BEISPIEL · FIKTIVE GRUPPE · BEISPIELWERTE

Marktanalyse: Muster Gastro AG

3 Standorte · Just Eat und Uber Eats · Auswertung 07.09. bis 04.10.2026 (4 Wochen)

Stand 04.10.2026, Auswertung der letzten vier Wochen

Quellen Partner-Portale Just Eat und Uber Eats, Kassenexport, Buchhaltung, Menüs der Konkurrenz

Ihr Audit besteht aus drei Teilen

TEIL 1	Marktanalyse dieses Dokument, 8 Seiten	Der Beleg. Jede Zahl, jeder Vergleich und jede Annahme, aus der die drei Hebel entstehen.
TEIL 2	Datenbelege Excel, 10 Blätter	Alle Rohdaten zum Nachrechnen: 3’520 Bestellungen, das ganze Menü mit Konkurrenzpreisen, Offline-Liste, Pausen und Bewertungen.
TEIL 3	Handlungsbogen 2 Seiten	Das Ergebnis für die Geschäftsleitung: drei Hebel mit Betrag pro Monat, wer macht was bis wann.

Das Wichtigste in fünf Sätzen

01 Die Gruppe verkauft 880 Bestellungen pro Woche. Mitte hat fast so viele Menüaufrufe wie Nord, macht daraus aber nur 12,0 Prozent Bestellungen, Nord 15,0 Prozent.

02 Die zwölf Topseller kosten bei Ihnen im Schnitt rund 8 Prozent mehr als bei den nächsten Konkurrenten, am Standort Mitte 9 Prozent.

03 Mitte ist nur 88 Prozent der Öffnungszeit online. Die Ausfälle liegen fast alle am Freitag-, Samstag- und Sonntagabend, also genau in den stärksten Stunden.

04 Der Mindestbestellwert von CHF 40 auf Just Eat kostet Mitte rund 49 Bestellungen pro Woche. Kunden zwischen CHF 30 und CHF 40 bestellen woanders.

05 Drei Korrekturen sind zusammen rund CHF 3’800 Bruttogewinn pro Monat wert. Selbst mit halber Wirkung spielt das Audit seinen Preis im ersten Monat wieder ein.

Inhalt

01 Ausgangslage in Zahlen 2
02 Wettbewerbsumfeld 3
03 Preisniveau 4
04 Verfügbarkeit 5
05 Liefereinstellungen 6
06 Menü und Bewertungen 7
07 Gewinnrechnung, Annahmen und Grenzen 8

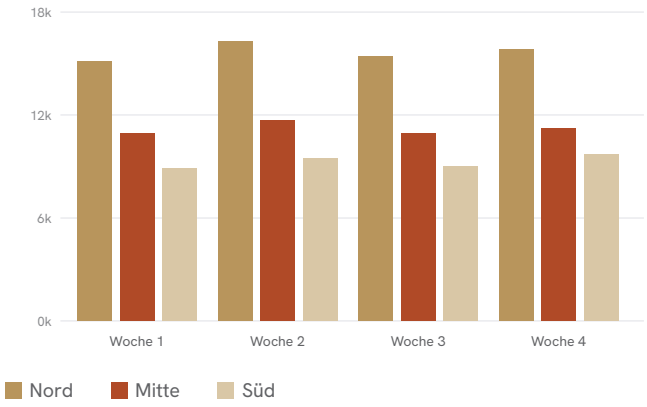
01 Ausgangslage in Zahlen

Über alle drei Standorte laufen 880 Bestellungen pro Woche und CHF 144’442 Umsatz in vier Wochen. Nord und Süd wachsen leicht, Mitte verliert 11 Bestellungen pro Woche gegenüber den vier Wochen davor.

