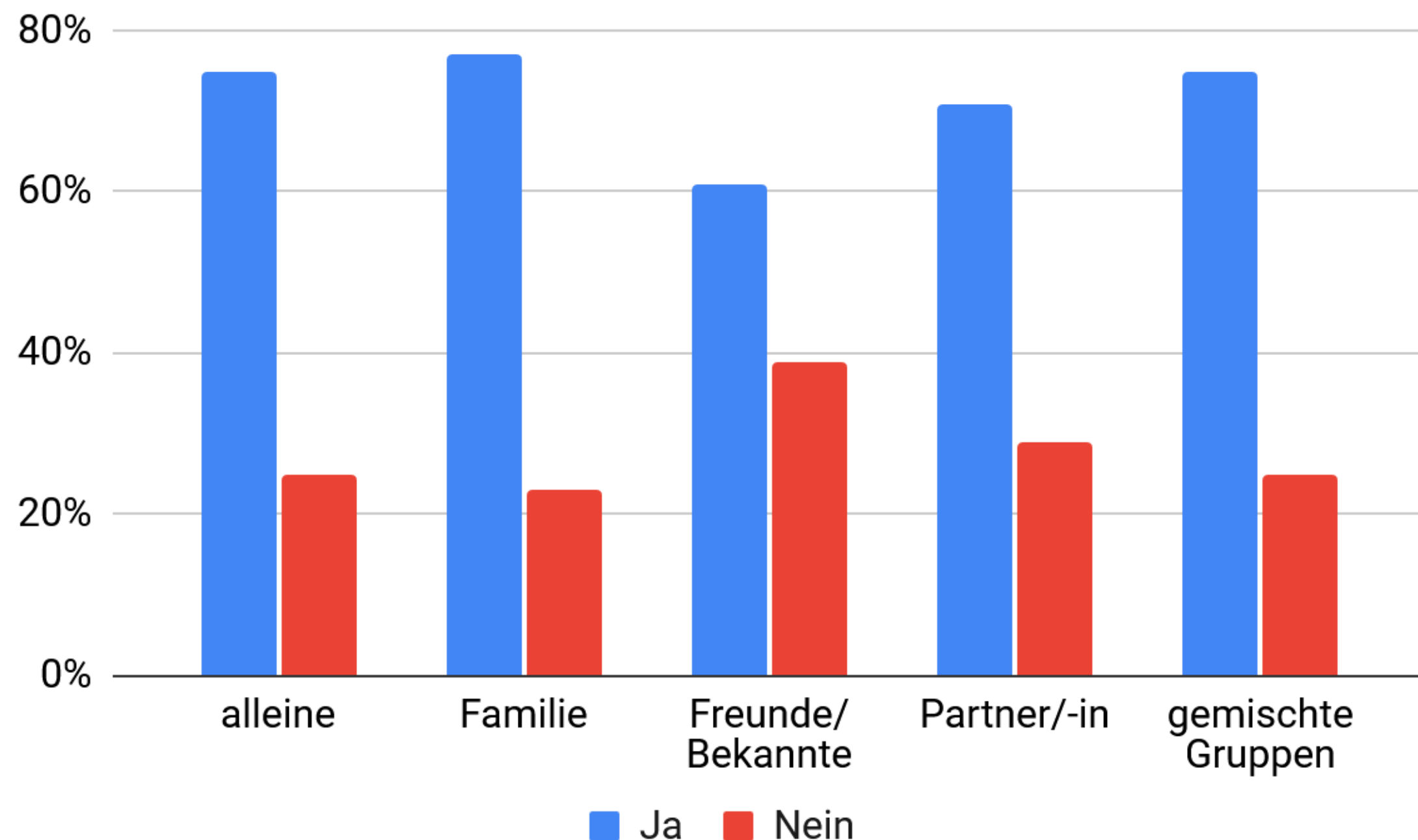
Gemischte Gruppen waren gleichermaßen für Alternativen bis 10 km (36%) und über 21 km (36%) offen.

Unter den Kollegen/-innen zeigte sich eine eindeutige Präferenz für Ziele im Umkreis von 10 km (100%).

Befragte, die keine Angabe zur Reisegruppe gemacht hatten, äußerten sich auch nicht zur Entfernung.

Fazit: Die Daten zeigten, dass kleinere, individuelle Reisegruppen eher bereit waren, längere Strecken für eine Alternative in Kauf zu nehmen, während größere Gruppen – insbesondere Familien oder Kollegen/-innen – eher auf nahegelegene Optionen setzten. Dies deutete darauf hin, dass praktische Aspekte wie Erreichbarkeit oder Aufwand eine entscheidende Rolle bei der Wahl einer Badestelle spielten.

## Mit wem sind Sie angereist und kennen Sie das Waldbad Liepnitzsee und das Strandbad Wandlitzsee?



Die Mehrheit der Befragten kannte die beiden Bäder – das Waldbad Liepnitzsee oder das Strandbad Wandlitzsee – unabhängig davon, mit wem sie angereist war.

Familien (77%) und gemischte Gruppen (75%) wiesen die höchste Bekanntheit mit den Badeorten auf.

