

Spielen Sie mit!

Geospiele als Vermittlungsformate

Eine Handreichung für die Geographischen Gesellschaften

Erstellt vom Projektteam „Neue Vermittlungsräume“

Leibniz-Institut für Länderkunde

Spielerische Zugänge für Wissensvermittlung

Ein Zukunftsszenario der Geographischen Gesellschaft (GG) X in der Stadt Y:

Im Vermittlungsangebot der GG gibt es neben den bewährten wissenschaftlichen Vorträgen und Exkursionen mehrere Apps im Angebot. Diese sind auf die Zielgruppen abgestimmt und an verschiedene Bedürfnisse angepasst. Beim Kinderquiz führt das virtuelle GG-Maskottchen „Dino“ die Kleinen anhand der Frage „Wer hat das Dinosaurier-Ei geklaut?“ quer durch die Stadt. Kindgerecht werden Informationen und Geschichten über die Orte in ein Quiz verpackt. Das Maskottchen springt auf dem Smartphone-Bildschirm herum und erweckt die Gemäuer der Stadt zum Leben. Geocaching, die elektronische Schnitzeljagd, hat sich zum Nr.-1-Vermittlungsraum und dem öffentlichkeitswirksamsten Format der GG entwickelt: Neben dem Sport-Geocache, der Outdoor-Aktivitäten mit Geocaching verbindet, und dem geologischen EarthCache im nahegelegenen Geopark gibt es einen Geocache, bei dem der barrierefreie Zugang zu allen Verstecken möglich ist. Alle drei Geocaches verpacken raumwissenschaftliche Inhalte in spannende Schatzsuchen durch die Stadt, wobei die inhaltliche Vielfalt von aktuellen Themen der Stadtentwicklung über Braunkohleabbau bis zu Globalem Lernen reicht.¹ Die Mitglieder der GG haben in kleinen, altersmäßig gemischten Arbeitsgruppen Spaß daran, die Caches und die Inhalte der Apps immer wieder mal zu modifizieren oder zu aktualisieren.

Ein spielerischer Zugang in der Vermittlung geographischer Inhalte kann – wie das Szenario es nahelegt – auch von Geographischen Gesellschaften genutzt werden, um neue Vermittlungsformate zu schaffen oder bestehende mit spielerischen Ansätzen zu ergänzen. Neben der Qualität der Vermittlung über das Spielen an sich, können sie damit auch jüngere Zielgruppen ansprechen, die sonst schwieriger für Inhalte geographischer Art zu erreichen sind.

Schon heute haben viele Geographische Gesellschaften Schüler_innen als ihre Zielgruppe definiert und bieten lehrplangerechte Vorträge an. Sie kooperieren mit Schulen und laden Klassen zu ihren Veranstaltungen ein.² Geospiele bieten eine Möglichkeit, neue Zielgruppen zu erreichen und gleichzeitig eine andere Form der Wissensvermittlung zu betreiben.

In dieser Handreichung steht die Verbindung aus Spielen und Vermittlung von ortsbezogenem Wissen unter Einbezug digitaler Medien im Vordergrund. Es geht darum, wie die als „Geospiele“ bezeichneten Vermittlungsformate im Kontext der GG-Arbeit eingesetzt

¹ Falls Sie an dieser Stelle nur „Bahnhof“ verstanden haben sollten, finden Sie Erläuterungen zu den Begriffen im Abschnitt 1 „Geospiele“

² Ausgangspunkt dieser Handreichung ist der erste gemeinsame Workshop Geographischer Gesellschaften im Rahmen des Projekts „Neue Vermittlungsräume in Geographie und Raumwissenschaften – neue Medien und intergenerationelles Lernen“ (VR). Für weitere Informationen besuchen Sie die Projektwebsite unter: http://www.ifl-leipzig.de/de/forschung/projekt/detail/neue_vermittlungsräume_zwischen_wissenschaft_und_praxis_in_den_sozial_und_raumwissenschaften.html (Abrufdatum: 05.05.15).



werden können. Spiele und spielerische Formate aus den Bereichen Tourismus, Museumspädagogik, Freizeit und Stadtmarketing werden vorgestellt und Begriffe erläutert.