KENNZAHL	NORD	MITTE	SÜD	GRUPPE
Bestellungen pro Woche	380	290	210	880
Veränderung zu den 4 Wochen davor	+2,4 %	–3,7 %	+2,9 %	+0,5 %
Umsatz 4 Wochen	CHF 62’623	CHF 44’776	CHF 37’043	CHF 144’442
Ø Bestellwert	CHF 41.20	CHF 38.60	CHF 44.10	CHF 41.03
Menüaufrufe pro Woche	2’533	2’417	1’500	6’450
Konversion Aufruf zu Bestellung	15,0 %	12,0 %	14,0 %	13,6 %
Anteil Just Eat an Bestellungen	65 %	60 %	75 %	66 %
Bewertung (Anzahl)	4,5 (612)	4,1 (438)	4,4 (295)	4,3
Ø Lieferzeit	31 min	34 min	39 min	34 min
Pünktlich geliefert	91 %	86 %	78 %	86 %
Stornos	1,1 %	2,9 %	1,3 %	1,8 %
Online-Zeit	97 %	88 %	94 %	93 %
Artikel offline	6	23	11	40

Just Eat und Uber Eats zusammen, Quelle: Partner-Portale und Kassenexport. Rot: deutlich schwächer als die übrigen Standorte oder die Konkurrenz. Detail je Woche und Plattform im Excel, Blatt 2.

Umsatz pro Woche je Standort, in CHF



WAS HEISST DAS FÜR SIE

Mitte hat 2’417 Menüaufrufe pro Woche, fast so viele wie Nord mit 2’533. Trotzdem macht Mitte 90 Bestellungen pro Woche weniger. Das Interesse ist da, die Kunden springen zwischen Menü und Kasse ab. Die Stellen dafür sind Preis, fehlende Artikel, Pausen und der Mindestbestellwert. Die Kapitel 03 bis 05 prüfen jede davon einzeln.

02 Wettbewerbsumfeld

Je Standort acht Stichproben-Adressen im Liefergebiet, abgerufen auf Just Eat und Uber Eats am Freitag und Samstag jeweils um 12 und 19 Uhr. Gezählt werden Anbieter im selben Segment: Burger, Bowls und Salate. Die drei nächsten Konkurrenten sind die drei, die am häufigsten neben Ihnen erscheinen.

STANDORT	Ø ANBIETER JE ZONE	ANBIETER GESAMT	DAVON IN MIND. 4 ZONEN	BEWERTUNG SIE	Ø BEWERTUNG TOP 3
Nord	14	21	9	4,5	4,5
Mitte	19	27	11	4,1	4,6
Süd	9	14	5	4,4	4,5

Standort Mitte: die drei nächsten Konkurrenten

STANDORT MITTE	SIE	KONK. A	KONK. B	KONK. C
Bewertung	4,1	4,6	4,4	4,7
Anzahl Bewertungen	438	1’240	860	1’980
Ø Lieferzeit	34 min	38 min	41 min	36 min
Mindestbestellwert	CHF 40	25	30	25
Liefergebühr	CHF 4.90	2.90	3.50	2.90
Sichtbar in Zonen (von 8)	8	8	7	8
Artikel im Menü	48	52	61	44
Artikel offline	23	4	7	2
Artikel mit Foto	81 %	96 %	88 %	100 %
Angebote für zwei Personen	0	2	3	2
Laufende Aktion	keine	Gratis Getränk ab CHF 35	15 Prozent auf Bowls	Menü für zwei CHF 39.90

Standort Mitte: Anbieter im Segment je Zone

ZONE	1	2	3	4	5	6	7	8
Anbieter im Segment	17	20	19	22	19	18	21	16

Befunde

1. Alle drei Konkurrenten sind in sieben oder acht von acht Zonen sichtbar. Wer in Mitte bestellt, sieht Sie und die drei oft auf derselben Bildschirmseite. Der Vergleich passiert in Sekunden.
2. Sie liefern schneller als alle drei: 34 gegen 36 bis 41 Minuten. Das ist Ihr stärkstes Argument. Es kommt heute nicht an, weil Gebühr, Mindestbestellwert und Preis vorher abschrecken.
3. Ihre Bewertung liegt 0,3 bis 0,6 Punkte unter der Konkurrenz, auf einem Fünftel bis der Hälfte der Anzahl Bewertungen. Die Gründe stehen in Kapitel 06 und sind lösbar.
4. Alle drei haben eine laufende Aktion und zwei bis drei Angebote für zwei Personen. Sie haben keins von beidem.

