

PM-WEITERBILDUNG · EIGENSTÄNDIGES PROJEKT

# Check24 Reiseportal – UX-Analyse & Lösungsansätze

Drei identifizierte Pain Points mit Lösungsvorschlägen und Prototyp

---

**Gerrit Landahl** · PM-Weiterbildung · Eigenständiges Projekt

# Warum Check24 – und warum das Reiseportal?

## Das Untersuchungsobjekt

Check24 ist Deutschlands größtes Vergleichsportal mit Millionen monatlicher Nutzer:innen. Das Reiseportal gehört zu den meistgenutzten Bereichen – und steht damit besonders im Fokus, wenn es um Nutzererfahrung und Conversion geht.

Ziel dieser Analyse: Schwachstellen in der Nutzerführung des Reiseportals systematisch identifizieren und konkrete Lösungsvorschläge entwickeln.

## Methodik

01

---

### Think-Aloud Usability-Test

Testperson navigiert das Portal laut denkend – Unsicherheiten und Verwirrungsmomente werden direkt sichtbar.

02

---

### 1 Testperson · Qualitativ

Fokus auf Tiefe statt Breite – verhaltensbasierte Beobachtung und direkte Zitate.

03

---

### Eigenständige Analyse

Unabhängige Bewertung ohne interne Ressourcen – Außenperspektive als Stärke.

# Drei zentrale Pain Points im Reiseportal

Der Usability-Test hat drei wiederkehrende Problemfelder offenbart, die die Nutzerführung erheblich beeinträchtigen und potenzielle Buchungsabbrüche verursachen.



## Doppelte Suchfunktion

Zwei Suchfelder mit scheinbar identischer Funktion erscheinen gleichzeitig auf der Startseite. Nutzer:innen wissen nicht, welches sie verwenden sollen – Verwirrung und Misstrauen entstehen.



## Sparkalender unklar

Die Bezeichnung „Sparkalender“ ist nicht selbsterklärend. Nutzer:innen meiden das Feature, weil sie nicht verstehen, was es leistet – wertvolle Funktionalität bleibt ungenutzt.



## Überladene Oberfläche

Zu viele konkurrierende visuelle Elemente, Aktionen und Informationen auf einmal. Nutzer:innen verlieren den Fokus und fühlen sich überfordert – der Weg zur Buchung wird unnötig lang.

# Doppelte Suchfunktion

## Das Problem

Auf der Startseite des Reiseportals sind zwei Suchfelder sichtbar, die aus Nutzersicht dieselbe Aufgabe erfüllen. Es fehlt eine klare visuelle oder textliche Differenzierung, die erklären würde, worin der Unterschied liegt oder wann welches genutzt werden sollte.

Das Ergebnis: Nutzer:innen stehen bereits beim allerersten Schritt ihrer Reise vor einer Entscheidung, die sie nicht treffen können – ohne Orientierung, ohne Hilfestellung.

„Welches Suchfeld soll ich benutzen – die machen doch beide dasselbe?“

– Testperson, Think-Aloud Usability-Test

## Wirkung auf die Nutzung

### → Kognitive Überlastung

Nutzer:innen müssen eine unnötige Entscheidung treffen, bevor die eigentliche Suche beginnt.

### → Vertrauensverlust

Redundanz signalisiert mangelnde Sorgfalt – das Vertrauen in das Portal sinkt messbar.

### → Erhöhte Abbruchrate

Orientierungslosigkeit am Einstiegspunkt erhöht das Risiko, dass Nutzer:innen die Seite verlassen.

# Sparkalender – ein Feature ohne Verständnis

## Das Problem

Der „Sparkalender“ ist ein potenziell wertvolles Feature, das günstige Reisedaten auf einen Blick visualisiert. Doch der Name ist nicht selbsterklärend: Nutzer:innen assoziieren damit kein konkretes Nutzungsversprechen und klicken schlicht nicht darauf.

Das Feature existiert – wird aber durch seine Benennung aktiv versteckt. Ein klassischer Fall, bei dem gutes UX-Writing den Unterschied macht.

„Ich weiß nicht was der Sparkalender macht – ich klick da nicht drauf.“

– Testperson, Think-Aloud Usability-Test

## Wirkung auf die Nutzung

### → Feature-Blindheit

Nutzer:innen ignorieren das Feature vollständig – unabhängig von seinem tatsächlichen Nutzen.

### → Verloren gegangene Ersparnis

Wer den Kalender nicht nutzt, verpasst möglicherweise günstigere Reisedaten – ein direkter Wertverlust.

### → Schlechte Entdeckbarkeit

Unklar benannte Features senken die wahrgenommene Qualität des gesamten Portals.

