

## MYSTERYSHOPPERMONITOR 2015

Befragung von Mystery Shoppern zur Ermittlung von Einstellungen und Bedürfnissen zu ihrer Tätigkeit

*23 analysierte Anbieter, 1.838 befragte Mystery Shopper, über 170 Abbildungen*

Hamburg, im Februar 2015

Dr. Grieger & Cie.  
Marktforschung

# Insgesamt wurden über 1.838 Mystery Shopper zu ihrer Tätigkeit befragt.

## ERHEBUNGSDATEN

Untersuchungs- gegenstand	Abfrage unterschiedlicher Aspekte zur Tätigkeit als Mystery Shopper
Befragungszeitraum	29.12.2014 bis 12.01.2015
Stichprobengröße	n=1.838
Methodik	Anonyme Onlinebefragung über das Umfrageportal <a href="http://www.intquest.de">www.intquest.de</a>

# Um im wachsenden Mystery Shopping Markt Transparenz zu schaffen, beantwortet der Mystery Shopper Monitor 2015 grundlegende Fragen.

## KERNFRAGEN VOM MYSTERY SHOPPER MONITOR

Wachsendes  
Marktvolumen

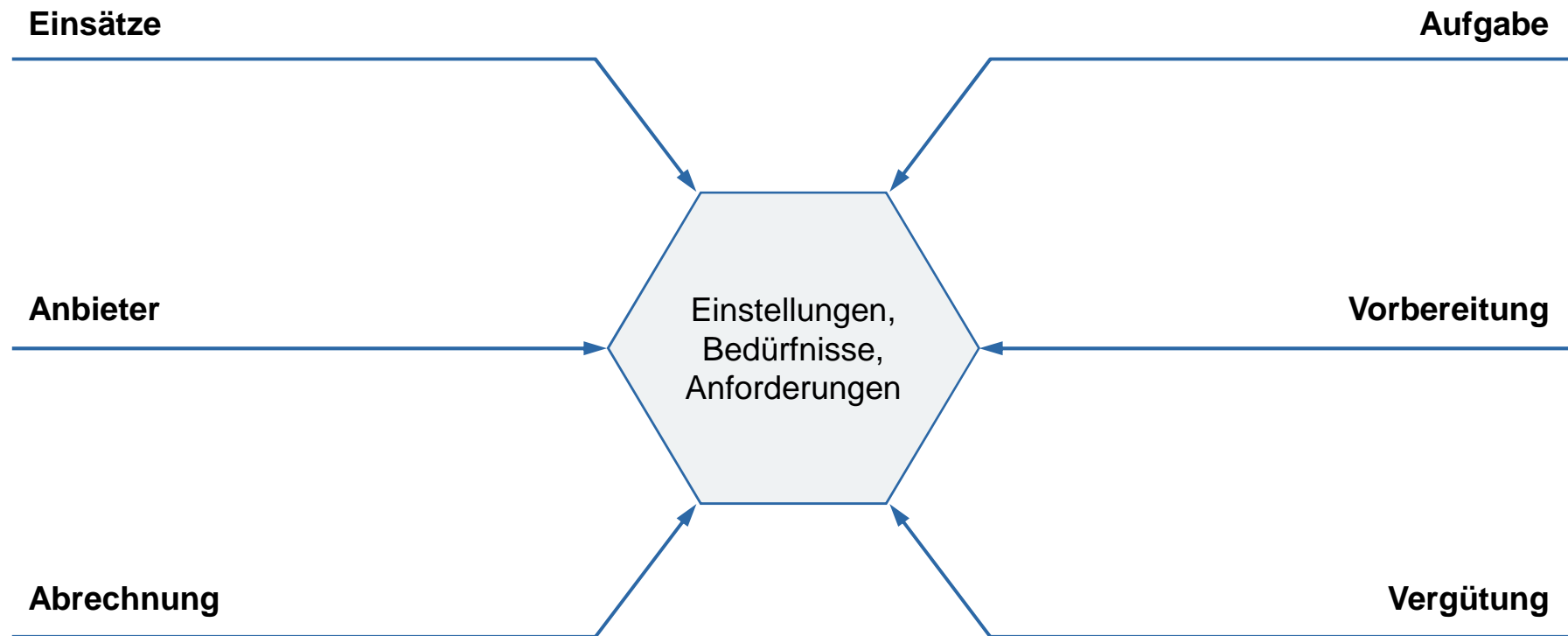
Wachsende Anzahl  
von Marktteilnehmern

- Wer sind die Personen, die als Testkäufer eingesetzt werden?
- Welche Einstellungen und Bedürfnisse haben Mystery Shopper zur Aufgabe, zur Vergütung und zur Zusammenarbeit mit ihren Auftraggebern?
- Wie kommen und stehen Mystery Shopping-Anbieter mit den eingesetzten Testkunden in Kontakt und wie erfolgt die Kommunikation?
- Wie bewerten Testkunden die Anbieter hinsichtlich Vergütung, Fragebogenqualität, Auftragsvolumen, Freundlichkeit etc.?
- Wie werden Mystery Shopper auf ihre Aufgabe vorbereitet?
- Was sind die Erfolgsfaktoren der Zusammenarbeit?
- Wie erfolgt die Vergütung bei unterschiedlichen Auftragsarten?

Vergrößerung der  
Transparenz des  
Mystery Shopper-  
Marktes

# Die Untersuchungsbereiche umfassen die ganze Bandbreite der Tätigkeit als Mystery Shopper.

UNTERSUCHUNGSBEREICHE DES MYSTERY SHOPPING MONITORS



# In der Studie wurden 23 Anbieter von Mystery Shopping untersucht.

## UNTERSUCHTE ANBIETER

- 123 Mystery World Net
- Bausch, Linden & Partner
- CHECKPOINTPlus
- Checkstone
- Concertare
- DR. FREITRÄGER
- GAPbuster
- Globis
- gorath servicetest
- Grass Roots
- Helion
- IMK
- International Service Check
- IPSOS Loyalty
- Kaufmann & Kirner Mystery Shopping and more
- Moventi
- MSM
- Multi-Value
- MYSTERYPANEL
- Performance Check
- Schulungskauf XXXL