> WAS HEISST DAS FÜR SIE
>
> Die Konkurrenz kocht nicht besser, sie ist besser eingestellt: Preis, Gebühr, Mindestbestellwert, Verfügbarkeit und Darstellung. Genau dort setzen die drei Hebel an. Lieferzeit und Küche sind Ihre Stärke, die bleibt.

03 Preisniveau

Verglichen werden nur gleiche Artikel: gleiche Grösse, gleiche Hauptzutat, gleiche Beilage. Paare ohne klaren Gegenpart sind verworfen. Der Index ist nach Ihren verkauften Stück gewichtet, ein Topseller zählt also mehr als ein Randartikel. Die Preise sind an allen drei Standorten gleich, die Konkurrenz ist je Standort eine andere.

STANDORT	PREISINDEX ZWÖLF TOPSELLER	LESART
Nord	+6,3 %	Sie sind teurer
Mitte	+9,0 %	Sie sind teurer
Süd	+8,2 %	Sie sind teurer
Gruppe	**+7,7 %**	**rund 8 Prozent teurer**

Die zwölf Topseller im Vergleich, Standort Mitte

ARTIKEL	STÜCK 4 W.	SIE	A	B	C	Ø KONK.	ABSTAND	NEUER PREIS
Classic Burger	468	17.90	16.50	16.90	15.90	16.43	+8,9 %	**16.40**
Cheese Burger	422	18.50	16.90	17.20	16.50	16.87	+9,7 %	**16.90**
Teriyaki Chicken Bowl	393	18.50	16.90	17.20	16.50	16.87	+9,7 %	**16.90**
Double Smash Burger	370	20.90	19.50	19.90	18.90	19.43	+7,5 %	**19.40**
Crispy Chicken Burger	332	18.50	16.90	17.30	16.50	16.90	+9,5 %	**16.90**
Poke Bowl Lachs	306	20.90	19.50	19.90	18.90	19.43	+7,5 %	**19.40**
Bacon Burger	285	18.90	17.50	17.50	16.90	17.30	+9,2 %	**17.30**
Falafel Bowl	248	16.50	14.90	15.50	14.50	14.97	+10,2 %	**15.00**
BBQ Burger	222	18.90	17.50	17.50	16.90	17.30	+9,2 %	**17.30**
Bulgogi Beef Bowl	212	18.90	17.50	17.50	16.90	17.30	+9,2 %	**17.30**
Veggie Burger	192	16.50	14.90	15.50	14.50	14.97	+10,2 %	**15.00**
Tofu Bowl	170	15.90	14.30	14.50	15.10	14.63	+8,7 %	**14.60**
Ø zwölf Artikel	**3’620**	**18.40**	**16.90**	**17.20**	**16.50**	**16.87**	**+9,1 %**	**16.87**

Neuer Preis: Ø der drei Konkurrenten am Standort Mitte, dem engsten Markt, auf 10 Rappen gerundet. In Nord und Süd liegen Sie damit knapp unter dem dortigen Schnitt. Weitere Hauptgerichte mit ungefährem Gegenpart liegen schon heute gleichauf. Alle 48 Artikel mit allen Preisen im Excel, Blatt 6.

Gegenfinanzierung: das Preisniveau bleibt für Sie gleich

Die zwölf Artikel auf den neuen Preis zu setzen, kostet bei heutiger Menge CHF 5’583 in vier Wochen. Neun Artikel ohne direkten Vergleich tragen eine kleine Erhöhung, weil dort niemand nebeneinander vergleicht: Pommes Frites +1.00, Süsskartoffel-Pommes +1.00, Onion Rings +1.00, Hausgemachte Limonade +1.00, Coca-Cola 0,5 l +0.50, Eistee 0,5 l +0.50, Mineralwasser 0,5 l +0.50, Coleslaw +0.50, Brownie +1.00. Das bringt CHF 5’584 in vier Wochen. Saldo: CHF 2, also neutral.

> WAS HEISST DAS FÜR SIE
>
> Der Kunde vergleicht die Preise, die er nebeneinander sieht: Burger und Bowls. Dort sind Sie heute rund 9 Prozent teurer als in Mitte üblich. Auf Beilagen und Getränken vergleicht kaum jemand. Wer die sichtbaren Preise auf Marktniveau setzt und die unsichtbaren leicht anhebt, verkauft mehr bei gleicher Marge pro Bestellung.