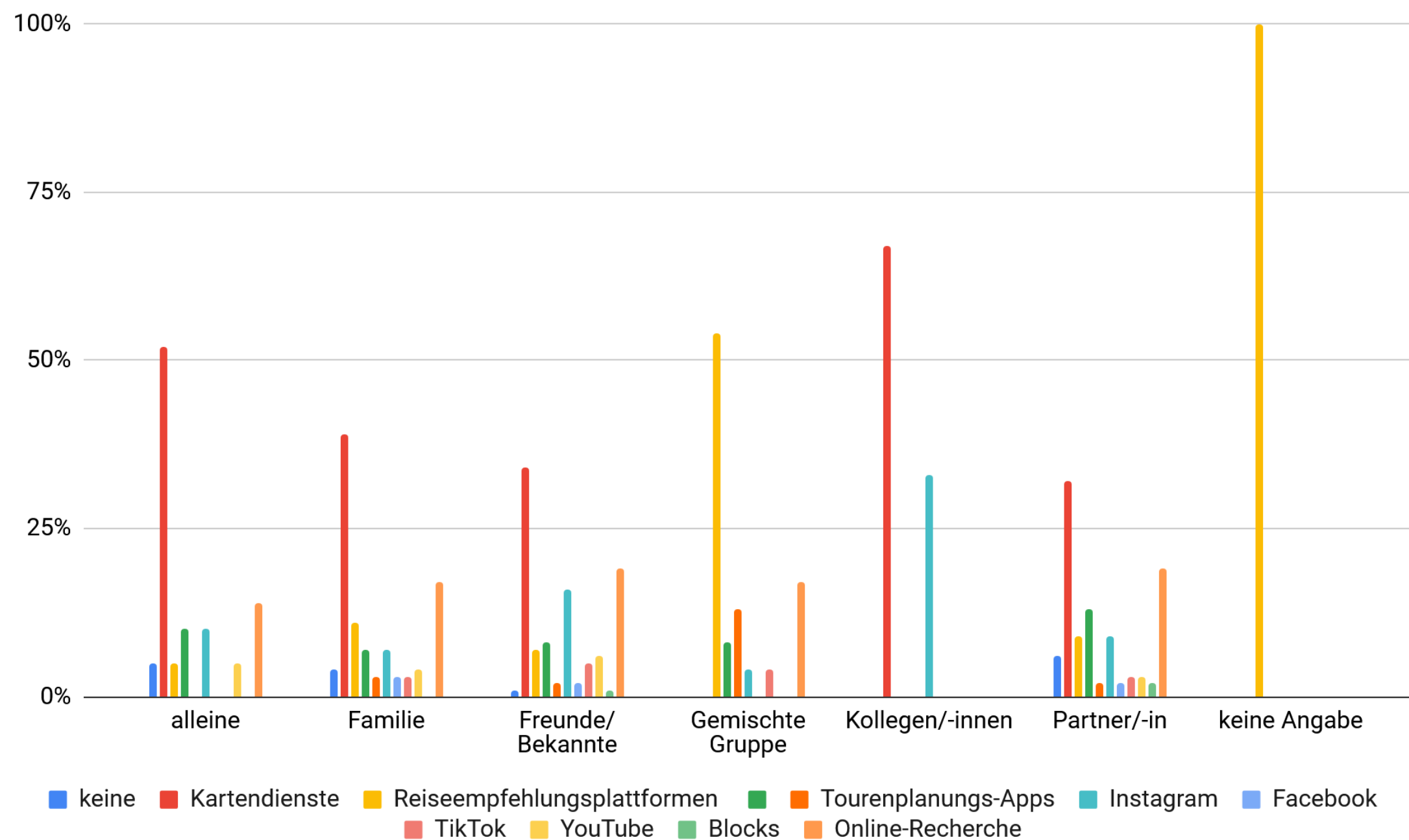
Alleinreisende lagen mit 75% ebenfalls im oberen Bereich.

Reisende mit Partner oder Partnerin gaben zu 71% an, eines oder beide Bäder zu kennen.

Freundes- oder Bekannten-Gruppen zeigten mit 61% die geringste Bekanntheit – fast 4 von 10 Personen in dieser Gruppe kannten die Bäder nicht.

Fazit: Die Badeorte rund um Wandlitz waren insgesamt gut bekannt. Besonders Familien und gemischte Gruppen schienen mit den Angeboten vertraut zu sein. Die geringere Bekanntheit bei Freundesgruppen könnte auf ein größeres Maß an Spontaneität oder andere Freizeitgewohnheiten hingedeutet haben. Insgesamt sprach die hohe Bekanntheit dafür, dass die Bäder in der Region gut etabliert und ein fester Bestandteil des Freizeitangebots waren.

# Mit wem sind Sie angereist und welche digitalen Tools nutzen Sie zur Reiseplanung?



Kartendienste (z. B. Google Maps, OpenStreetMap) stellten übergreifend die wichtigste Informationsquelle dar.

Besonders häufig wurden sie von Alleinreisenden (52 %) und Kolleg/-innen (67 %) genutzt. Auch bei Familien (39 %) und Paaren (32 %) spielten sie eine relevante Rolle. In gemischten Gruppen sowie bei fehlender Angabe zur Reisegruppe wurden Kartendienste nicht genannt.