Inhaltsverzeichnis

1. Begriffsklärung: Geospiele	3
2. Spiele mit Bildungsaspekt	5
3. Geospiele für Geographische Gesellschaften?	6
4. Geospiele, die Sie ohne weiteres nutzen können	9

1. Begriffsklärung: Geospiele

Aus dem Freizeitbereich, dem Gamedesign und der Medienpädagogik sind verschiedene Arten von Spielen bekannt: draußen oder drinnen, auf dem Smartphone oder mit Stift und Zettel, internetbasiert oder offline. Dabei kann das Spielen vom Selbstzweck und dem reinen Zeitvertreib bis zu Lernspielen mit einem konkreten Vermittlungsziel reichen. In der Fachdiskussion wird der Begriff *serious games* für Spiele, die Bildungsinhalte vermitteln, gebraucht. Mit der Vermittlung von Wissen durch Spiele ist vor allem die Erwartung verbunden, die Motivation der Lernenden zu erhöhen und Lernprozesse durch die aktive Anwendung und Vertiefung von Kenntnissen zu unterstützen.³

Für Geographische Gesellschaften können in diesem Zusammenhang Ableitungen aus dem Geländespiel, wie Schnitzeljagden und Stadtrallyes, interessante Formate sein. Sie finden außerhalb von Gebäuden statt und beziehen die natürliche und gebaute Umwelt in den Spielverlauf ein bzw. verwenden sie als Kulisse für das Spielszenario. Natürlich gibt es heute auch digitalisierte Formen dieser Spiele.

Geospiele profitieren heute ganz besonders davon, dass Technologien der Positionsbestimmung, wie GPS, überall verfügbar sind. Standortbezogene Spiele oder *location-based games* nutzen diese Technik. Dabei spielt die physische Umgebung der Spieler eine zentrale Rolle. Denn anders als mobile Spiele, die auf tragbaren Plattformen (mobilen Spiel-

³ Vgl. https://www.e-teaching.org/didaktik/konzeption/methoden/lernspiele/game_based_learning/index_html (Abrufdatum: 15.06.15).



konsolen, Smartphones, Tablets, usw.) in virtuellen Welten ohne Bezug zum geographischen Raum gespielt werden,⁴ wird hier die Umgebung einbezogen. Der Spieler beeinflusst durch seine geographische Position den Verlauf des *geogame*.⁵

Eine weitere Gattung von Spielen kann mit dem Begriff *pervasive games* beschrieben werden. Sie übertragen die virtuelle Welt in die reale Umgebung beziehungsweise weiten diese aus. Dabei können *augmented-reality*-Elemente (erweiterte Realität, oder kurz: AR) einbezogen werden.⁶ Die Nutzerin beziehungsweise der Nutzer befindet sich dabei in der „realen“ Umgebung, die um virtuelle Elemente beziehungsweise digitale Informationen erweitert ist: Mit der Kamera ihres oder seines mobilen Endgerätes wird ein Gebäude oder Ausstellungsstück im Museum eingescannt, woraufhin eine App das eigentliche Kamerabild durch zusätzliche Information überlagert. Die eingeblendeten Informationen können Text, Grafiken, 2D- oder 3D-Objekte, Animationen oder Videos sein.⁷ Sie sollen mit der sichtbaren, realen Welt zum einem Bild verschmelzen.

