

## Im verdeckten Einsatz: Mystery-Shopping

**Marktforschung** Die Firma Smart Concept tätigt «Scheinkäufe» im Auftrag von Firmen wie Nestlé oder Orange. Das Geschäft hat Zukunft in der Schweiz.

Sie kaufen Handys, leasen Autos oder lassen sich über neuste Versicherungspolicen beraten. Das alles verdeckt, im Auftrag von Banken, Versicherern oder Händlern. Sie wollen vom Test-Käufer, oder eben Mystery-Shopper, eine Bewertung der eigenen Servicequalität und des Verkaufsverhaltens.

Über 2000 solcher freier Mitarbeiter arbeiten heute für Smart Concept – vor zwei Jahren waren es noch ein paar Hundert. Das in der Marktforschung auf Mystery-Shopping spezialisierte Unternehmen setzte schon im Jahr 2001 auf das amerikanische Konzept. «Die Dienstleister hierzulande erkennen zunehmend, wie wichtig Service an der Verkaufsfront ist»,



Smart Concept-Chef David Meloni spielt den Autokäufer.

sagt Geschäftsführer David Meloni. Heute seien Produkte und Dienstleistungen grösstenteils austauschbar, auch der Preis spiele beim Kauf kaum mehr eine Rolle. Meloni sieht aber seine Chance: «Auch in der Schweiz gibt es Service-Wüsten.»

Unternehmen wie Nestlé, Cornèr Bank oder Amag nutzen Mystery-Shopping, um Schwächen im Kundenservice aufzu-

decken. Orange etwa lasse in allen 50 Filialen den gesamten Verkaufsprozess eines Handys von der Begrüssung bis zur Vertragsunterschrift analysieren, sagt Meloni. Was der Telekomanbieter für die Analyse berappen muss, will der Unternehmer nicht verraten. Generell gilt: Die Branche ist äusserst verschwiegen. Dass er für seine Kunden teilweise auch Konkurrenten ausspioniert,

gehört für Meloni zum Geschäft. Mehr will er dazu nicht sagen.

### Der Schweizer Mystery-Markt ist wenig erforscht

Über Mystery-Shopping in der Schweiz gibt es keine Zahlen. Für Marketing-Experte André Briw von der Hochschule für Wirtschaft in Luzern ist klar: «Der Markt hat grosses Potenzial.» Deutlicher wird Europas Branchenverband: Im Kontinent wird für die Scheinkäufe mittlerweile rund 210 Millionen Euro ausgegeben, Tendenz weiter steigend. Gute Aussichten für Meloni: «Wir rechnen mit einer Umsatzverdoppelung in den kommenden zwei Jahren.» **Uli Rotzinger**