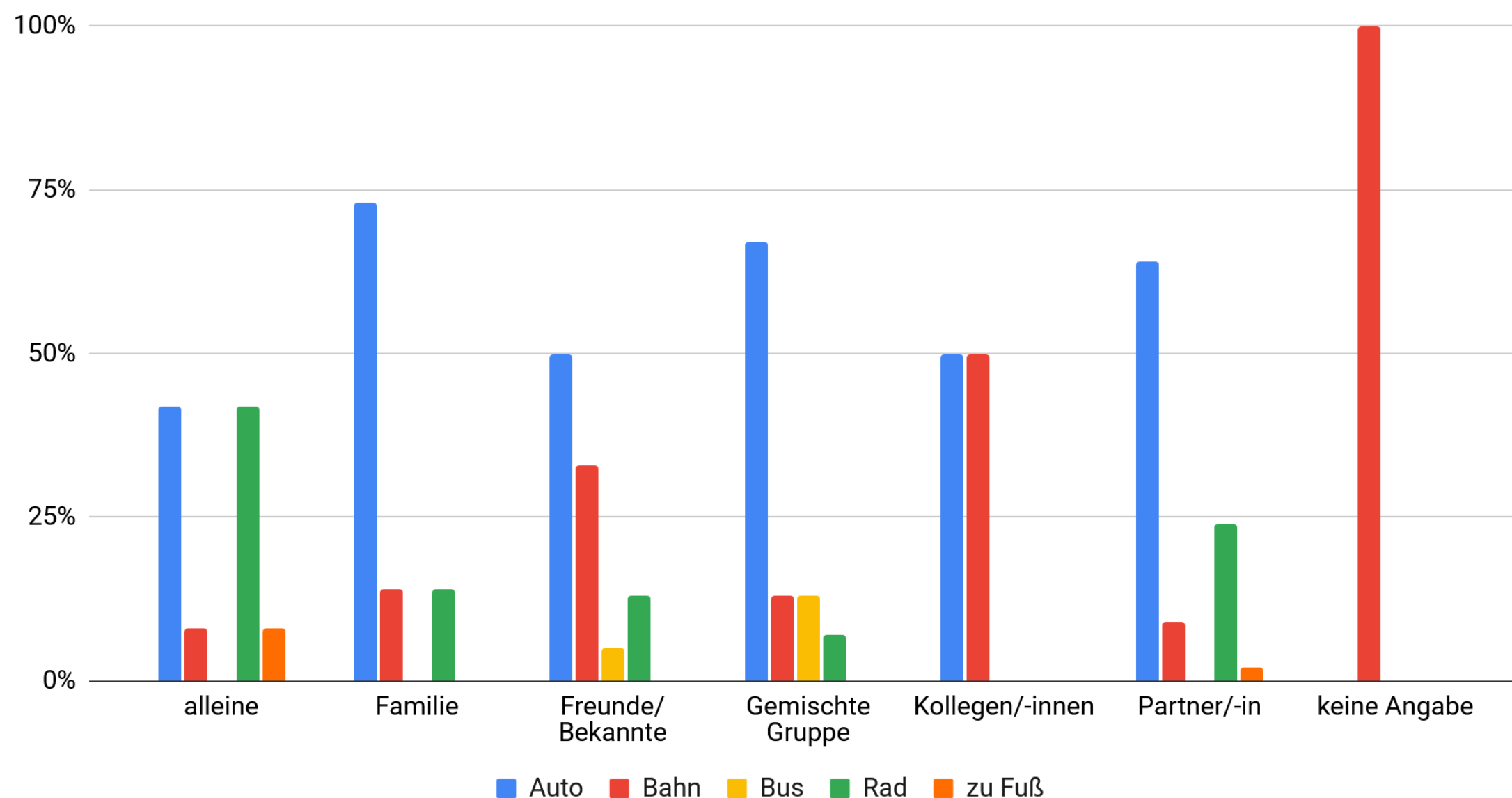
Reiseempfehlungsplattformen (wie booking.com, Expedia) und Tourenplanungs-Apps (wie Komoot, Outdooractive) spielten eine untergeordnete, aber konstante Rolle. Touren-Apps wurden vor allem von Paaren (13%), Alleinreisenden (10%) und gemischten Gruppen (8%) verwendet. Reiseplattformen wurden von 5–11% in mehreren Gruppen genannt.

Soziale Medien wie Facebook stachen bei Freundesgruppen (16 %) und Kolleg/-innen (33%) hervor. Instagram wurde vor allem in gemischten Gruppen (13%) genutzt, in geringerem Maße auch von Familien, Freundesgruppen und Paaren (jeweils 2–3%). TikTok spielte kaum eine Rolle und wurde nur vereinzelt genannt. YouTube, Blogs und Online-Recherche wurden insgesamt nur vereinzelt genutzt, wobei die Online-Recherche bei Familien und Freundesgruppen mit jeweils 17–19% leicht herausstach.

Der Verzicht auf jegliche Informationsquelle wurde nur selten angegeben – am häufigsten bei Paaren (6%) und Alleinreisenden (5%).

Fazit: Kartendienste stellten mit Abstand die wichtigste Informationsquelle für nahezu alle Befragten dar – unabhängig davon, ob allein oder in Gesellschaft gereist wurde. Reiseplattformen und Touren-Apps ergänzten das Bild insbesondere bei Paaren, Familien und Alleinreisenden. Soziale Medien wie Facebook und Instagram wurden punktuell genutzt, vor allem von Freundesgruppen und gemischten Gruppen – TikTok spielte kaum eine Rolle. Die Ergebnisse deuteten darauf hin, dass digitale Orientierungshilfen bei der Ausflugsplanung eine zentrale Rolle spielten, während persönliche Erfahrungen oder Offline-Empfehlungen (implizit durch die geringe Nutzung von Blogs oder YouTube) weniger ausschlaggebend waren.

# Mit wem sind Sie angereist und wie sind Sie angereist?



Die Auswertung der Anreisearten zeigte, dass das Auto für nahezu alle Gruppen das bevorzugte Verkehrsmittel zum See war. Besonders häufig nutzten Familien (73%), Paare (64%) und gemischte Gruppen (67 %) den Pkw. Auch bei allein reisenden Personen sowie bei Freundes- und Kollegen/-innengruppen dominierte das Auto als Anreisemittel.

Die Bahn wurde am stärksten von Freundesgruppen (33%) und Kolleg/-innen (50%) genutzt, spielte bei den übrigen Gruppen jedoch nur eine untergeordnete Rolle.

