

Tiefgehende Funnel- & Output-Analyse

Hausgurus · Pflegeorienta · Juli 2026

Fokus: Funnel-Qualität, User-Output, Dashboard-Sinnhaftigkeit, Vertrauen

Methodik: Code-Review (Funnel, API, E-Mails, Dashboards), Abgleich mit Live-Routen und QA-Checkliste. Bewertung: kritisch-praktisch – was der Endnutzer wirklich bekommt und ob Module im Alltag helfen.

Gesamtbewertung auf einen Blick

Bereich	Note	Kurzfazit
Hausgurus Funnel (UX & Daten)	7/10	Sehr tief, gut verzweigt – aber lang und technisch fragil
Hausgurus User-Output	6/10	SMS/E-Mail + Dashboard stark; kein PDF, Loader täuscht
Hausgurus Eigentümer-Dashboard	7,5/10	Inhaltlich überzeugend; Makler-Teil tot, viel Komplexität
Pflegeorienta Funnel	6,5/10	Gute Fragenlogik; Consent/Captcha-Drift in Produktion
Pflegeorienta User-Output	7/10	Ergebnis + Bericht + E-Mail gut; Login-Hürde nach Check
Pflegeorienta Pflegebereich	6/10	Sinnvolle Basis; nur 1 von 4 Deep-Modulen, Daten lokal
Vertrauen gesamt HG	6,5/10	Rechtlich solide; technische Inkonsistenzen schaden
Vertrauen gesamt PO	5,5/10	Art.-9-Consent-Lücke ist kritisch

Teil 1 – Hausgurus

Produktversprechen: Kostenlose Immobilien-Marktwertschätzung mit anschließendem Eigentümer-Dashboard.

Technisch: Multi-Step-Funnel → API → Bewertungsengine → SMS/E-Mail → Login mit Code.

1.1 Funnel – Stärken

- Sehr detaillierte Datenerhebung (Objektart, PLZ, Flächen, Zustand, Energie, Verkaufsqualifizierung) – gut für Partner-Leads und Bewertungsmodell.
- Intelligente Verzweigung (Haus/Wohnung/Grundstück/MFH) vermeidet irrelevante Fragen.
- Plausibilitätsprüfungen (Wohnfläche, Miete, Zimmer) mit Override – wirkt professionell.
- Trust-Pills am Kontakt: „Kostenfrei · Unverbindlich · Expertengestützt“.
- SMS-Verifizierung + Math-Captcha + Honeypot – guter Spam-Schutz.
- Makler-Qualifizierung (Verkaufszeitrahmen, Maklervvertrag) liefert verkaufsreife Leads.

1.2 Funnel – Schwächen & Risiken

- Funnel ist lang (20+ Schritte) – Abbruchquote steigt mit jedem Screen. Empfehlung: Fortschrittsbalken mit „noch ca. X Min“ und kürzere Pfade für reine Orientierung.
- Loader (gs-berechnung) ist rein kosmetisch (~2,8 s) – Bewertung läuft asynchron danach. Nutzer kann Finish-Screen sehen, bevor SMS/E-Mail ankommt → wirkt unzuverlässig.
- partner_consent wird fälschlich aus AGB-Checkbox gesetzt – rechtlich/CRM-seitig falsch.
- Debug-Telemetry an localhost (127.0.0.1:7916) noch in Produktions-HTML – muss raus.
- URL-Split: Funnel leitet auf www.hausgurus.de/login, E-Mails auf login.hausgurus.de – verwirrt.
- Kein sofort sichtbares „Das ist keine Gutachten“-Banner im Funnel (nur in AGB/Dashboard).

1.3 Was der User konkret bekommt (Output)

- **Sofort:** Animierte „Berechnung“, dann SMS-Code-Eingabe auf Finish-Screen.
- **SMS:** Straße, gerundeter Marktwert (ca. X.000 €), Verifizierungscode HG-XXXXXX, Login-Hinweis.
- **E-Mail:** Marktwertschätzung, Code, CTA „Zum Dashboard“ (login.hausgurus.de).
- **Dashboard (nach Registrierung + E-Mail-Verifizierung):** Bewertungs-Handout, Faktoren, Energie, Dokumente (Boden-/Gebäudewert), Sanierungs-Simulator, Erbschaft-Steuercheck, Objektfakten.
- **Nicht vorhanden:** Kein PDF-Download, kein druckbares Gutachten-ähnliches Dokument, kein Vergleich mit Nachbarschaft/Marktbericht.

