

**PRESSEMITTEILUNG:**

## **Mystery Shopping 2.0**

### **Erste bundesweite Mystery Shopper-Datenbank für Marktforschungsunternehmen**

*Hamburg, 27. Februar 2008* – Das auf Mystery Shopping spezialisierte Hamburger Unternehmen **Grieger & Cie.** gründet Deutschlands erste Mystery Shopper-Datenbank [www.mysterypanel.de](http://www.mysterypanel.de), bei der sich interessierte Personen als Testkunden registrieren können und Marktforschungsunternehmen selbständig nach Testkunden mit ganz spezifischen Eigenschaften suchen können, um sie passgenau in ihre Mystery Shopping-Projekte einbinden zu können.

#### ***Mystery Shopping ist ein wachsender Markt***

Mystery Shopping ist der Einsatz geschulter Beobachter, die als „normale“ Kunden auftreten, um das Dienstleistungsgeschehen nach einem zuvor festgelegten Kriterienkatalog zu überprüfen. Mystery Shopping wird branchenübergreifend überall dort eingesetzt, wo Unternehmen ihren Kunden begegnen, wie z.B. in Einzelhandelsgeschäften, Gaststätten und Hotels, Call Centern, Krankenhäusern oder Werkstätten. An diesen Schnittstellen entscheidet sich, ob ein Produkt oder eine Dienstleistung verkauft wird, ob die Bedürfnisse des Kunden befriedigt werden und letztlich auch, ob der Kunde die Leistungen des Unternehmens erneut in Anspruch nehmen wird oder eine Empfehlung ausspricht. Das Marktvolumen von Mystery Shopping hat in den vergangenen Jahren stetig zugenommen. Experten gehen von einem deutschen Marktwachstum auf 75 Mio. Euro im Jahre 2010 aus.

#### ***Maßgeschneiderte Ansätze sind erforderlich***

Mit dem zunehmenden Einsatz von Testkäufen wird der Erkenntnis Rechnung getragen, dass das Ertragspotenzial einer Kundenbeziehung erst langfristig ausgeschöpft werden kann. „Es geht nicht mehr nur darum, Neukunden zufrieden zu stellen, sondern das Gelingen von bestehenden Kundenbeziehungen zu ermitteln. Hier wird Geld verdient, während eine Neuakquisition primär kostet“, erläutert Gunnar Grieger, Inhaber von Grieger & Cie. Daher wurde auf [www.mysterypanel.de](http://www.mysterypanel.de) eine Plattform geschaffen, auf der für das jeweilige Projekt passende Testkunden rekrutiert werden können. Die registrierten Mystery Shopper machen z.B. Angaben über Kaufgewohnheiten, Kundenkarten und Vertragsbeziehungen. So können die Testkunden zielgerichtet eingesetzt werden, um laufende Kundenbeziehungen einer kritischen Prüfung zu unterziehen, statt sie nur für das Neukundengeschäft oder nach wohnortspezifischen Gesichtspunkten einzusetzen.

#### ***Datenbank für Marktforscher ohne eigenes Feld***

Marktforschungsunternehmen unterhalten oft kein eigenes Mystery Shopper-Feld, so dass Anfragen von Bestandskunden abgelehnt werden müssen. Die Folge sind verpasste Umsatzchancen und möglicherweise der Wechsel der Kunden zu einem Full Service-Anbieter. „Wir schließen diese Lücke, indem wir Marktforschungsunternehmen unsere umfangreiche Datenbank zur Verfügung stellen“, führt Grieger weiter aus. Die Qualität des Testerstabs wird durch unterschiedliche Maßnahmen wie Prüfung der Angaben, Bewertung der Testkundeneinsätze und regelmäßige Aktualisierungen der Datenbank sichergestellt.

Weiterführende Informationen zum Thema Mystery Shopping, zu Nutzen und Ablauf sowie zahlreiche Einsatzbeispiele gibt es unter [www.mysterypanel.de](http://www.mysterypanel.de).

Über Grieger & Cie.

*Gegründet im Jahr 2006, beraten Grieger & Cie. Klienten aus unterschiedlichen Branchen rund um das Thema Mystery Shopping und Servicequalität. Das Angebot umfasst daneben die konzeptionellen Dienstleistungen Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheitsanalysen.*

**Pressekontakt:**

Gunnar Grieger

Grieger & Cie. / MysteryPanel.de

Papenhuder Str. 53

22087 Hamburg

Tel 040/22 69 22 50

presse[at]mysterypanel.de