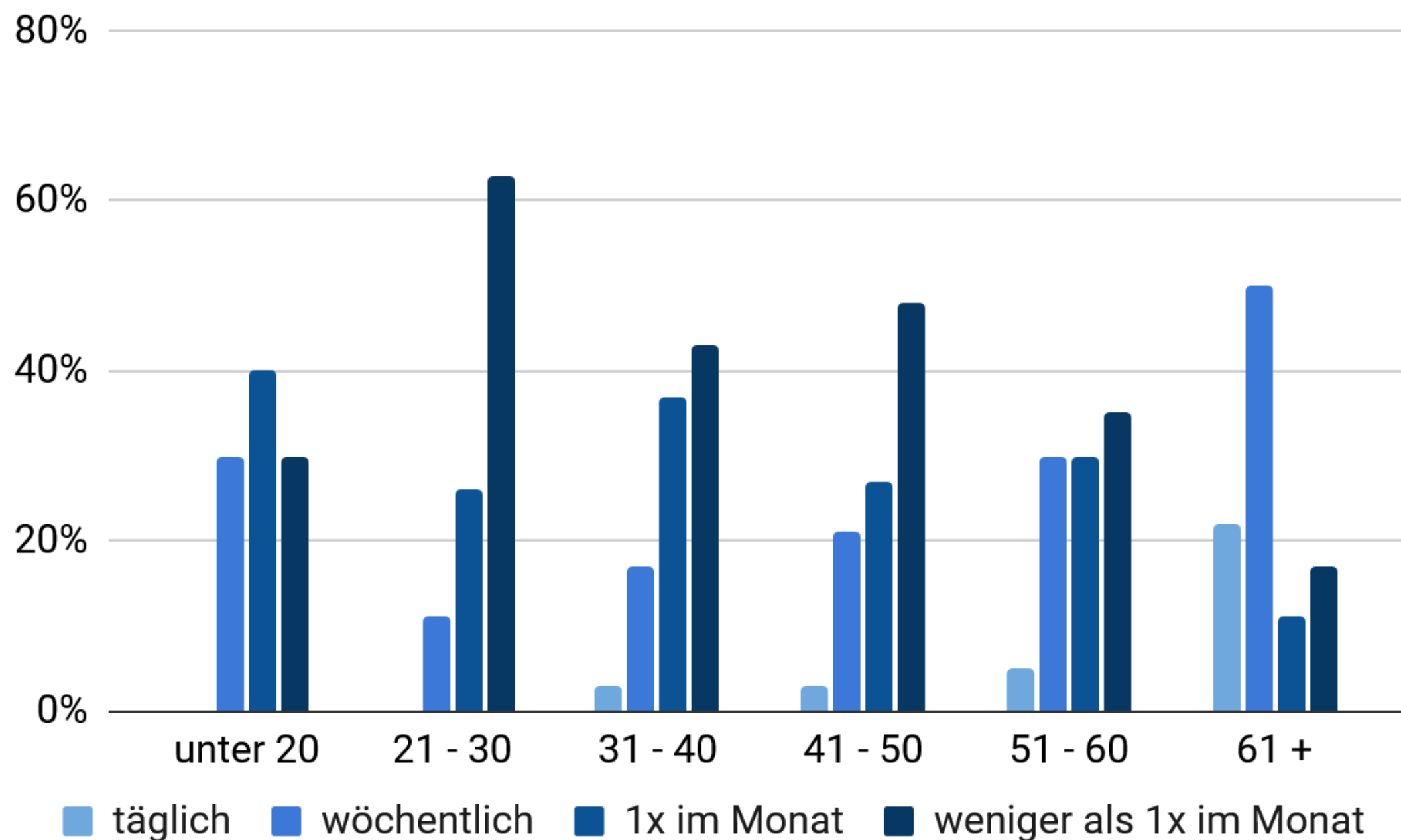
Der Bus wurde insgesamt selten gewählt – nur gemischte Gruppen (13%) und Freundesgruppen (5%) gaben ihn als Anreiseoption an.

Eine bedeutende Rolle spielte das Fahrrad bei Alleinreisenden (42 %) und Paaren (24%), während es in anderen Gruppen kaum genutzt wurde.

Zu Fuß erreichten nur sehr wenige den See – darunter 8 % der Alleinreisenden und 2% der Paare.

Fazit: Insgesamt zeigte sich, dass das Auto mit Abstand das wichtigste Verkehrsmittel blieb. Öffentliche Verkehrsmittel und das Fahrrad gewannen jedoch in bestimmten Gruppen an Relevanz, insbesondere bei Alleinreisenden, Freundesgruppen und Paaren. Zu Fuß kam hingegen kaum jemand. Die Ergebnisse deuteten auf ein hohes Verkehrsaufkommen durch den motorisierten Individualverkehr hin und unterstrichen die Bedeutung einer verbesserten ÖPNV- und Radinfrastruktur.

# Wie alt sind Sie und wie häufig besuchen Sie den Liepnitzsee in der Hauptsaison?



Die Besuchshäufigkeit des Liepnitzsees in der Hauptsaison variierte deutlich je nach Altersgruppe.

Besonders auffällig war, dass die älteste Gruppe (61+) den See am regelmäßigsten aufsuchte: 22% von ihnen besuchten ihn täglich, 50% wöchentlich – zusammen also 72% mit sehr hoher Frequenz.

Auch die Altersgruppe 51–60 zeigte eine relativ regelmäßige Nutzung mit 5% täglichen und 30% wöchentlichen Besuchen.

In den mittleren Altersgruppen (31–50 Jahre) nahm die Besuchshäufigkeit etwas ab. Hier lag der Anteil derjenigen, die den See seltener als einmal im Monat besuchten, bei 43–48%.