Kritische Output-Bewertung: Für eine kostenlose Orientierung ist der Output überdurchschnittlich – besonders das Dashboard mit Nachbearbeitung (PATCH der Objektdaten) schafft echten Mehrwert. Schwachstelle: Der erste Kontakt (SMS/E-Mail) wirkt dünn gegenüber der Funnel-Tiefe. Nutzer investieren 15–20 Minuten und erwarten ein „Dokument“. Ein 1–2-seitiges PDF („Marktindikation für [Straße]“) würde Vertrauen und Weiterleitung stark erhöhen.

1.4 Eigentümer-Dashboard – Modul für Modul

- **Bewertungs-Handout + Faktoren (★★★★■):** Kernprodukt. Erklärt Wert, Spanne, Rendite. Regelbasiert, nicht zertifiziert – aber transparent mit Methodenschritten.
- **Ergänzende Objektdaten / HGOwnerPropertyDeep (★★★★■):** Praktisch – Nutzer kann Heizung, Ausstattung, Sanierung nachpflegen → bessere Schätzung.
- **Dokumente Bank/Steuer (★★★██):** Nützliche Orientierung für Gespräche mit Bank/Steuerberater. Disclaimer „kein Gutachten“ vorhanden – gut.
- **Sanierungs-Simulator (★★★██):** Szenario-Planung sinnvoll, aber für Laien evtl. zu technisch. Braucht 1-Klick-Beispiele („Dach sanieren“, „Heizung tauschen“).
- **Erbschaft-Steuercheck (★★███):** Vereinfachtes Modell – okay als Teaser, aber Gefahr falscher Sicherheit. Empfehlung: stärker als „Erstindikation – Berater konsultieren“ labeln oder ausblenden.
- **Inline-Funnel im Dashboard (★★★★★):** Sehr gut für wiederkehrende Eigentümer / zweites Objekt.

- **Makler-Dashboard (#leadsModule) (★■■■■■):** Supabase-Stub, keine Live-Daten. Irreführend, wenn noch verlinkt. Partner arbeiten im Nectify-Portal – hier ehrlich umleiten oder Modul entfernen.

Dashboard-Gesamturteil: Das Eigentümer-Dashboard ist inhaltlich stimmig und über dem Markt-standard für Gratis-Tools.
Problem: Zu viele Module auf einmal – kognitive Überlastung. Empfehlung: „Essentiell“ vs. „Experte“ Tabs;
Erbschaft/Sanierung erst nach Handout-Klick.

Teil 2 – Pflegeorienta

Produktversprechen: Kostenlose Pflege-Leistungsanalyse (Stand 2026), persönlicher Bericht, Ergebniscenter (/bereich) per Magic-Link. Technisch: Funnel → Eligibility-Engine → Lead → E-Mail.

2.1 Funnel – Stärken

- Klare Phasen: Situation → Ansprüche → Kontakt → Auswertung – gut verständlich.
- Relevante Pflegefragen (Pflegegrad, Wohnform, Entlastung, Verhinderung, Kurzzeit, Wohnraumanpassung).
- Eligibility-Engine mit echten 2026-SGB-XI-Beträgen – praxisnah und differenziert.
- Mehrfachauswahl Pflegearten (24h, ambulant, Demenz ...) spiegelt Realität.
- Ratgeber/Wissen-Bereich unterstützt Vertrauen (MDK, Entlastungsbetrag etc.).

