

Kurzfassung

Verfasserin Luca Klinkhammer	Betreuer Jannes Bayer
Titel Einfluss von Angeboten auf die Zufriedenheit im Nationalpark Hohe Tauern	
Keywords (bitte formulieren Sie 3-5 wissenschaftliche Suchbegriffe zu Ihrer Arbeit in der Sprache der Arbeit) Besucherezufriedenheit, naturbasierter Tourismus, Wiederkehrabsicht, Nationalparkaffinität, Touristische Angebote	

Kurzfassung

Die vorliegende Masterarbeit untersucht, wie die Angebote im Nationalpark Hohe Tauern die Zufriedenheit der Besuchenden beeinflussen. Die Arbeit verfolgt eine mehrdimensionale Zielsetzung im Kontext des naturbasierten Tourismus und der Besucherezufriedenheit im Nationalpark Hohe Tauern. Die deskriptive Zielsetzung der Arbeit besteht in der Analyse der Besucherezufriedenheit unter besonderer Berücksichtigung der Angebote im Nationalpark und demografischer Merkmale wie dem Besuchsstatus (Erst- oder Wiederholungsbesuch). Das empirisch-analytische Ziel ist die Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Angeboten, Nationalparkaffinität und Besucherezufriedenheit sowie deren Einfluss auf die Wiederkehrabsicht. Aufbauend auf den Ergebnissen ist das präskriptiv-normatives Ziel die Entwicklung von Handlungsempfehlungen für das Zufriedenheits- und Loyalitätsmanagement, differenziert nach Besucherprofilen und der Nutzung von Angeboten.

Theoretisch stützt sich die Arbeit auf das Erwartungs-Bestätigungs-Paradigma (Oliver, 1980), die Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1999), sowie die Place-Attachment-Theory (Altman & Low, 1992). Die theoretischen Hauptkapitel umfassen die Besucherezufriedenheit, naturbasierten Tourismus, sowie Schutzgebiete und Nationalparks als Themen.

Die empirische Grundlage bildet eine quantitative Befragung von 1.153 Personen im Nationalpark Hohe Tauern, verteilt über drei Bundesländer. Die Datenauswertung erfolgt mit SPSS unter Verwendung verschiedener statistischer Verfahren. Dabei werden 5 Hypothesen untersucht, die verschiedene Einflussfaktoren auf die Angebotszufriedenheit untersuchen und den Zusammenhang zwischen Angebotszufriedenheit und Wiederkehrabsicht berücksichtigen. Die Ergebnisse zeigen insgesamt eine hohe Angebotszufriedenheit, wobei keine der fünf Hypothesen statistisch signifikant bestätigt werden. Dennoch liefert die Analyse wertvolle Erkenntnisse für die Gestaltung der Angebote im Nationalpark. Es ergeben sich drei Handlungsempfehlungen: 1. Angebote von Partnerbetrieben Gastronomie, Unterkunft und Regionsprodukte weiter ausbauen; 2. Unterschiede bei der Angebotsnutzung von Erst- und Wiederholungsbesuchenden nutzen; 3. Besucherzentren und Gästekartenangebote stärker mit dem Nationalparkstatus verbinden. Ein Ausblick für weitere Forschung ergibt einen Bedarf an qualitativen Ergänzungsstudien sowie die Einbeziehung von Tagesgästen bei der Zufriedenheitserhebung.

Eingereicht am:
19.05.2025

Abstract

Author: Luca Klinkhammer	Supervisor: Jannes Bayer
Title: Influence of offers on satisfaction in the Hohe Tauern National Park	

Abstract:

This master's thesis investigates how the offers in the Hohe Tauern National Park influence visitor satisfaction. The thesis pursues a multidimensional objective in the context of nature-based tourism and visitor satisfaction in the Hohe Tauern National Park. The descriptive objective of the thesis is to analyze visitor satisfaction with a special focus on the park's offers and demographic characteristics such as visit status (first-time or repeat visitors). The empirical-analytical objective is to examine the relationship between offers, national park affinity, and visitor satisfaction, as well as their influence on revisit intentions. Based on the findings, the prescriptive-normative objective is to develop practical recommendations for satisfaction and loyalty management, differentiated by visitor profiles and the use of offers.

The theoretical framework is based on the Expectation-Confirmation Paradigm (Oliver, 1980), the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), and the Place Attachment Theory (Altman & Low, 1992). The main theoretical chapters focus on visitor satisfaction, nature-based tourism, and protected areas including national parks.

The empirical foundation consists of a quantitative survey of 1,153 individuals conducted in the Hohe Tauern National Park, distributed across three federal states. The data is analyzed using SPSS and various statistical methods. Five hypotheses are tested, examining different influencing factors on satisfaction with offers and the relationship between offer satisfaction and revisit intentions. The results show a generally high level of satisfaction with the park's offers; however, none of the five hypotheses can be statistically confirmed. Nevertheless, the analysis provides valuable insights into the design of offers in the national park. Three key recommendations are derived: 1. Further expand the offers provided by partner businesses in gastronomy, accommodation, and regional products; 2. Utilize the differences in offer usage between first-time and repeat visitors; 3. Strengthen the connection between visitor centers and guest card services with the national park status. Future research should include qualitative studies as well as the integration of day visitors in satisfaction assessments.

submitted:
19.05.2025