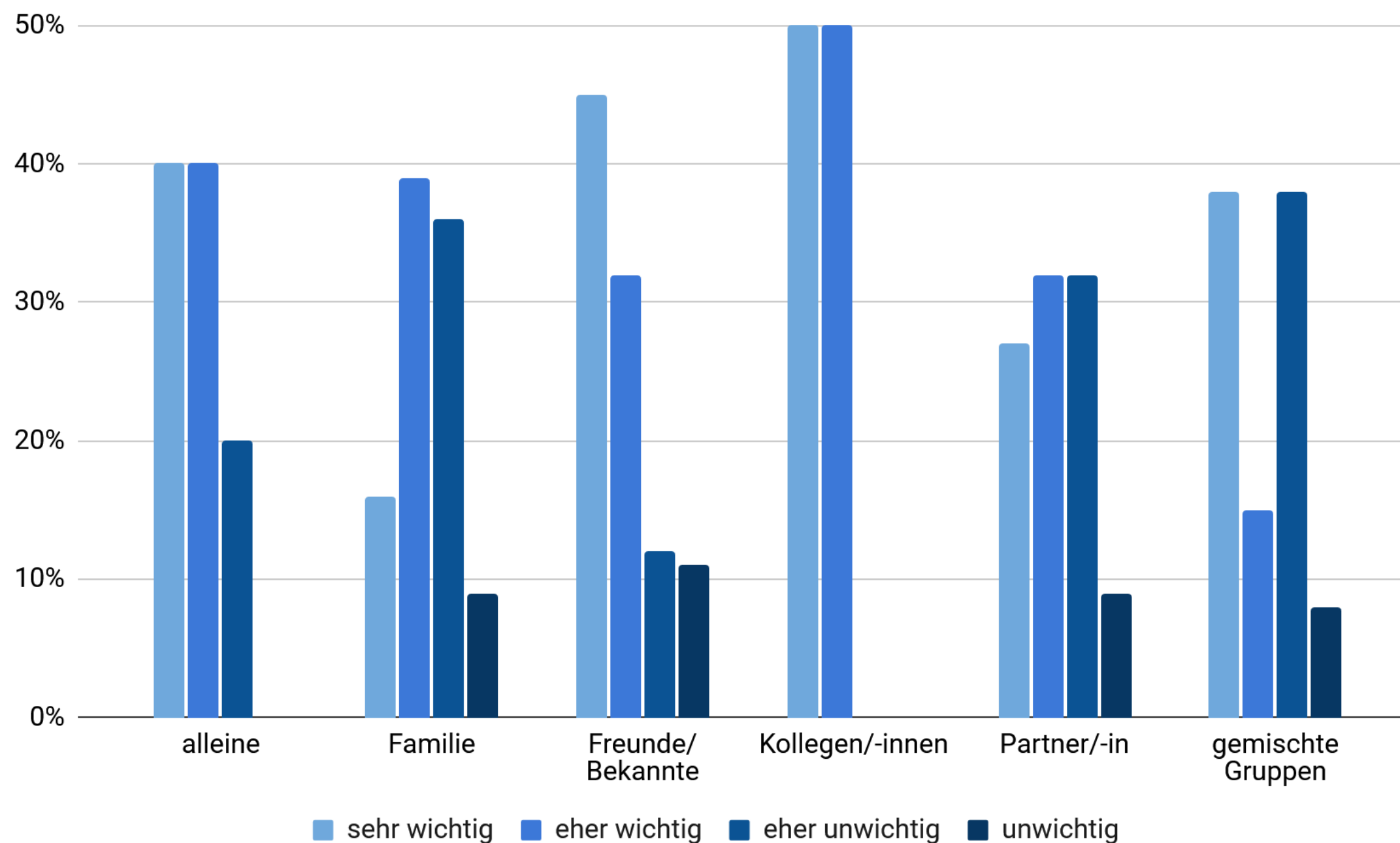
Etwas regelmäßiger nutzten ihn Personen zwischen 31 und 40 Jahren, von denen immerhin 37% monatlich und 17% wöchentlich an den See kamen.

Junge Erwachsene zwischen 21 und 30 Jahren gaben am häufigsten an, den Liepnitzsee weniger als einmal pro Monat zu besuchen (63%).

Auch in der Gruppe unter 20 Jahren war der Anteil der seltenen Besucher/-innen mit 30 % vergleichsweise hoch. Allerdings besuchten hier 40% den See monatlich und 30% sogar wöchentlich.

Fazit: Die Daten zeigten, dass ältere Personen den Liepnitzsee besonders häufig und regelmäßig aufsuchten, während jüngere Erwachsene (insbesondere 21–30 Jahre) deutlich seltener zu Besuch waren. Die Gruppe unter 20 Jahren wies eine eher mittlere Frequenz auf, was auf eine gewisse Verankerung in der Region hindeuten könnte. Insgesamt ließ sich ein Trend ablesen, wonach mit steigendem Alter die Besuchshäufigkeit zunahm – möglicherweise aufgrund höherer Freizeitverfügbarkeit oder stärkerer Verbundenheit mit dem Ort.

# Mit wem sind Sie angereist und wie wichtig sind Ihnen geringe Kosten bei der Auswahl eines Sees? (Eintrittspreise, Parkgebühren)



Die Bewertung von geringen Kosten – also insbesondere Eintrittspreisen und Parkgebühren – unterschied sich je nach Zusammensetzung der Besuchergruppe deutlich.

Alleinreisende maßen diesen Kostenfaktoren eine hohe Bedeutung bei: Jeweils 40% hielten sie für sehr wichtig bzw. eher wichtig, lediglich 20% sahen sie als eher unwichtig an.

Familien zeigten sich etwas differenzierter: 16% fanden geringe Kosten sehr wichtig, 39% eher wichtig. 36% schätzten sie hingegen als eher unwichtig ein, 9% als unwichtig. Dies deutete darauf hin, dass Familien zwar preisbewusst waren, aber auch andere Aspekte bei der Auswahl eine Rolle spielten.

Bei Freundes- oder Bekannten-Gruppen stand der Kostenfaktor stärker im Fokus: 45% nannten ihn sehr wichtig, 32% eher wichtig. Nur rund ein Fünftel empfand Eintritts- oder Parkgebühren als weniger entscheidend.

