

Zusammenfassung

Die vorliegende Masterarbeit befasst sich mit dem Thema Geocaching im Wandertourismus. Untersucht wurde, ob die moderne Freizeitaktivität Geocaching eine Chance für den Wandertourismus in Deutschland darstellen beziehungsweise diesem sogar förderlich sein kann. Um dieser Zielsetzung auf den Grund zu gehen wurden zum Einen sieben leitfadengestützte Experteninterviews mit touristischen Unternehmen geführt und außerdem eine standardisierte Online-Erhebung unter Geocachern mit einer Stichprobengröße von 249 durchgeführt. Es zeigte sich, dass die Themen Wandern und Geocaching prinzipiell zwar stark miteinander kongruieren, touristische oder gar kommerzielle Geocaching-Angebote jedoch seitens der Community größtenteils stark abgelehnt werden. Destinationen, die sich in diesem Bereich engagieren möchten, ist es deshalb geraten, sensibel mit der Thematik umzugehen, um Geocacher als potenzielle Zielgruppe nicht abzuschrecken. Andererseits wurde durch die empirischen Untersuchungen deutlich, dass Geocaching in der heutigen auf Erlebnis ausgerichteten Gesellschaft eine Aktivität darstellt, die einen erheblichen Mehrwert im Rahmen eines Aufenthaltes innerhalb einer Destination bieten kann und darüber hinaus bereits mit geringen Investitionen in die touristische Produktpalette integriert werden kann. Durch Geocaching-Angebote im Wandertourismus kann eine Zielgruppenerweiterung, vor allem bezüglich Kindern stattfinden, die durch die gegebene spielerische Kombination von Natur und Technik zum wandern animiert werden können. Diese Attraktivitätssteigerung des Angebotes kann bestenfalls sogar dem gesamten Image einer Destination förderlich sein. Die zentrale Leitfrage dieser Arbeit, ob Geocaching eine Chance für den Wandertourismus darstellt, kann abschließend nicht eindeutig geklärt werden. Es zeigt sich jedoch anhand verschiedener Faktoren, dass Geocaching in den kommenden Jahren als erlebnisorientierte und moderne Freizeitaktivität durchaus eine immer wichtigere Rolle im (Wander-)Tourismus einnehmen kann.

Abstract

The present master thesis deals with the topic of geocaching in hiking tourism. It has been examined whether the modern leisure activity geocaching could be a chance for hiking tourism in Germany or if it even could be beneficial for it. In order to get to the bottom of this issue seven expert interviews were led with touristic companies and furthermore an online-survey among 249 geocachers was conducted. The evaluation demonstrated that in general the issues of hiking and geocaching are highly congruent with each other. However, what touristic or even commercial geocaching offers is mostly strongly rejected by the community. Destinations which intend to become involved in this touristic topic should deal with it very cautiously in order not to frighten off the potential target group of the geocachers. On the other hand the empirical study revealed that geocaching is an activity which offers a substantially touristic worth in today's experience-oriented society. Over and above it can be incorporated into the touristic product range with low investment. Because of what geocaching offers in hiking tourism a target group expansion could occur, especially in relation to children, which could be animated to hike due to the playful connection of nature and technology. This increase in attractiveness can at best result in a general improvement in the image of the destination. The key question of this thesis whether Geocaching is an opportunity for hiking tourism can finally not be answered unambiguously. However, based on various factors it can be stated that geocaching as an experience-orientated and modern leisure activity could play an increasingly important role in hiking tourism in the coming years.