2.2 Funnel – Schwächen & Risiken (kritisch)

- **Produktions-Drift:** Live-Route /check → pflege-check.html fehlen Art.-9-Gesundheitsdaten-Consent und Partner-Kontakt-Consent; funnel.html (Dev) hat sie.
- **Hardcoded Consent in funnel.js:** consent_health und consent_contact werden immer true gesetzt – auch wenn Checkboxes fehlen. Das ist eine DSGVO-Risikostelle.
- reCAPTCHA-Widget in pflege-check.html wird geladen, aber Token wird beim Submit nicht mitgeschickt.
- likelyCount zählt „likely“ UND „possible“ – Headline-Zahl kann zu optimistisch wirken.
- timing (Wann soll Pflege starten?) wird erhoben, aber weder in Engine noch Partner-Handoff genutzt.
- Nach Ergebnis: showResultsStickyBar() ist leer – Nutzer wird nicht klar auf Magic-Link-E-Mail hingewiesen.

2.3 Was der User konkret bekommt (Output)

- **Sofort (inline):** Leistungsübersicht mit Score, Karten pro Leistung (Status, Betrag, Details).
- **CTAs:** /bericht (druckbares PDF im Browser), /danke (Beratungsanfrage).
- **E-Mail:** „Ihre Pflegeanalyse – Zugang zum Ergebniscenter“ mit Magic-Link (7 Tage).
- **/bereich (Pflegebereich):** Top-Leistungen, Nächste Schritte, Unterlagenliste, Notizen, Beratungsstatus, Modul Wohnraumanpassung.
- **/bericht:** Vollständiger Report zum Ausdrucken – gut für Arzt/MDK/Pflegekasse.
- **Partner-Seite:** Lead PO-XXXXXX im Nectify-Portal (für Berater/Pflegedienste).

Kritische Output-Bewertung: Der unmittelbare Output (Leistungskarten + Bericht) ist der stärkste Teil des Produkts – er löst ein echtes Problem („Was steht mir zu?“). Schwach: Der Weg vom Inline-Ergebnis zum persistenten Pflegebereich ist holprig (Login nötig, E-Mail-Hinweis fehlt). Nutzer in Stresssituation (pflegebedürftiger Angehöriger) brauchen Klarheit: „Speichern Sie diesen Link / prüfen Sie Ihre E-Mail jetzt.“

2.4 Pflegebereich (/bereich) – Sinnhaftigkeit

- **Leistungsübersicht (★★★★■):** Gute Verdichtung der Top-6-Leistungen – schneller Überblick.
- **Nächste Schritte + Checkliste (★★★★■):** Praktisch für Antrag/MDK – konkrete To-dos.
- **Unterlagenliste (★★★★■):** Hilfreich, aber statisch – könnte personalisiert sein (z. B. nur bei beantragtem PG).
- **Eigene Notizen (★★■■■):** Nur localStorage – gehen bei Gerätewechsel verloren trotz Account.
- **Beratungsstatus „Rückmeldung in 24h“ (★★★★■):** Gut wenn eingehalten; sonst Vertrauenskiller.
- **Wohnraumanpassung Deep-Modul (★★★★■):** Einziges Care-Deep-Modul – sinnvoll und speichert in payload.housing_adaptation_details.
- **Fehlende Module (Backend vorbereitet, UI fehlt):** MDK-Vorbereitung, Leistungsnutzung, Pflege-Zusatzversicherung – große Lücke zur versprochenen „Begleitung“.

Pflegebereich-Gesamturteil: Die Basis ist sinnvoll und nicht „Feature-Bloat“. Was fehlt, ist Tiefe und Cloud-Sync – der Bereich fühlt sich noch wie ein Prototyp an, während der Funnel-Output schon produktionsreif wirkt. Priorität: MDK-Modul + Notizen/Checkliste in Account speichern.

Teil 3 – Vertrauen & Qualität

3.1 Was Vertrauen heute stützt

- Klare Haftungsausschlüsse (kein Gutachten / keine Rechtsberatung) – rechtlich korrekt.
- Impressum mit echtem Inhaber (Laurynas von Koss) – gut für B2C.
- Cookie-Consent + consent-gated Analytics bei beiden Marken.
- Professionelle E-Mail-Templates (Nectify-Layout, Markenlogo).
- SMS-Verifizierung bei Hausgurus – fühlt sich „echt“ und sicher an.
- 2026-Beträge bei Pflegeorienta – aktuell und glaubwürdig.