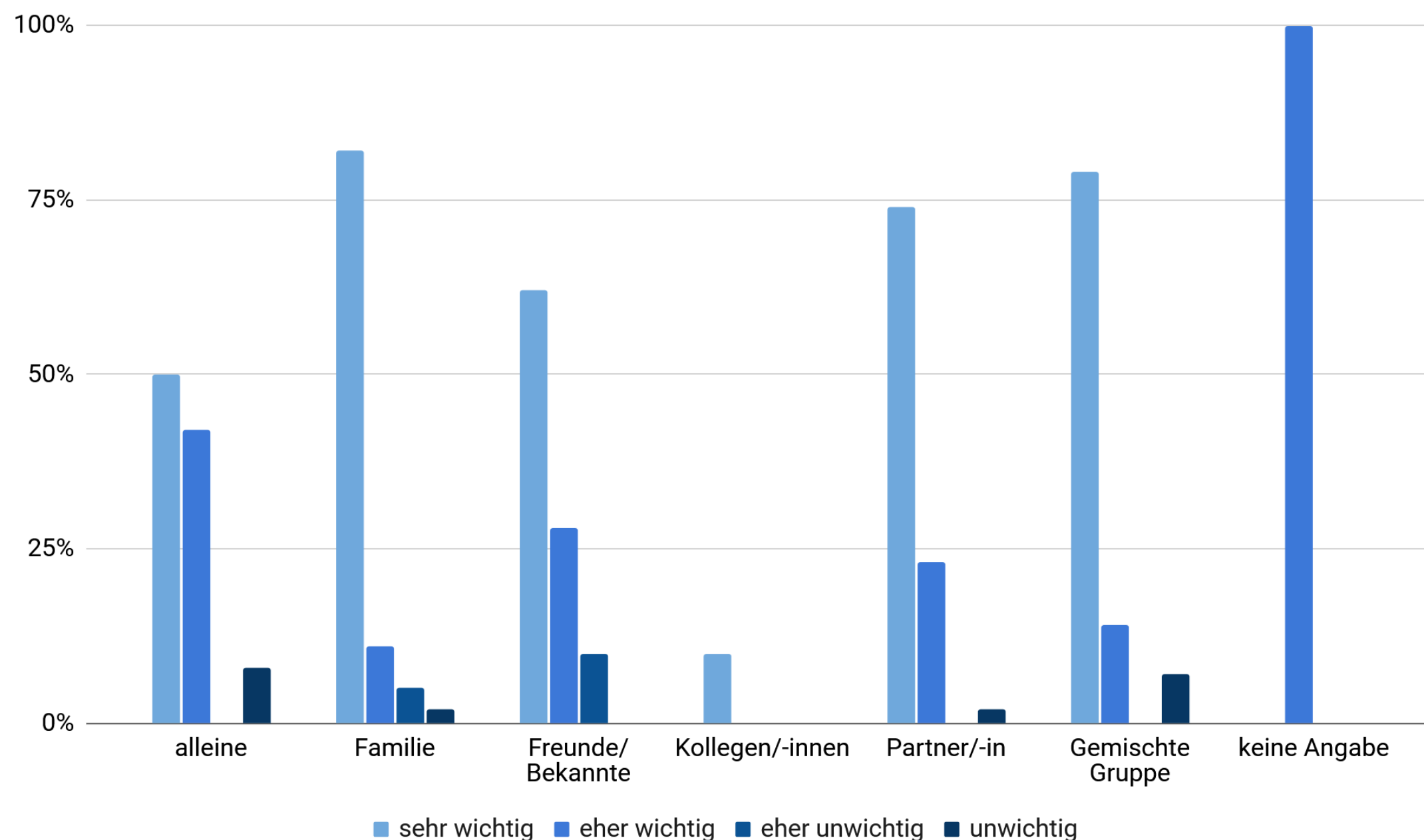
Kolleg/-innen zeigten die deutlichste Haltung: Für 100% waren geringe Kosten wichtig – jeweils zur Hälfte sehr bzw. eher.

Bei Reisenden mit Partner/-in war das Meinungsbild ausgeglichen: 27% bewerteten geringe Kosten als sehr wichtig, 32% als eher wichtig, aber genauso viele (32%) als eher unwichtig.

In gemischten Gruppen war die Einschätzung besonders gespalten: 38% fanden geringe Kosten sehr wichtig, 38% dagegen eher unwichtig. Nur 15% stuften sie als eher wichtig ein.

Fazit: Eintritts- und Parkgebühren waren vor allem für Alleinreisende, Kolleg/-innen und Freundesgruppen von hoher Relevanz. Familien und Paare zeigten sich tendenziell offener gegenüber höheren Kosten, möglicherweise weil sie andere Qualitäten höher gewichteten. Besonders gemischte Gruppen bewerteten Kosten sehr unterschiedlich – was auf verschiedene Bedürfnisse und Prioritäten innerhalb solcher Gruppen hindeutete. Insgesamt waren geringe Kosten jedoch für die Mehrheit der Befragten ein wichtiger Entscheidungsfaktor.

# Mit wem sind Sie hier und wie wichtig ist Ihnen die Sauberkeit der Badestelle bei der Auswahl eines Sees?



Die Ergebnisse zeigten, dass Sauberkeit für die Mehrheit der Befragten ein sehr wichtiges Kriterium bei der Wahl des Badesees war – insbesondere bei jenen, die gemeinsam mit anderen unterwegs waren.

Am stärksten ausgeprägt war dieser Anspruch bei Familien (82% bewerteten Sauberkeit als sehr wichtig) sowie in gemischten Gruppen (79%) und bei Personen mit Partner/-in (74%). Auch unter Freundesgruppen hatte das Thema einen hohen Stellenwert: 62% fanden Sauberkeit sehr wichtig, weitere 28% eher wichtig.

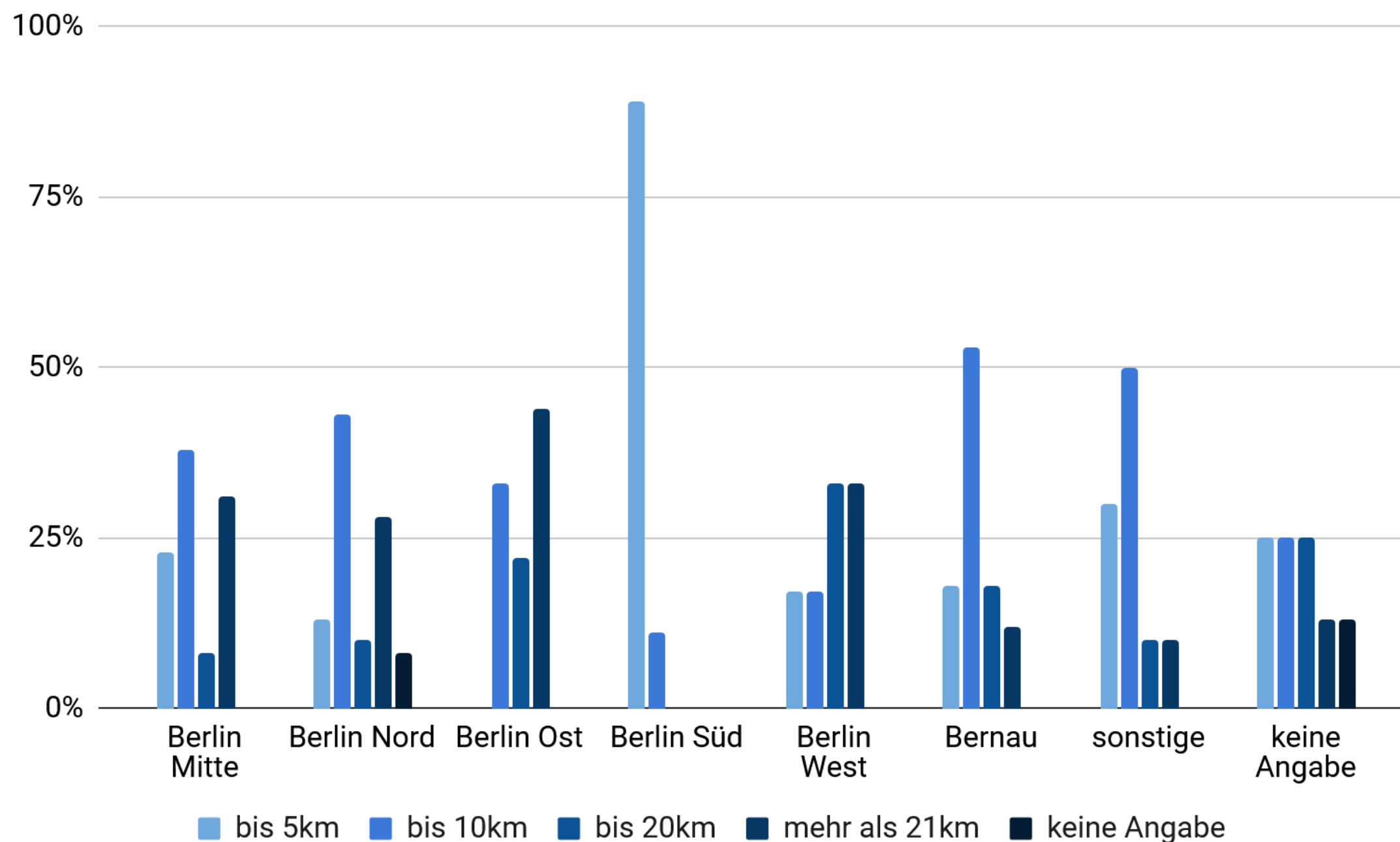
Alleinreisende zeigten ebenfalls ein hohes Bewusstsein für Sauberkeit: 50% von ihnen bewerteten sie als sehr wichtig, 42% als eher wichtig. Nur 8% gaben an, dass Sauberkeit für sie unwichtig sei.

