

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
2	Mystery Shopping als Managementinstrument	5
2.1	Definition	5
2.2	Mystery Shopping: die vier Dimensionen	5
2.3	Zweck von Mystery Shopping	6
2.4	Die Auswertungsmöglichkeiten	6
2.5	Weitere Einsatzgebiete	7
2.6	Anforderungen an das Verfahren und Gütekriterien.....	7
2.7	Mystery Shopping in Bibliotheken	8
2.8	Ethische Aspekte bei Mystery Shopping	8
2.9	Die Risiken beim Einsatz der Methode.....	9
3	Umsetzung und Durchführung von Mystery Shopping	10
3.1	Vorbereitung und Vorgehensweise	10
3.2	Beurteilungsbogen	10
3.3	Drehbuch.....	12
3.4	Ergebnisse	12
3.5	Vergleich ÖB – WB	16
4	Schlussfolgerung aus dem Managementinstrument	19
4.1	Methodenbeurteilung.....	19
4.2	Unsere Empfehlungen.....	20
5	Literaturverzeichnis	21
6	Anhänge	23