KOSTENLOSE ERSTEINSCHÄTZUNG · NOVEMBER 2026

Ersteinschätzung erlebenplus.at

Drei Ausgangsbeobachtungen dazu, ob Gäste und KI-Assistenten auf der Website die passende Canyoning-Tour und den richtigen Anbieter finden.

Für	erleben plus · Lisa und Mario Pesendorfer
Website	erlebenplus.at
Stand	03.11.2026
Grundlage	öffentlich abrufbarer Text der Startseite und der Seite /canyoning/

Auf einen Blick

Die Seite vermittelt gut, wie sich eine Tour anfühlt. Drei Stellen würde ich genauer prüfen:

1. **Die Tourenübersicht hilft noch nicht beim Auswählen** – Vier Touren stehen mit Name und Ort, aber ohne Schwierigkeit, Dauer, Alter und Preis.
2. **Wer führt, ist nicht eindeutig benannt** – Name, Rolle und Qualifikation der Guides stehen uneinheitlich oder gar nicht da.
3. **Die Startseite sagt wenig darüber, was wo stattfindet** – Kernaussagen stehen in einem Bildslider, Region und Kontakt fehlen auf der Startseite.

Worum es geht

Auf erlebenplus.at sind mir drei Stellen aufgefallen, an denen ich prüfen würde, ob Gäste und KI-Assistenten die passende Tour und den richtigen Anbieter finden.

Diese Ersteinschätzung ist mit Zustimmung von erleben plus als Referenzbeispiel veröffentlicht. Grundlage ist der öffentlich abrufbare Text von zwei Seiten. Ich habe keine Statistiken gesehen und für diese Ersteinschätzung keine Testfragen in KI-Systemen ausgewertet.

Die Punkte sind deshalb Ausgangsbeobachtungen und Prüfhypothesen, keine festgestellten Mängel.

Was die Seite heute schon leistet

Die Grundlage ist gut: Die Seite hat eine eigene Stimme und klare Kontaktwege.

- **Lebendige Sprache:** Texte wie „Spring mit uns ins kalte Wasser!“ vermitteln, wie sich eine Tour anfühlt – das unterscheidet erleben plus von Portalen.
- **Erfahrung benannt:** Der Head-Guide wird namentlich vorgestellt, mit Erfahrung seit 2002.
- **Direkte Kontaktwege:** Auf der Canyoning-Seite stehen Telefon, E-Mail und ein Anfrageformular.

Ausgangsbeobachtungen

01 Die Tourenübersicht hilft noch nicht beim Auswählen

BEOBACHTUNG

Die Seite /canyoning/ nennt vier Touren nur mit Namen und Ort. Angaben, nach denen Gäste eine Tour auswählen, stehen dort nicht.

BELEG

- Genannt werden Bruckgraben (Gesäuse, Steiermark), Canyoning Aqua Date/Taglesbach (Lunz am See), Rotmoosbach (Göstling) und Salza Stausee (St. Martin am Grimming).
- Zu keiner Tour stehen auf dieser Seite Schwierigkeit, Dauer, Mindestalter, Voraussetzungen, Treffpunkt, Saison oder Preis.
- Es gibt keine Fragen und Antworten (FAQ) und keine Angaben zu Sicherheit oder Ablauf bei schlechtem Wetter.

Quelle: erlebenplus.at/canyoning/, abgerufen am 03.11.2026

PRÜFHYPOTHESE

Wer einen KI-Assistenten fragt, welche Canyoning-Tour für Einsteiger in der Steiermark passt, bekommt Antworten aus Seiten, die Touren vergleichbar machen. Die Übersichtsseite könnte für solche Fragen nicht als Quelle in Betracht kommen.

MÖGLICHE BEDEUTUNG

Gäste vergleichen vor der Buchung mehrere Anbieter. Fehlen die Entscheidungsangaben dort, wo sie vergleichen, könnten sie zu Buchungsportalen oder anderen Anbietern wechseln.

WAS ZU UNTERSUCHEN WÄRE

Ob die Angaben auf den einzelnen Tourenseiten vollständig stehen, habe ich für diese Ersteinschätzung nicht geprüft.

02 Wer führt, ist nicht eindeutig benannt

BEOBACHTUNG

Die Seite stellt einen Head-Guide vor, nennt aber keine Qualifikation. Beim Foto steht ein anderer Nachname als in der Überschrift, die zweite Ansprechperson erscheint nur mit Vornamen.

BELEG

- Überschrift: „Head-Guide Mario Pesendorfer“, beschrieben als „Urgestein und Canyoning-Legende“, aktiv seit 2002; eine formale Ausbildung wird nicht genannt.
- Der Alternativtext des Guide-Fotos lautet „Mario Jauk“.
- „Lisa“ erscheint mit Foto, ohne Nachnamen und ohne Rolle.
- Die Startseite nennt keine Namen und keine Kontaktdaten.