- Skopos Next
- TNS Infratest

# Inhalte der Kapitel „Die Aufgabe als Mystery Shopper“ und „Schulung & Training“

## INHALTSÜBERSICHT

*Im Kapitel 1 „Die Aufgabe als Mystery Shopper“ wird dargestellt:*

- Motivation für die Tätigkeit
- Aufgabeninhalt des Mystery Shoppings
- Bereitschaft zur Auftragsübernahme - Ranking beliebter Branchen für Mystery Shopping Aufträge
- Einzelbewertungen der Bereitschaft zur Auftragsübernahme
- Ranking der Einstellung zu spezifischen Aufgaben
- Einzelbewertungen der Einstellung zu spezifischen Aufgaben
- Bewertung unterschiedlicher Dokumentationsvarianten
- Beliebtheit des Mystery Shoppings – Bestreitung des Lebensunterhalts

*Im Kapitel 2 „Schulung & Training“ wird dargestellt:*

- Formen der Vorbereitung auf das Mystery Shopping
- Erstkontakt zum Auftraggeber vor dem ersten Test
- Bewertung des letzten Mystery Shopping Auftrags (Art der Vorbereitung, Verständnisprüfung, Qualität der Vorbereitung, persönliche Vorbereitung)

# Inhalte des Kapitels „Vergütung“

## INHALTSÜBERSICHT KAPITEL 3

*Im Kapitel 3 „Vergütung“ wird dargestellt:*

- Einschätzung einer fairen Vergütung eines Mystery Tests nach Auftragsdauer und Aufwand
- Bewertung des letzten Mystery Auftrags (durchschnittlicher Zeitaufwand, durchschnittliche Vergütung, Zufriedenheit mit der Vergütung)
- Durchschnittliche Vergütung eines Mystery Checks pro Stunde Einsatzzeit
- Fahrtkostenzuschuss
- Einschätzung einer fairen Vergütung nach Schulungsart
- Einschätzung einer fairen Vergütung eines Mystery Calls nach Auftragsdauer und Aufwand
- Bewertung des letzten Mystery Calls (durchschnittlicher Zeitaufwand, Vergütung, Zufriedenheit mit der Vergütung)
- Durchschnittliche Vergütung eines Mystery Calls pro Stunde Einsatzzeit
- Vergleich unterschiedlicher Branchen (Kreditwesen, Versicherung, Autokauf) hinsichtlich Zeitaufwand und Vergütung
- Vergleich unterschiedlicher Auftragsarten hinsichtlich Vergütung und Wunschvergütung
- Veränderung der Auftragsangebote, Vergütung pro Auftrag und Stunde im Vergleich zum Vorjahr
- Entwicklung der Vergütung seit 2011
- Einsatzhäufigkeit für Mystery Shopping im letzten Jahr
- Übersicht des durchschnittlichen Verdienst, Auftragsvolumens und Verdienst pro Auftrag im letzten Jahr