Ein Ausreißer zeigte sich bei den Kolleg/-innen: Hier nannten lediglich 10 % Sauberkeit als sehr wichtig – vermutlich bedingt durch eine sehr kleine Stichprobe.

In der Gruppe ohne Angabe zur Begleitung wurde die Sauberkeit ausschließlich als eher wichtig bewertet (100%), was ebenfalls auf eine kleine Fallzahl hindeutete.

Fazit: Sauberkeit war ein zentrales Entscheidungskriterium bei der Auswahl eines Badesees – besonders für Familien, Paare und Gruppen. Selbst unter Alleinreisenden war das Thema sehr präsent. Diese Ergebnisse verdeutlichten: Ein gepflegtes, sauberes Umfeld war für die Besucher/-innen des Liepnitzsees von hoher Bedeutung und sollte daher in der Gestaltung und Pflege des Areals besondere Beachtung finden.

# Woher kommen Sie und in welchem km-Radius von Wandlitz wären Sie für Alternativvorschläge offen?



Die Auswertung der Daten zeigte deutliche Unterschiede in der Bereitschaft, Alternativvorschläge für Badestellen rund um Wandlitz in verschiedenen Entfernungen wahrzunehmen – je nach Wohnort der Befragten. Besonders auffällig war, dass ein Großteil der Befragten aus Bernau (53%) sowie aus dem Berliner Norden (43%) und dem Bereich sonstige Orte (50%) offen für Alternativen im Umkreis von bis zu 10 Kilometern war. Diese Gruppen zeigten also eine starke Präferenz für wohnortnahe Alternativen.

In Berlin Mitte lag der Fokus ebenfalls eher im näheren Radius: 38% bevorzugten Badestellen bis 10 km Entfernung, allerdings waren auch 31% offen für Ziele, die weiter als 21 km entfernt lagen – hier zeigte sich also eine gewisse Ausgewogenheit zwischen Nähe und Mobilität.

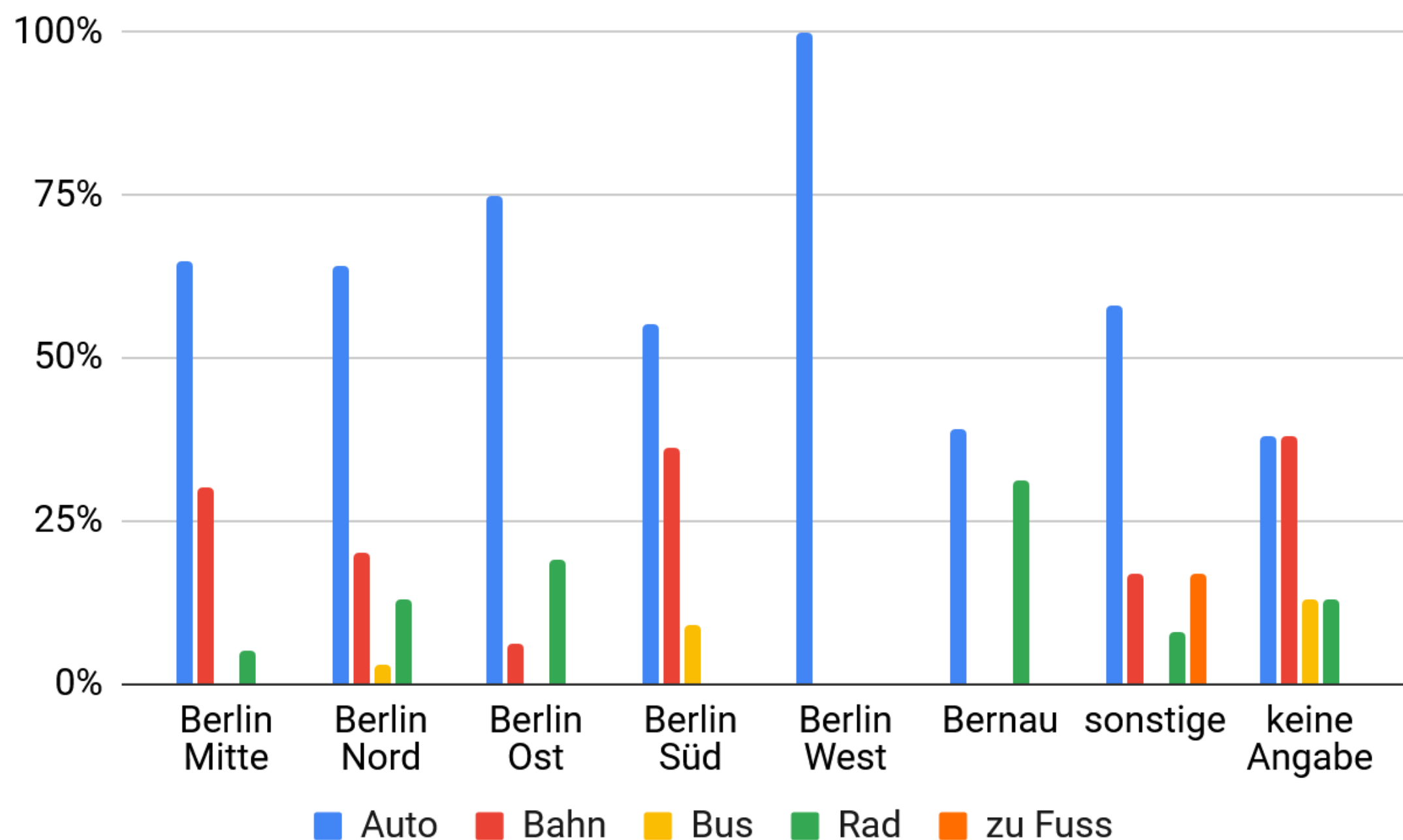
Besonders mobil erschienen die Befragten aus dem Berliner Osten und Berlin West: 44% (Ost) bzw. 33% (West) waren bereit, mehr als 21 Kilometer für eine alternative Badestelle zurückzulegen. Gleichzeitig lag der Anteil derjenigen, die Alternativen bis maximal 10 km bevorzugten, in Berlin Ost mit 33 % und in Berlin West mit 17% vergleichsweise niedrig. Dies sprach dafür, dass Menschen aus diesen Gebieten insgesamt flexibler in der Wahl weiter entfernter Badestellen waren.