# Drei Maßnahmen für eine bessere Nutzerführung

Die identifizierten Pain Points lassen sich durch gezielte, verhältnismäßig einfach umsetzbare Maßnahmen adressieren – ohne die Gesamtarchitektur des Portals grundlegend zu verändern.

## Suchfeld konsolidieren

Die beiden Suchfelder werden zu einem einzigen, klar platzierten Primär-Suchfeld zusammengeführt. Eindeutigkeit von Anfang an schafft Vertrauen und senkt die kognitive Last beim Einstieg.

## „Sparkalender“ → „Preiskalender“

Umbenennung in „Preiskalender“ mit einem kurzen, sichtbaren Erklärungstext: „Zeigt Ihnen die günstigsten Reisedaten auf einen Blick.“ Das Nutzungsversprechen wird sofort klar – ohne Klick.

## Interface entlasten

Sekundäre Elemente werden visuell zurückgestellt oder in einen zweiten Schritt verschoben. Weniger konkurrierende Reize bedeuten mehr Fokus auf die Kernaufgabe: Reise suchen und buchen.

# Klickbarer Prototyp in Visily

## Was der Prototyp zeigt

Der interaktive Prototyp wurde in Visily erstellt und bildet die überarbeitete Nutzerführung des Check24 Reiseportals ab. Er demonstriert das konsolidierte Suchfeld, die Umbenennung des Sparkalenders sowie eine reduzierte, fokussiertere Oberfläche.

Der Prototyp ist als Klick-Dummy konzipiert – er erlaubt es, die wichtigsten User Flows nachzuvollziehen und die vorgeschlagenen Verbesserungen direkt zu erleben.

## Prototyp aufrufen

### Direktlink zum Prototyp

Der Prototyp ist öffentlich zugänglich und kann ohne Login gestartet werden:

**[Prototyp in Visily öffnen →](#)**

### Enthaltene Screens

- Überarbeitete Startseite mit konsolidiertem Suchfeld
- Preiskalender mit erklärendem Subtext
- Vereinfachte Ergebnisseite

📄 Erstellt mit Visily · Eigenständiges Projekt im Rahmen der PM-Weiterbildung

# Angestrebte Wirkung der Maßnahmen

-15%

Abbruchquote

Reduktion der Seitenabbrüche durch klarere Nutzerführung direkt ab dem Einstiegspunkt.

+20%

Kalender-Nutzung

Steigerung der Interaktionsrate mit dem umbenannten Preiskalender durch klares Nutzungsversprechen.

≥85%

Task-Completion

Anteil der Nutzer:innen, die eine gesuchte Reise erfolgreich bis zur Buchungsseite durchführen.

❏ **Hinweis zur Validierung:** Diese Zielwerte sind angestrebte Richtwerte auf Basis der UX-Analyse. Eine belastbare Messung erfordert A/B-Testing mit ausreichender Stichprobengröße sowie ein begleitendes Usability-Testing nach der Implementierung.

## KEY LEARNINGS

# Was diese Analyse gelehrt hat

Drei übergreifende Erkenntnisse, die über das Check24 Reiseportal hinaus für die Produktentwicklung relevant sind.

### Redundanz kostet Vertrauen

Doppelte Elemente ohne klare Differenzierung signalisieren Unachtsamkeit. Nutzer:innen verlieren das Vertrauen in ein Produkt, das scheinbar nicht entscheiden kann, was es zeigen will. Jedes UI-Element sollte eine einzige, klare Aufgabe haben.



### Naming entscheidet über Nutzung

Ein Feature, das nicht verstanden wird, wird nicht genutzt – egal wie gut es funktioniert. UX-Writing ist kein Nice-to-have: Die Benennung von Elementen ist ein zentraler Bestandteil der Nutzererfahrung und direkter Hebel für Engagement.



### Weniger ist mehr

Informationsdichte und Featurereichtum sind keine Qualitätsmerkmale. Fokussierung auf das Wesentliche senkt die kognitive Last, beschleunigt Entscheidungen und steigert die Zufriedenheit – besonders in transaktionsorientierten Kontexten wie dem Reisebooking.

# Danke für Ihre Aufmerksamkeit.

---

Gerrit Landahl

Diese Präsentation entstand im Rahmen einer eigenständigen UX-Analyse des Check24 Reiseportals als Teil einer PM-Weiterbildung. Alle Erkenntnisse basieren auf einem qualitativen Think-Aloud Usability-Test und einer eigenständigen Heuristik-Analyse.

Für Rückfragen, Feedback oder weiterführende Gespräche – ich freue mich über den Austausch.

## Kontakt & Projekt

E-Mail

`gerritlandahl [at] googlemail [dot] com`

Kontext

PM-Weiterbildung · Eigenständiges Projekt

Prototyp

[Visily Prototyp öffnen →](#)