# Inhalte des Kapitels „Abrechnung & Anbieter“

## INHALTSÜBERSICHT KAPITEL 4

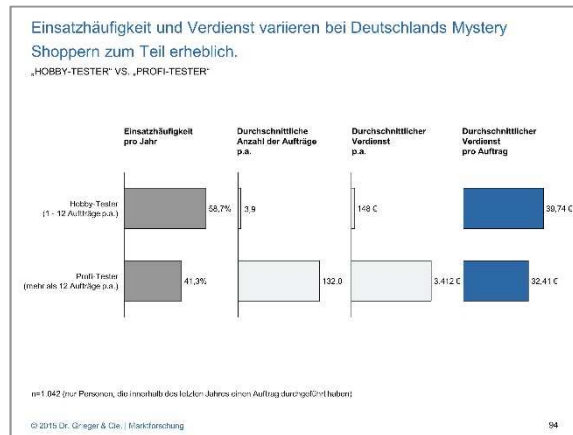
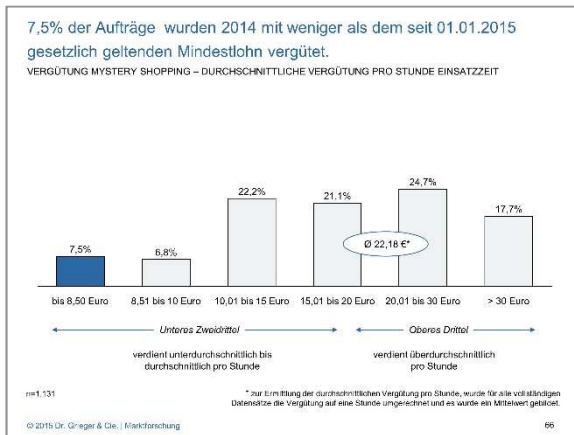
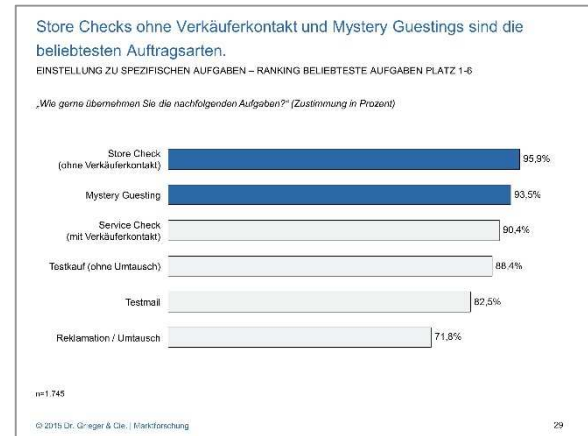
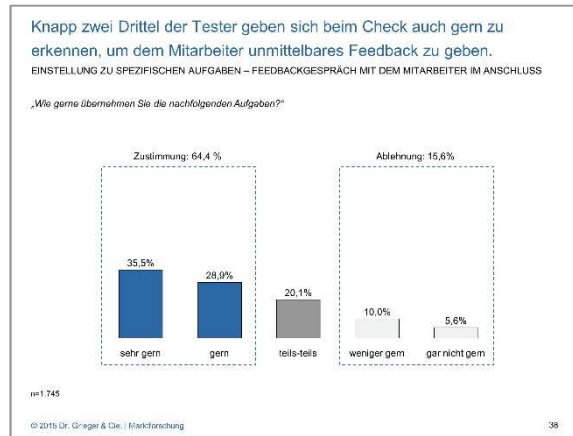
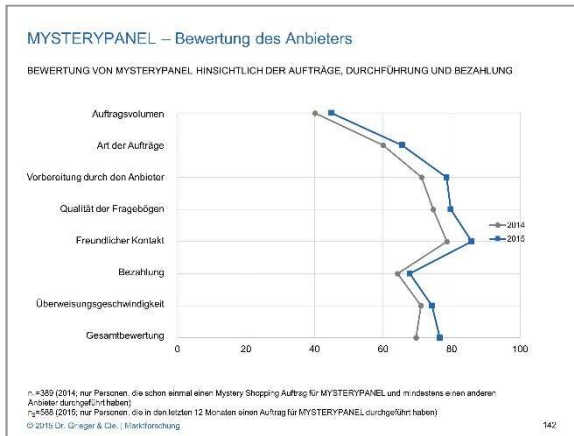
*Im Kapitel 4 „Abrechnung & Anbieter“ wird dargestellt:*