Ein deutlicher Kontrast zeigte sich bei den Antworten aus dem Berliner Süden: Hier bevorzugten ganze 89% Alternativen, die nicht weiter als 5 km entfernt waren – ein klares Zeichen für eine stark lokal ausgerichtete Badeortwahl.

Die Gruppe derjenigen, die keine Ortsangabe gemacht hatten, zeigte eine recht gleichmäßige Verteilung der Antworten über alle Distanzen hinweg, was auf eine uneinheitliche oder weniger standortgebundene Einschätzung hinwies.

Fazit: Die Analyse machte deutlich, dass die Bereitschaft, eine andere Badestelle in unterschiedlicher Entfernung aufzusuchen, stark vom Wohnort abhing. Während manche Befragte – insbesondere aus Berlin Ost, West und Mitte – vergleichsweise flexibel waren und auch größere Entfernungen in Kauf nahmen, zeigten sich Befragte aus Berlin Süd besonders standorttreu und bevorzugten klar nahegelegene Alternativen. Dies legte nahe, dass zukünftige Empfehlungen oder Angebote zur Entlastung beliebter Badestellen regional differenziert kommuniziert werden sollten – unter Berücksichtigung der jeweiligen Mobilitätsbereitschaft der Besucher/-innen.

# Woher kommen Sie und in welchem km-Radius von Wandlitz wären Sie für Alternativvorschläge offen?



Die Daten zeigten deutliche Unterschiede im gewählten Verkehrsmittel zur Anreise – je nach Herkunftsort der Befragten. Das Auto war das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel, insbesondere bei Anreisenden aus Berlin West (10 %, n=8), Berlin Ost (75%, n=12), Berlin Mitte (65%, n=13) und Berlin Nord (64%, n=39). Auch aus anderen Regionen wie Oranienburg, Lüneburg, Potsdam usw. (58%, n=7) sowie aus Bernau (39%, n=9) war der Pkw die bevorzugte Wahl.

Die Bahn wurde hauptsächlich von Besucher/-innen aus Berlin Süd (36 %, n=4) und Berlin Mitte (30%, n=6) genutzt. In Berlin Nord (20%, n=12) sowie unter den Befragten ohne Herkunftsangabe (38%, n=3) spielte sie ebenfalls eine gewisse Rolle.

Der Bus spielte insgesamt eine untergeordnete Rolle und wurde nur in wenigen Fällen genannt, z. B. aus Berlin Nord (3%, n=2), Berlin Süd (9%, n=1) sowie unter „keine Angabe“ (13%, n=1).

Das Fahrrad war besonders bei Anreisenden aus Bernau (31%, n=14) und Berlin Ost (19%, n=3) beliebt. Auch in Berlin Nord (13%, n=8) sowie unter den sonstigen Orten (8%, n=1) wurde es genutzt.

Zu Fuß kamen nur wenige Besucher/-innen – nennenswert war hier lediglich die Gruppe „sonstige“ mit 17% (n=2).

Fazit: Insgesamt zeigte sich, dass das Auto mit Abstand das dominierende Verkehrsmittel zur Anreise an den See war – insbesondere aus weiter entfernten Bezirken wie Berlin West, Ost und Mitte. Die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Fahrrad hing dagegen stärker von der Nähe des Wohnortes ab. Vor allem aus Bernau oder Berlin Nord stellte die Anreise mit dem Fahrrad eine echte Alternative dar. Besucher/-innen aus näher gelegenen Orten oder mit besserer Bahnanbindung griffen häufiger auf umweltfreundlichere Optionen zurück. Maßnahmen zur Förderung nachhaltiger Mobilität könnten daher insbesondere für weiter entfernte Stadtteile sinnvoll sein.



Die Umfrage wurde durchgeführt in Zusammenarbeit mit der Gemeinde Wandlitz, der Stadt Bernau und dem Waldbad Liepnitzsee.

Wir bedanken uns für die Unterstützung vom Tourismusverein Naturpark Barnim.

Bei weiteren Fragen zur Umfrage, können Sie uns gern unter [schween@wito-barnim.de](mailto:schween@wito-barnim.de) oder unter +493334 59100 kontaktieren.