04 Verfügbarkeit

Online-Zeit ist der Anteil Ihrer Öffnungszeit, in dem der Standort auf der Plattform bestellbar ist. Nord und Süd liegen bei 97 und 94 Prozent, Mitte bei 88.

ONLINE-ZEIT	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO	Ø
Nord	98	98	97	97	96	96	97	**97**
Mitte	98	98	97	97	82	72	72	**88**
Süd	95	95	94	94	93	93	94	**94**

Rot: unter 88 Prozent. Alle Pausen mit Uhrzeit, Dauer und Grund sowie alle 40 Offline-Artikel im Excel, Blatt 7.

Mitte hat in vier Wochen **17 Pausen** gesetzt, zusammen 26 Stunden 55 Minuten. 12 davon liegen am Freitag, Samstag oder Sonntag nach 18 Uhr. 12 Mal war der Grund eine volle Küche. 11 Pausen hatten keine Endzeit und wurden erst von Hand wieder aufgehoben, im Schnitt nach 116 Minuten.

OFFLINE-ARTIKEL	BURGER	BOWLS	SALATE	BEILAGEN	GETRÄNKE	DESSERTS	TOTAL
Nord	1	1	1	1	1	1	**6**
Mitte	4	6	2	4	5	2	**23**
Süd	1	2	2	2	2	2	**11**

MITTE: DIE ACHT WICHTIGSTEN OFFLINE-ARTIKEL	KATEGORIE	OFFLINE SEIT	BESTELLT PRO WOCHE AN STANDORTEN, WO ER ONLINE IST
Hausgemachte Limonade	Getränke	3 Tagen	65,3
Onion Rings	Beilagen	19 Tagen	40,9
Poke Bowl Lachs	Bowls	15 Tagen	31,9
Bacon Burger	Burger	26 Tagen	29,7
Apfelschorle	Getränke	15 Tagen	25,9
BBQ Burger	Burger	5 Tagen	23,1
Coleslaw	Beilagen	26 Tagen	22,3
Bulgogi Beef Bowl	Bowls	26 Tagen	22,1

RECHNUNG HEBEL 2

Online-Zeit Mitte von 88 auf 95 Prozent: 290 × 95 / 88 = 313 Bestellungen pro Woche, also **+23**. Offline-Artikel von 23 auf höchstens 5: vorsichtig **+1**. Zusammen **24 Bestellungen pro Woche** × CHF 10.50 Deckungsbeitrag × 4,3 Wochen = **CHF 1’084 pro Monat**, gerundet CHF 1’100.

WAS HEISST DAS FÜR SIE

Eine Pause bei voller Küche fühlt sich richtig an, kostet aber genau die Bestellungen der stärksten Stunden, und eine vergessene Pause läuft weiter. Besser: im Portal die Vorbereitungszeit für eine Stunde erhöhen statt pausieren, jede Pause nur mit Grund und Endzeit, und die Offline-Liste jeden Montag durchgehen.

05 Liefereinstellungen

Mindestbestellwert und Liefergebühr stellen Sie je Standort im Partner-Portal ein, soweit die Plattform das zulässt. Auf Uber Eats gilt bei allen drei Standorten CHF 25. Auf Just Eat liegt Mitte als einziger Standort bei CHF 40.

STANDORT	PLATTFORM	MINDESTBESTELLWERT	LIEFERGEBÜHR	ANTEIL BESTELLUNGEN	Ø BESTELLWERT
Nord	Just Eat	CHF 30	CHF 3.90	65 %	CHF 43.40
	Uber Eats	CHF 25	CHF 3.50	35 %	CHF 37.11
Mitte	Just Eat	CHF 40	CHF 4.90	60 %	CHF 46.00
	Uber Eats	CHF 25	CHF 4.50	40 %	CHF 27.50
Süd	Just Eat	CHF 30	CHF 3.90	75 %	CHF 46.00
	Uber Eats	CHF 25	CHF 3.50	25 %	CHF 38.40

Verteilung der Bestellwerte auf Just Eat

BESTELLWERT IN CHF	NORD	MITTE
30 bis 40	40 %	0 %
40 bis 42	8 %	33 %
42 bis 50	32 %	47 %
50 bis 60	15 %	16 %
über 60	5 %	4 %

Just-Eat-Bestellungen der vier Wochen, Nord 988, Mitte 696. Alle Einzelbestellungen im Excel, Blatt 3.