- Präferenzen bei Abrechnungsvarianten
- Akzeptanz von Ware als Hauptbestandteil der Bezahlung
- Vertrauen gegenüber dem Anbieter bei Geldauslage
- Schnelligkeit der Bezahlung
- Anzahl der Anbieter, bei denen die Mystery Shopper registriert sind und Registrierungszeit
- Anzahl der Mystery Shopper die schon einmal einen Auftrag durchgeführt haben und durchschnittliche, gesamte Auftragszahl, unterteilt nach Anbieter
- Anzahl der Mystery Shopper die im letzten Jahr einen Auftrag durchgeführt haben und durchschnittliche Auftragszahl in den letzten 12 Monaten, unterteilt nach Anbieter
- Einzelbewertungen der 23 Anbieter hinsichtlich Aufträge, Durchführung und Bezahlung
- Bewertung der 23 Anbieter hinsichtlich: Auftragsvolumen, Vorbereitung durch den Anbieter, Qualität der Fragebögen, Freundlichkeit des Kontakts, Bezahlung, Überweisungsgeschwindigkeit, insgesamt
- Übersicht der Bewertungen aller Anbieter hinsichtlich Aufträge, Durchführung und Bezahlung
- Kanäle, durch die die Mystery Shopper auf den Anbieter aufmerksam werden
- Kommunikationswege mit dem Mystery Shopping-Anbieter, unterschieden nach Checkart
- Probleme bei der Zusammenarbeit mit Anbietern
- Erfolgsfaktoren der Zusammenarbeit aus Testersicht



# Die Daten wurden anschaulich auf über 140 Schaubildern aufbereitet, so dass die Ergebnisse einfach abgelesen werden können.

## BERICHTSLEGUNG



Studienbestellung per Fax an 0 40/22 81 31 94-9 oder per Email über [studien@grieger-cie.de](mailto:studien@grieger-cie.de)

- **Studienergebnisse „Basic License“**  
Befragung von Mystery Shoppern zur Ermittlung von Einstellungen und Bedürfnissen zu ihrer Tätigkeit. Über 170 Schaubilder als PDF.  
*Nur 1 Nutzer\*: € 450*
- **Studienergebnisse „Premium License“**  
Befragung von Mystery Shoppern zur Ermittlung von Einstellungen und Bedürfnissen zu ihrer Tätigkeit. Über 170 Schaubilder als PDF.  
*Bis zu 6 Nutzer\*: € 750*
- **Studienergebnisse „Corporate License“**  
Befragung von Mystery Shoppern zur Ermittlung von Einstellungen und Bedürfnissen zu ihrer Tätigkeit. Über 170 Schaubilder als PDF.  
*Unlimitierte Nutzeranzahl\*: € 1.250*
- **Präsentation vor Ort**  
Vorstellung der Studienergebnisse vor Ort ca. 4 Stunden (nur buchbar mit einem der o.g. Pakete)  
*€ 750 zzgl. Reisekosten*

\_\_\_\_\_  
Name

\_\_\_\_\_  
Unternehmen (Rechnungsempfänger)

\_\_\_\_\_  
Straße

\_\_\_\_\_  
PLZ und Stadt

\_\_\_\_\_  
Emailadresse für Zusendung der Studie

\_\_\_\_\_  
Telefonnummer (für Rückfragen)

\_\_\_\_\_  
Datum / Unterschrift

\* Bitte beachten Sie, dass die Ergebnisse nur innerhalb eines Unternehmens zu verwenden sind und sich der Preis nach der Anzahl der Nutzer richtet.

Angegebene Preise sind Nettopreise zzgl. Umsatzsteuer

# Dr. Grieger & Cie. Marktforschung

[www.grieger-cie.de](http://www.grieger-cie.de)

**Inhaber:**

Dr. Gunnar Grieger  
Barmbeker Straße 7a  
22303 Hamburg  
Germany

(040) 69 64 66 2-0

hallo[at]grieger-cie.de

© 2015 Dr. Grieger & Cie. | Marktforschung aus Hamburg

All rights reserved. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photography, recording, or any information storage and retrieval system, without permission from Dr. Grieger & Cie.