

PRESSEMITTEILUNG:

Mystery Shopping: Mehr Aufträge, aber sinkende Qualität

Hamburg, 30. Januar 2012 – Laut „Mystery Shopping Monitor 2012“, einer Umfrage des Hamburger Marktforschungsinstituts Dr. Grieger & Cie., ist das Auftragsvolumen bei Testkäufen gestiegen. Allerdings werden Mystery Shopper zunehmend lediglich rudimentär auf ihre Aufgabe als Testkunde vorbereitet. Dies resultiert für die beauftragenden Unternehmen in wenig verlässlichen Ergebnissen, die wiederum zu falschen Maßnahmen führen können.

Bedenkliche Ergebnisse bei einer Umfrage unter Mystery Shoppern

Der „Mystery Shopper Monitor 2012“ ist die dritte Fortsetzung einer unter 1.600 Testkunden durchgeführten Umfrage, die Aspekte wie Vorbereitungs- und Durchführungsqualität, Vergütung sowie Zusammenarbeit zwischen Testkäufern und Marktforschungsinstituten untersucht.

In der Summe ist das Auftragsvolumen nach Einschätzung der befragten Tester 2011 weiter angestiegen. Besonders auffällig ist allerdings, dass Vorbereitungsart und -intensität der beauftragenden Marktforschungsinstitute und Testkundenagenturen zum Teil erheblich variieren und sich insgesamt weiter verschlechtern haben: Über 45 Prozent der Testkäufer werden lediglich schriftlich vorbereitet, ohne dass ihr Verständnis der Bewertungsgrundlage von den Instituten überprüft wird. Insofern ist nicht gewährleistet, dass in allen Mystery Shopping-Projekten die erforderlichen Gütekriterien Reliabilität (Zuverlässigkeit) und Validität (Gültigkeit) sorgfältig beachtet werden. „Das ist eine bedenkliche Entwicklung: Die Unternehmen verlassen sich auf die Mystery Shopping Ergebnisse, und die erforderliche Qualität wird in vielen Fällen nicht erbracht“, erläutert Gunnar Grieger, Inhaber von Dr. Grieger & Cie. Marktforschung und Betreiber der Mystery Shopping-Agentur MYSTERYPANEL aus Hamburg. „Insofern ist davon auszugehen, dass die abgeleiteten Maßnahmen zum Teil auf falschen Daten basieren“, führt Grieger weiter aus.

Neben dem Themenbereich Aufgabenvorbereitung wurden weitere Aspekte abgefragt: Zwar ist die Hauptmotivation einer Nebentätigkeit als Mystery Shopper finanziell begründet, allerdings gibt es daneben für nahezu drei Viertel der Mystery Shopper wichtig, einen Beitrag zur Verbesserung der Servicewüste zu leisten, auch, weil sie selbst schon schlechte Service-Erfahrungen gesammelt haben. Die Lieblingseinsätze der Testkunden sind nach wie vor im Gastgewerbe. Weniger beliebt sind Testberatungen bei Kreditinstituten, Versicherungen und in der Automobilbranche.

Die Nebentätigkeit als Testkunde ist bei den Befragten so beliebt, dass die Hälfte gern hauptberuflich als Mystery Shopper tätig sein würde. Dies ist nicht zuletzt auf den vergleichsweise lukrativen Verdienst zurückzuführen: Mystery Shopper erhielten 2011 rund 20 Euro pro Stunde. Allerdings erhielt jeder Fünfte weniger als 10 Euro. Insofern bestehen nach wie vor große Unterschiede in der Vergütung je nach Auftragsart und Auftraggeber.

Studienhintergrund Mystery Shopper Monitor

Mystery Shopping fasst Methoden der Marktforschung zusammen, bei denen verdeckt arbeitende Testkunden die Servicequalität eines Unternehmens nach einheitlichen Vorgaben dokumentieren. In Deutschland bieten weit über 120 Marktforschungsinstitute Mystery Shopping-Dienstleistungen an, die schätzungsweise jährlich 75 Mio. Euro umsetzen.

In dem stetig wachsenden Markt sind immer mehr Personen im Rahmen einer Nebentätigkeit als Mystery Shopper aktiv. Daher wurden über 1.600 Personen zu Ihrer Tätigkeit als Testkunde befragt. Der „Mystery Shopper Monitor 2012“ deckt Bedürfnisse und Einstellungen der Testkäufer auf und beleuchtet Aspekte wie Bezahlung, Aufgabenvorbereitung und Zusammenarbeit mit Mystery Shopping Auftraggebern. „Mit der dritten Fortsetzung der Studie möchten wir weiterhin unseren Beitrag leisten, den Mystery Shopping-Markt transparenter zu machen“, führt Grieger weiter aus.

Weiterführende Informationen über Mystery Shopping und die vollständige kostenlose Studie „Mystery Shopper Monitor 2012“ gibt es unter www.mysterypanel.de.

Über Dr. Grieger & Cie. Marktforschung

Dr. Grieger & Cie. ist ein inhabergeführtes Marktforschungsinstitut und bietet qualitative und quantitative Marktforschung an. Das international tätige Institut betreut mittelständische Unternehmen und internationale Konzerne der Industrie-, Medien-, Handels- und Dienstleistungsbranche. Dr. Grieger & Cie. betreibt das internationale Umfrageportal www.mobrog.com und die in Deutschland, Österreich und der Schweiz tätige qualitätsführende Mystery Shopping-Agentur www.mysterypanel.de.

Pressekontakt:

Dr. Gunnar Grieger

MYSTERYPANEL | Dr. Grieger & Cie. Marktforschung

Winterhuder Weg 144

22085 Hamburg

Tel 0 40/22 81 31 94-0

presse[at]mysterypanel.de

www.grieger-cie.de

www.mysterypanel.de