3.2 Was Vertrauen untergräbt

- Technische Inkonsistenzen (URLs, Consent, Debug-Code) signalisieren „noch in Entwicklung“.
- Zu optimistische Zahlen (PO likelyCount) ohne klare „möglich vs. sicher“-Trennung.
- Leere/Stub-Module (HG Makler-Dashboard) – wirken unseriös wenn entdeckt.
- Fehlende menschliche Sichtbarkeit: Kein Gesicht, kein „Wer hilft mir?“ nach dem Funnel.
- Kein Social Proof (Bewertungen, „X Analysen diesen Monat“, Medien, Partner-Logos) im Funnel.

3.3 Konkrete Maßnahmen zur Vertrauenssteigerung

Quick Wins (1–2 Wochen)

- PO: Einheitliche pflege-check.html mit allen Consents; JS nur true wenn Checkbox gesetzt.
- HG: localhost-Debug entfernen; partner_consent an eigene Checkbox binden.
- Beide: Nach Submit Banner „Ergebnis gesendet an [E-Mail] – auch Spam prüfen“.
- HG: Ein Domain-Pfad für Login (nur login.hausgurus.de ODER nur /login auf www).
- PO: Headline-Score = nur „likely“; „possible“ als separater Hinweis.

Mittelfristig (1–2 Monate)

- HG: PDF „Marktindikation“ (1–2 Seiten) automatisch per E-Mail – größter Output-Hebel.
- PO: MDK-Vorbereitungsmodul + Upload-Checkliste (Medikamentenplan, Arztbriefe).
- PO: Cloud-Sync für Checkliste/Notizen im User-Account.
- Beide: „So arbeiten wir“-Seite mit Prozessdiagramm (Daten → Analyse → optional Berater).
- HG: Dashboard vereinfachen – 3 Hauptkarten statt 8 gleichwertiger Module.
- Beide: Trust-Section mit anonymisierten Beispiel-Outputs (Demo-PDF/Demo-Bericht).

Langfristig / strategisch

- HG: Optionale Video-Erklärung „So lesen Sie Ihre Marktindikation“ (2 Min).
- PO: Telefon-Rückruf-Slot buchen (Calendly o. ä.) statt nur Formular.
- Beide: Zertifizierungs-/Partner-Siegel wenn vorhanden (TÜV, IHK, Pflegestützpunkt-Kooperation).
- Transparenz-Seite: Welche Daten gehen an Partner – und wann erst nach Opt-in.

Priorisierte Roadmap

Prio	Maßnahme	Wirkung
P0	PO: Art.-9-Gesundheitsdaten-Consent sichtbar + nicht hardcoden	Rechtssicherheit, Vertrauen
P0	HG: Debug-Telemetry (127.0.0.1) aus Produktion entfernen	Professionalität, Performance
P1	HG: PDF-Bewertungsbericht (1–2 Seiten) per E-Mail	Output-Qualität, Weiterempfehlung
P1	PO: Nach Ergebnis klar „E-Mail prüfen“ + Grace-Zugang /bereich	Conversion, Vertrauen
P1	HG: login.hausgurus.de vs www.hausgurus.de vereinheitlichen	Weniger Verwirrung
P2	PO: MDK-Vorbereitung + Leistungsnutzung-Module bauen	Praxisnutzen Pflegebereich
P2	HG: Makler-Dashboard entfernen oder auf Nectify verlinken	Ehrliche Produktstory
P2	PO: likely vs. possible im Score trennen	Realistische Erwartungen
P3	Beide: Experten-/Mensch-Faktor sichtbar (Foto, Rolle, Hotline)	Emotionales Vertrauen

Fazit: Hausgurus hat ein starkes technisches Fundament und ein überraschend tiefes Eigentümer-Dashboard – der größte Hebel liegt im *Output-Moment* (PDF, klare Domains, weniger Debug). Pflegeorienta hat einen sehr guten inhaltlichen Kern (Eligibility + Bericht), aber *Vertrauens- und Compliance-Risiken* durch Consent-Drift und unvollständigen Pflegebereich. Beide Produkte profitieren mehr von Klarheit und ehrlicher Erwartungssteuerung als von neuen Features.

Erstellt: Juli 2026 · Basis: Code-Review & Produktarchitektur · Nectify / hausgurus.de / pflegeorienta.de