Die Verteilung der Just-Eat-Bestellwerte zeigt, was der Mindestbestellwert bewirkt. In Nord liegen 40 Prozent der Bestellungen zwischen CHF 30 und 40. In Mitte gibt es diese Bestellungen nicht. Dafür liegen in Mitte 33 Prozent knapp über der Schwelle, zwischen CHF 40 und 42, in Nord nur 8 Prozent. Ein Teil der Kunden füllt auf, um auf CHF 40 zu kommen. Der andere Teil geht.

RECHNUNG HEBEL 3

In Nord liegen 48 Prozent der Just-Eat-Bestellungen zwischen CHF 30 und 42. In Mitte sind es heute 58 von 174 pro Woche. Kämen die fehlenden Bestellungen alle in diesem Band dazu, gilt: 58 + x = 0,48 × (174 + x), also x = rund **49 Bestellungen pro Woche**. Davon rechnen wir nur 40 Prozent als wirklich neu, weil ein Teil heute schon über Uber Eats bei Ihnen bestellt: **20 Bestellungen** × CHF 9.30 Deckungsbeitrag × 4,3 Wochen = **CHF 800 pro Monat**.

WAS HEISST DAS FÜR SIE

Mindestbestellwert in Mitte auf Just Eat auf CHF 30 senken, die Liefergebühr vorerst gleich lassen und nach vier Wochen neu prüfen. Immer nur eine Einstellung auf einmal ändern, sonst lässt sich die Wirkung nicht messen. Kleine Bestellungen wandern heute zu Uber Eats, wo Ihre Provision höher ist.

06 Menü und Bewertungen

Das Menü hat 48 Artikel in sechs Kategorien, an allen Standorten gleich. Auf den Plattformen ist das Foto oft das Erste, was der Kunde sieht. Ohne Foto wird ein Artikel deutlich seltener angeklickt.

MENÜ	SIE	A	B	C
Artikel	48	52	61	44
Artikel mit Foto	39	50	54	44
Artikel mit Beschreibung	29	47	49	44
Angebote für zwei Personen	0	2	3	2
Artikel mit weniger als 2 Bestellungen je Standort und Monat	6	.	.	.

THEMA, MITTE, 4 WOCHEN	ANZAHL
Kalt angekommen	4
Artikel fehlte oder ersetzt	6
Lange Wartezeit	2
Zu teuer	3
Portion zu klein	2
Geschmack gelobt	18
Schnell geliefert	3
Verpackung gelobt	1

Neun Artikel ohne Foto

Kids Burger, Chicken Caesar Bowl, Crevetten Bowl, Beilagensalat, Griechischer Salat, Dip-Sauce, Coleslaw, Edamame, Apfelschorle. Drei davon fallen mit dem Streichen weg, bleiben sechs. Zuerst bei den meistbestellten nachreichen.

Sechs Artikel zum Streichen

Bestellungen pro Monat in der ganzen Gruppe, also weniger als zwei je Standort: Trüffel Burger (5), Crevetten Bowl (5), Griechischer Salat (4), Edamame (5), Kombucha (4), Mochi 3 Stk. (5). Sie binden Ware und Platz in der Küche und machen das Menü länger, ohne zu verkaufen. Vier davon sind in Mitte ohnehin offline: Streichen statt zurückholen senkt die Offline-Liste sofort.

Zwei Angebote für zwei Personen ergänzen

Alle drei Konkurrenten haben sie, preislich zwischen CHF 36 und 42. Ein solches Angebot hebt den Bestellwert über jeden Mindestbestellwert und ist auf der Plattform eine eigene Kategorie.