Ein prominentes Beispiel für ein *location-based game* mit *augmented-reality*-Elementen ist das 2012 von der Google-Tochter Niantic Labs herausgebrachte Ingress. Ingress ist ein App-basiertes und GPS-gestütztes Rollenspiel für Smartphones, das als MMOG (*massive multiplayer online game*) gespielt wird. Aufgebaut wie eine Schnitzeljagd, ist das Spiel in eine Narration eingebettet, bei der sich Spieler_innen entscheiden müssen, welcher Fraktion sie zugehörig sein wollen, um die Portale – z.B. Denkmale, Plätze etc. im öffentlichen Raum – virtuell in Besitz zu nehmen. Laut ZEIT gibt es alleine in Köln heute ca. 2.500 Portale.⁸ Ingress ist ein Beispiel, das die Zielgruppe der Gamer anregt, sich im öffentlichen Raum aufzuhalten und Orte in der Umgebung zu entdecken. Kritisch zu sehen ist dabei allerdings, dass Google während des Spielens fortwährend Bewegungsdaten erhebt, die unternehmerisch nutzbar gemacht werden können. Denn wer Ingress spielt, braucht ein Google-Konto und stimmt damit den Nutzungsbedingungen zu und produziert den Inhalt, den Google verwertet.⁹

⁴ Vgl. Schlieder, C. (2014): Geogames – Gestaltungsaufgaben und geoinformatische Lösungsansätze. In: Informatik-Spektrum 37, Nr. 6, S. 567-574, hier S. 568.

⁵ Vgl. <http://www.geogames-team.org/> (Abrufdatum: 15.06.15), sowie Feulner, B. (2012): Exkursionsdidaktik innovativ – unterwegs mit Tablets und Smartphone. In: Pingold, M.; Uphues, R. (Hrsg.) (2012): Jenseits des Nürnberger Trichters - Ideen für einen zukunftsorientierten Geographieunterricht. Tagungsband zum 15. Bayerischen Schulgeographentag. Nürnberg, S. 65-68, verfügbar unter: <http://www.geo.uni-augsburg.de/lehrstuehle/didaktik/team/feulner/publikationen/> (Abrufdatum: 15.06.15).

⁶ Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Erweiterte_Realit%C3%A4t (Abrufdatum: 15.06.15).

⁷ Viele Beispiele der Nutzung von *augmented-reality*-Elementen, auch unter Einbezug ihres didaktischen Potenzials, sind auf www.e-teaching.org abrufbar: http://www.e-teaching.org/didaktik/gestaltung/augmented_reality (Abrufdatum: 15.06.15).

⁸ Vgl. <http://www.zeit.de/digital/games/2014-07/ingress-iphone> (Abrufdatum: 15.06.15).

⁹ Vgl. <http://www.dw.de/mit-ingress-unterwegs-in-zwei-welten/a-17222433> (Abrufdatum: 15.06.15).

Geospiele mit vorrangigem Bildungs- und Vermittlungskontext existieren natürlich auch, sind aber weniger verbreitet als zum Beispiel Ingress.

2. Spiele mit Bildungsaspekt

Zur Anregung für die Anwendung von Spielen und spielerischen Formaten finden sich an den Schnittstellen zwischen Tourismus, Städtetouren und Kulturerlebnis viele anschauliche Beispiele. Einen theoretischen Hintergrund für den Einsatz von Spielen zu Vermittlungszwecken, darunter dem *game-based learning*, bieten aktuelle didaktische Konzepte.¹⁰