Quelle: erlebenplus.at und erlebenplus.at/canyoning/, abgerufen am 03.11.2026

PRÜFHYPOTHESE

KI-Assistenten könnten das Angebot keiner Person und keiner Qualifikation sicher zuordnen. Der abweichende Name im Alternativtext könnte diese Zuordnung zusätzlich erschweren.

MÖGLICHE BEDEUTUNG

Canyoning ist eine Sportart mit Risiko. Ob Gäste buchen, hängt stark davon ab, ob sie dem Guide vertrauen. Ohne erkennbare Qualifikation könnte die Entscheidung zugunsten eines Anbieters fallen, der sie nennt.

03 Die Startseite sagt wenig darüber, was wo stattfindet

BEOBACHTUNG

Die Startseite führt mehrere Angebote zusammen. Was erleben plus vor allem anbietet und wo, lässt sich aus ihrem Text nur schwer ablesen.

BELEG

- Hauptüberschrift: „Glück ist die Summe schöner Momente“. Das Menü nennt Canyoning, Veranstaltungen, TGI und Grünbauer.
- Der Bildslider erscheint im abgerufenen Text nur als Bilder mit Platzhaltertexten („Image Slide 1–3“).
- Auf der Startseite stehen keine Adresse, keine Telefonnummer und keine E-Mail; der Instagram-Link führt auf „#“.
- Ein Datum fehlt; Bildpfade aus 2024 lassen offen, wie aktuell die Angaben sind.

Quelle: erlebenplus.at, abgerufen am 03.11.2026

PRÜFHYPOTHESE

KI-Systeme könnten die Domain eher einem allgemeinen Erlebnisangebot zuordnen als einem Canyoning-Anbieter im Gesäuse. Texte, die nur in Slider-Bildern stehen, könnten für sie gar nicht lesbar sein.

MÖGLICHE BEDEUTUNG

Für Fragen wie „Canyoning im Gesäuse mit Guide“ wäre die Startseite der natürliche Einstieg. Wird sie nicht als passend erkannt, hängt die Sichtbarkeit allein an der Unterseite.

Die zentrale Prüfhypothese

Die Seite erzählt gut, **wie sich Canyoning anfühlt**. Für die Frage, **welche Tour passt und wem man sich anvertraut**, fehlen die Angaben genau dort, wo Gäste vergleichen. Daran entscheidet sich, ob Menschen und KI-Assistenten erleben plus als passende Antwort erkennen.

Was sich von außen nicht klären lässt

Ob diese drei Punkte tatsächlich Buchungen kosten, kann ich von außen nicht sagen. Dafür fehlen mir zwei Dinge:

- wie Gäste heute zu erleben plus finden – über Empfehlung, Portale, Partner in der Region oder die Suche,
- ob KI-Assistenten erleben plus nennen, wenn Gäste nach Canyoning im Gesäuse oder in der Steiermark fragen.

Ein möglicher nächster Schritt

Wenn Sie das genauer wissen möchten, ist die **KI-Sichtbarkeitsanalyse mit Fahrplan** der nächste Schritt. Sie klärt, ob die für Ihr Geschäft relevanten Fragen zu Ihnen führen, und wenn nicht, woran es liegt.

Das Ergebnis ist ein **Fahrplan**: Aus den vielen möglichen Maßnahmen wähle ich die wenigen aus, die für Ihr Angebot sinnvoll sind – in einer Reihenfolge, die Sie selbst oder Ihre Webbetreuung umsetzen können. Für erleben plus liegt eine solche Analyse als Beispiel vor.

Ich baue nichts und habe kein Interesse daran, dass ein Umbau möglichst groß wird.

Was diese Ersteinschätzung nicht ist

- keine Bewertung der Website insgesamt und keine Aussage über die Qualität der Touren,
- keine Messung, ob KI-Systeme erleben plus heute nennen,
- keine Zusage, dass Änderungen zu einer bestimmten Nennung oder zu mehr Buchungen führen.
- Sie ist kostenlos und verpflichtet zu nichts.

Zu mir

Ich bin Informationsarchitektin und untersuche, wie Websites und Onlineshops ihre Informationen ordnen – und ob Menschen und KI-Systeme darin finden, was sie suchen. Meine Grundlage ist das Studium zur Diplom-Mediendokumentarin an der HAW Hamburg. Dazu kommen Erfahrung in Marktforschung, Datenbankmanagement und digitalem Marketing.

Ulrike Schumacher · InfoFlow Solutions
office@infoflowsolution.com · infoflowsolution.com