Bewertungen Mitte

In vier Wochen kamen in Mitte 39 neue Bewertungen dazu, im Schnitt 3,6. Das liegt unter dem Gesamtschnitt von 4,1: die Bewertung sinkt. Keine der neuen Bewertungen wurde beantwortet. Die Kritik hat zwei Schwerpunkte: **kalt angekommen** und **Artikel fehlte oder wurde ersetzt**. Beides hängt an den Pausen und Offline-Artikeln aus Kapitel 04. Der Geschmack wird gelobt.

> WAS HEISST DAS FÜR SIE
>
> Hebel 2 bringt nicht nur Bestellungen, sondern auch bessere Bewertungen. Wer zuverlässig online ist und keine Artikel ersetzen muss, bekommt weniger Einsterner. Antworten auf Bewertungen kosten fünf Minuten pro Tag und werden von den Plattformen sichtbar angezeigt.

07 Gewinnrechnung, Annahmen und Grenzen

Gerechnet wird mit dem Deckungsbeitrag, also dem, was nach allen variablen Kosten einer Bestellung übrig bleibt. Hebel 1 rechnen wir für die ganze Gruppe mit dem tiefsten Bestellwert, dem von Mitte. Das macht die Zahl kleiner, aber belastbarer.

PRO BESTELLUNG	Ø MITTE	NEU, 30 BIS 40
Bestellwert inkl. MWST	38.60	34.70
MWST 2,6 %	−0.98	−0.88
Provision 30 % vom Bestellwert	−11.58	−10.41
Wareneinsatz 30 % netto	−11.29	−10.15
Verpackung	−1.50	−1.50
Personal variabel 7,3 % netto	−2.75	−2.48
Deckungsbeitrag	**10.50**	**9.29**
gerundet für die Hebel	10.50	9.30

HEBEL	BESTELL. PRO WOCHE	DB	PRO MONAT	HALBE WIRKUNG
1 Preise	+42	CHF 10.50	**CHF 1’900**	CHF 950
2 Verfügbarkeit	+24	CHF 10.50	**CHF 1’100**	CHF 550
3 Liefereinstellungen	+20	CHF 9.30	**CHF 800**	CHF 400
Zusammen	**+86**		**CHF 3’800**	**CHF 1’900**

Monat = 4,3 Wochen. DB auf 10 Rappen, Beträge auf 100 gerundet. Die halbe Wirkung allein deckt den Audit-Preis im ersten Monat.

Annahmen

- **Hebel 1:** Die Konversion der Gruppe steigt von 13,6 Prozent um 0,65 Punkte, wenn die Topseller auf Marktniveau liegen. Das entspricht 4,8 Prozent mehr Bestellungen, 880 × 4,8 Prozent = 42. Die Gegenfinanzierung aus Kapitel 03 hält die Marge pro Bestellung gleich.
- **Hebel 2:** Bestellungen wachsen im Verhältnis zur Online-Zeit. Weniger Offline-Artikel rechnen wir fast nicht ein.
- **Hebel 3:** Muster von Nord übertragen, davon 40 Prozent als neu gezählt.

Grenzen dieser Analyse

- Die Konversion der Konkurrenz ist nicht öffentlich. Hebel 1 ist darum eine Annahme, die wir nach vier Wochen messen: Bestellungen und Konversion vorher gegen nachher.
- Saisonale Effekte und Wetter sind in vier Wochen nicht herauszurechnen. Die Wirkungsmessung vergleicht darum immer vier Wochen vorher mit vier Wochen nachher.
- Nicht beziffert, aber auffällig: Süd liefert mit 39 Minuten am langsamsten, ist nur zu 78 Prozent pünktlich, und die neuen Bewertungen dort nennen vor allem die Wartezeit. Keine Antworten auf Bewertungen. Keine laufenden Aktionen. Das sind die nächsten Hebel nach diesen drei.

Datenquellen

Partner-Portale Just Eat und Uber Eats (Bestellungen, Menüaufrufe, Online-Zeit, Pausen, Bewertungen), Kassenexport, Wareneinsatz und Personalkosten aus Ihrer Buchhaltung, Menüs und Einstellungen der Konkurrenz öffentlich auf den Plattformen abgerufen.

Weiter im Handlungsbogen: die drei Hebel auf zwei Seiten, mit Verantwortlichen und Terminen. Teil 3