Aus dem Bereich der Museumspädagogik kennen wir einige Umsetzungen für zeitgemäße Vermittlungsaufgaben. In diesem Bereich sind auch digitale Formate längst angekommen. Audioguides wurden durch Smartphone-basierte Touren technisch bereits verfeinert, teilweise beziehen diese sogar *augmented-reality*-Elemente ein.¹¹ Ein Beispiel für eine auch wissenschaftlich anspruchsvolle Lösung ist der Museumsführer des Roemer- und Pelizaeus-Museum Hildesheim, der in Kooperation mit der Hochschule für Angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim entworfen wurde.¹² Als interaktiver Museumsführer verbindet die Tour *augmented-reality*-Elemente mit Informationsblocks und spielerischen Einlagen. Einerseits können die Besucher_innen audioguide-ähnliche Informationen über die Exponate abrufen, andererseits bieten Spielelemente und Quizfragen eine abwechslungsreiche Möglichkeit zur Auseinandersetzung mit den Museumsräumlichkeiten. Im eigentlichen Sinne handelt es sich hier nicht um ein Geospiel, da sich die Museumstour in Innenräumen abspielt. Diese und ähnliche Anwendungen sind aber mit etwas Phantasie auch „draußen“ vorstellbar. Der Museumsführer ist inspirierendes Beispiel. Er wurde dezidiert für den Vermittlungszweck gestaltet und verbindet dabei die Nutzung

¹⁰ Bspw. https://www.e-teaching.org/didaktik/konzeption/methoden/lernspiele/game_based_learning/index_html (Abrufdatum: 08.05.15)

¹¹ Unter <http://www.culture-to-go.com/mediathek/augmented-reality-im-museum/#M009> und <http://kunst-trifft-social-media.blogspot.de/2013/11/augmented-reality-apps-im-museum-es.html> finden sich weitere Beispiele für AR im Museum. Eine Anregung kann die App **ARART** bieten, bei der mithilfe von *augmented reality* „Leben in Gemälden gehaucht“ wird. Eher als Spielerei, aber dennoch beeindruckend integriert die App AR in den Ausstellungsbesuch (<http://www.arart.info/>). Eine weitere Anwendung hat das Nationalmuseum in Krakau mit **Secrets Behind Paintings** entwickelt, wo für Kinder und Erwachsene Geschichten um die ausgestellten Gemälde nachgespielt wurden. Wenn man sein Smartphone an ein Gemälde hält, werden die abgebildeten Figuren lebendig und erzählen ihre Geschichte. Der historische Kontext und Hintergrundinformationen sind so in einer anschaulichen (aber auch sehr aufwendigen) Form präsentiert (<https://www.youtube.com/watch?v=JNY-ogBkt4Q>, Abrufdatum für alle Links der Fußnote: 08.06.15). Weitere Apps und Frameworks für AR sind **Layar**, **Wikitude** und **Google Glass**. Als Idee kann festgehalten werden, *augmented reality* zur Erschließung junger und technikaffiner Zielgruppen zu nutzen. Auch Vermittlungsziele können realisiert werden, indem z.B. Grund- und Aufrisse von Gebäuden auf das Live-Video gelegt werden, oder indem bspw. beim Abfilmen eines Berges eine Visualisierung der geologischen Schichten als AR-Element eingebaut wird.

¹² Vgl. <https://www.vimeo.com/119761638> (Abrufdatum: 08.06.15).

von neuen Medien, Bedienbarkeit und Design.¹³

Die Firma Pausanio entwickelt Formate im Kunst- und Kulturbereich, darunter Apps für Museen und wissenschaftlich fundierte Stadtführungen.¹⁴ Eine der von dieser Firma produzierten Apps ist die Stadtrallye Köln. Die App bietet eine virtuelle Schnitzeljagd durch die Kölner Innenstadt, welche in eine Geschichte eingebunden ist:

„Professor Himmelreich ist verschwunden! Kommen Sie gemeinsam mit seiner Assistentin Bärbel Overstolz hinter das Geheimnis seiner Entführung und erfahren Sie dabei Interessantes, Wissenswertes und Kurioses über die Geschichte Kölns.“¹⁵

Die Spieler_innen haben 60 Minuten Zeit um von Station zu Station zu gelangen und dort verschiedene Aufgaben zu lösen. Die letzte Aufgabe schaltet sich erst dann frei, wenn Sie sich am richtigen Ort befinden. Das Konzept dieser App wurde mit einer Kunsthistorikerin und Museumspädagogin erarbeitet und ist ein weiteres Beispiel für Geospiele mit Bildungsaspekt.

