



### Mystery-Shopping

Objektives, unverfälschtes und authentisches Kundenfeedback über Service- und Qualitätsstandards – das verspricht Whitebox durch Mystery-Shopping.

# Whitebox feiert 15-Jahr-Jubiläum

Mystery-Shopping ist mittlerweile ein bekanntes Tool, das von der Agentur Whitebox vor 15 Jahren etabliert wurde.

... Von Michael Fiala

WIEN. Grund zum Feiern gibt es heuer beim Linzer Marktforschungsinstitut Whitebox. Das Unternehmen, spezialisiert auf Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit, feiert im Herbst 15jähriges Firmenjubiläum. Mit der Idee, die damals in Österreich weitgehend unbekannte Marktforschungsmethode Mystery-Shopping am heimischen Markt zu etablieren, bewiesen die beiden Gründerinnen, Doris Hummer und Sabine Koch, im Jahr 2002 Pioniergeist.

„Natürlich galt es in den ersten Monaten zunächst, intensive Aufklärungsarbeit zu leisten, um das Instrument bekannt zu machen und Bewusstsein für dessen einzigartige Vorteile zu schaffen“, erinnert sich Doris Hummer, Fir-

meneigentümerin und heutige Präsidentin der WKÖ. Dass sie mit dem Glauben an das Potenzial von Mystery-Shopping Recht behalten soll, bestätigte sich rasch durch steigende Kunden- und Umsatzzahlen. So betreut das Unternehmen heute Kunden im gesamten deutschsprachigen Raum, vom Ein-Mann-Betrieb bis zum internationalen Konzern, und bietet neben Mystery-Shopping eine breite Palette an Marktforschungsinstrumenten, wie Image- und Potenzialanalysen sowie Kunden- und Mitarbeiterbefragungen an.

**Kundenbedürfnisse erkennen**  
„Das Geheimnis des Erfolgs ist, den Standpunkt des anderen zu verstehen.“ Was Henry Ford mit diesem Zitat bereits im letzten Jahrtausend erkannte, steht

heute im Mittelpunkt der täglichen Arbeit beim Linzer Marktforscher. „Whitebox versteht sich als Pendant zur Blackbox Kunde“, erklärt Daniela Höllerbauer, Geschäftsführerin von Whitebox, „denn mit unseren Methoden erheben wir Erwartungen und Bedürfnisse von Kunden und Mitarbeitern und ermöglichen damit einen Perspektivenwechsel.“

Im Zuge eines Mystery-Shoppings suchen anonyme Testkunden Filialen, Gaststätten und Hotels als ganz normale Kunden auf, lassen sich beraten, informieren sich und beobachten sehr genau. Anhand umfangreicher, strukturierter Fragebögen werden alle Beobachtungen in detaillierten Erfahrungsberichten festgehalten.

Für die Kunden von Whitebox bedeutet das, in kürzester Zeit

„Whitebox versteht sich als Pendant zur Blackbox Kunde, denn mit unseren Methoden erheben wir Erwartungen und Bedürfnisse von Kunden.“

**Daniela Höllerbauer**  
Geschäftsführerin

ein objektives, unverfälschtes und authentisches Kundenfeedback über Service- und Qualitätsstandards zu erhalten und sofortige Handlungsempfehlungen ableiten zu können. „Innovative Entwicklungen und die fortschreitende Digitalisierung stellen uns in unserer schnelllebigen Zeit vor neue Herausforderungen. Den Kunden als Menschen mit individuellen Bedürfnissen stets im Mittelpunkt seines Tuns zu sehen, wird angesichts dessen auch in Zukunft das Um und Auf sein, um erfolgreich zu sein“, so Höllerbauer.