3. Geospiele für Geographische Gesellschaften?

Location-based games haben sich in relativ großer Bandbreite etabliert. Meist liegt der Fokus der vorgestellten Formate bei Spiel und Spaß. Einige Spiele verfolgen ein Bildungsziel und verpacken diese z.B. in Schatzsuchen oder Stadterkundungstouren. Darunter gibt es einige ansprechende Beispiele, die nicht vordergründig einen Geographie-Bezug haben, sich aber für Vermittlungszwecke modifizieren ließen.¹⁶

Geospiele unterscheiden sich von klassischen wissenschaftlichen Veranstaltungsformaten der GG, denn die Vermittlungssituation ist eine andere: Nicht Vortragende oder Exkursionsleiter_innen etc. dozieren und die Besucher_innen hören zu, sondern die Teilnehmenden nutzen individualisierte Angebote, setzen sich eigenständig mit den Inhalten auseinander und unternehmen eine auf sie zugeschnittene oder von ihnen selbst zusammengestellte Tour. Diese Vermittlungssituation kann auch einen Vorteil aus Sicht der GG be-

¹³ Einige *geogames* verwenden eine 3D-Registrierung und können auch als *pervasive games* gelten. Allerdings beziehen sich viele *augmented-reality*-Spiele nur auf Innenräume oder setzen die Fortbewegung nicht als Spielelement ein, sind also nach der Definition keine *geogames*. Vgl. Schlieder, Ch. (2014): Geogames – Gestaltungsaufgaben und geoinformatische Lösungsansätze. In: Informatik-Spektrum 37, H. 6, S. 567-574, hier S. 568.

¹⁴ Vgl. <http://pausanio.com/ueber-uns/> (Abrufdatum: 08.06.15).

¹⁵ <https://itunes.apple.com/de/app/stadtrallye-koln/id458574996?mt=8> (Abrufdatum: 08.06.15).

¹⁶ Das VR-Team konnte nicht mit allen hier vorgestellten Spielen und spielerischen Formaten praktische Erfahrungen sammeln. Dennoch dienen sie den GG als Anhaltspunkte, sich selbstständig mit Geospielen und deren Potential für Wissensvermittlung auseinanderzusetzen.



deuten. Denn ein klassischer GG-Vortrag zu einem bestimmten Thema ist oft an die Person geknüpft, die in diesem Feld forscht. Die Vortragsthemen kommen und gehen mit den Vortragenden. Spielerische, App-gestützte Formate können die Vermittlung entpersonalisieren und sind individuell nutzbar. Ein Nachteil dieser Form ist, dass es keine Möglichkeit zu persönlicher Interaktion in Form von Nachfragen und Diskussion gibt.

Die Vorteile spielerischer Vermittlungsformate für die Lernenden liegen auf der Hand: Lernende werden aktiv, beschäftigen sich mit einer Fragestellung vor Ort und eignen sich das Wissen selbst und im eigenen Rhythmus an. Das Besondere an Geospielen beziehungsweise *location-based games* ist die Verbindung der Narration des Spiels mit einer körperlichen Erfahrung im Raum. Damit haben Spiele als Vermittlungsform das Potenzial einer erweiterten Perspektive auf die Umwelt der Spielerin oder des Spielers.

Die GG als Vermittler geographischen Wissens könnten ihre wissenschaftliche Expertise einbringen und ein Spiel und/oder eine App entwickeln bzw. vorhandene Infrastruktur für Anwendungen nutzen. Weitere Herausforderungen betreffen die Fragen, wie Sie aktuelle wissenschaftliche Wissensbestände didaktisch korrekt reduzieren, in ein Spiel „verpacken“ können und gleichzeitig Nicht-Wissenschaftler_innen für raumwissenschaftliche Themen begeistern können. Spiele haben das Potenzial, Wissen und Kompetenzen zu vermitteln, ohne dass die Beteiligten es als strenge Vermittlungssituation wahrnehmen.

Können Sie sich vorstellen, Geospiele für Ihre Zwecke zu nutzen bzw. zu entwickeln? Sehen sie Anknüpfungspunkte für bestehende Formate? Passen spielerische Formate überhaupt zum spezifischen Vermittlungsauftrag Ihrer GG?

Möglicherweise lassen sich universitäre Seminare, zum Beispiel der Geographiedidaktik, einbinden, um ein Pilotprojekt zu starten? Sehen Sie andere Wege und Möglichkeiten Geospiele für GG nutzbar zu machen?

Die Entwicklung von Geospielen erfordert viel Zeit, Arbeit und Geld; die technische und inhaltliche Unterhaltung und die Pflege eines Geospiels ebenfalls. Mögliche Zusammenarbeit verschiedener GG und die gemeinsame Nutzung technischer Grundlagen sind denkbar und könnten ein solches Vorhaben auf mehrere Schultern verteilen. In der Bestückung von Apps oder der Erstellung von Spielen brauchen Sie daher wahrscheinlich Kooperationspartner_innen.

Ob sich Geospiele, beziehungsweise genauer *location-based games*, für Geographische Gesellschaften als Vermittlungsform eignen, hängt deshalb im Wesentlichen von den Kapazitäten der jeweiligen GG und ihrer Fähigkeit Kooperationspartner_innen für die Entwicklung und Unterhaltung zu gewinnen ab.

Einige Vorteile und Herausforderungen für GG mit Interesse an der Entwicklung von Geospielen sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

Vorteile für die GG	Herausforderungen und offene Fragen für die GG
✓ Zeitgemäße Methoden und Formate der Vermittlung	✓ Wer stellt die Inhalte bereit? Wer entwickelt eine Spielnarration?
✓ Erschließung neuer Zielgruppen: Jugendliche und technik- beziehungsweise spielaffine Erwachsene	✓ Wer setzt die Inhalte technisch um?
✓ Öffentlichkeitswirksamkeit	✓ Wie wird das Geospiel finanziert?
✓ Möglich sind Kooperationen mit Uni-Seminaren, die die Bestückung der Apps leisten (z.B. Geographiedidaktik)	✓ Wie lassen sich neue Formate kommunizieren?
	✓ Wie lässt sich die Nachhaltigkeit sicherstellen (z.B. Pflege der technischen Anwendung)?

Vorteile und Herausforderungen für GG bei der Entwicklung von Geospielen. Eigene Darstellung.

Überlegen Sie, welche Inhalte aus der raumwissenschaftlichen Forschung für spielerische Formate anschlussfähig sind. Für ein Geospiel wird in der Regel eine raumwissenschaftliche oder geographische Thematik vorausgesetzt, die es zulässt, ortsbezogenes Wissen darzustellen, sodass es für Nutzer_innen in ihrer Umgebung greifbar wird. Themen, die sich nicht unmittelbar verorten lassen müssen didaktisch umgeformt werden.



4. Geospiele, die Sie ohne weiteres nutzen können

Geographische Gesellschaften können auf verschiedene bereits bestehende Anwendungen zurückgreifen, sich davon inspirieren lassen und Geospiele mit relativ wenig Zeitaufwand ausprobieren. In diesem Abschnitt finden Sie dafür zwei Beispiele.

Einen Werkzeugkasten zum Selbermachen von App-gestützten Schnitzeljagden bietet die App „Placity“. Die von Schülerinnen und Schülern eines Gymnasiums in Speyer gepflegte App kann auf Android- und iOS-Smartphones eingesetzt werden und wird im Browser erstellt. Das zur Verfügung gestellte Framework zur Bestückung der App mit Inhalten können Sie kostenlos herunterladen. Elemente wie Quizfragen, Informationsblocks und Touren sind vorgesehen. Für die Entwicklung des Spiels im Rahmen eines Workshops, zum Beispiel für Jugendliche, gibt es im dazugehörigen Handbuch weiterführende Informationen.

„Durch die vielfältigen Kombinationsmöglichkeiten von Fragen, Texten, Videos und Bildern kann so leicht ein ansprechendes und interessantes Game erstellt werden. Placity kann zum Beispiel als Stadtführung, Schnitzeljagd, Erlebnistour, Audioguide oder Informationsapp zum Einsatz kommen.“¹⁷

Die technischen Voraussetzungen für die digitale Schnitzeljagd stehen zur Verfügung. Die Inhalte sind je nach Ihren Vorstellungen anpassbar an Zielgruppen, Themen und Altersklassen.

Eine weitere Möglichkeit ist es, Geocaching für Wissensvermittlungszwecke zu nutzen. Geocaching ist das bekannteste und mit weltweit über sechs Millionen registrierten Nutzer_innen am weitesten verbreitete digital gestützte Geländespiel. Der Begriff bezeichnet eine technologiegestützte Schnitzeljagd, bei der sog. Geocaches gesucht werden. Die Nutzer_innen beziehen die GPS-Daten der Verstecke durch Online-Listen und begeben sich auf die Suche ins Gelände. Geocaches oder Caches können von zentimeterkleinen Objekten bis hin zu Schatzkisten mit verschiedenem Inhalt reichen, die meist an interessanten und ungewöhnlichen Orten lagern. Die Schatzsuche ist oft durch Erzählungen und Fakten angereichert.

Geocaching wird mit Spiel und Spaß verbunden, findet aber auch unter dem Begriff Educaching im Bildungs- beziehungsweise Vermittlungskontext Widerhall.¹⁸ Es bietet die

¹⁷ Siehe http://placity.de/materials/guide_web/index.html (Abrufdatum: 09.06.15).

¹⁸ Vgl. <http://medialepfade.de/2014/06/apps-der-ausserschulischen-bildung> und https://www.e-teaching.org/materialien/glossar/geo_educaching (Abrufdatum: 08.06.15).



Möglichkeit, Wissen über bestimmte Orte oder Themen zu vermitteln und Menschen zugänglich zu machen, die sich mit ihrer Umgebung in spielerischer Weise auseinandersetzen wollen. GG, die bereit sind Geocaching auszuprobieren, werden begeisterungsfähige Nutzer_innen vorfinden, die sich möglicherweise auch für andere Formate der GG interessieren.

Darüber hinaus gibt es bereits Caches, die explizite geographische bzw. geowissenschaftliche Themen zum Gegenstand haben, weit verbreitet und dazu noch sehr beliebt sind. Die so genannten EarthCaches existieren bereits vielerorts und haben geologisch sehenswerte Orte zum Gegenstand. EarthCaches müssen eine erdwissenschaftliche Lektion beinhalten. Um das Versteck zu finden, müssen die Nutzer_innen Fragen zum Beispiel zu einer geologischen Gegebenheit vor Ort beantworten.¹⁹ Geoparks bieten sich daher als Kooperationspartner für EarthCaches in der Umgebung einer GG an.

Weitere Informationen zum Thema Geocaching finden Sie in der Handreichung „[Wo ist der Schatz versteckt? Geocaching als raumwissenschaftliches Vermittlungsformat](#)“. Lassen Sie uns wissen, wenn Sie an einer Umsetzung Interesse haben. Während der Projektlaufzeit vermittelt Ihnen das VR-Team vermittelt gerne Praxispartner, berät oder – abhängig von unseren Kapazitäten – entwickelt gemeinsam mit Ihnen ein Pilotprojekt.

Bearbeitung: Jörg Kosinski und Verena Ott | Stand: Oktober 2015 – Version 1.0

¹⁹ Vgl. EarthCache Guidelines auf Deutsch <http://community.geosociety.org/earthcache/guidelines/german> (Abrufdatum: 09.06.15).