

FAKTOR FREUNDLICHKEIT

Nette Kunden kriegen mehr fürs Geld

Datum: 16.08.2017 15:12 Uhr

Das Ergebnis einer Studie der Universität Innsbruck bestätigt - Freundlichkeit zahlt sich aus. So haben nette Kunden gute Chance letztendlich mehr Eis in der Tüte zu haben oder aber einen größeren Kebab zu bekommen.

**Bitte recht freundlich**

Freundlichkeit zahlt sich letzten Endes doch aus.

(Foto: dpa)

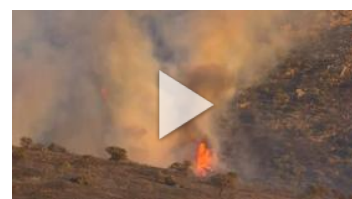
Innsbruck. Freundlichkeit lohnt sich. Kunden werden bevorzugt behandelt, wenn sie nett zum Verkäufer sind, berichten österreichische Wirtschaftsforscher im Fachjournal „Experimental Economics“ über eine Feldstudie. Mit einem Lob vorweg bekomme ein Kunde zum Beispiel deutlich mehr Eis in die Tüte oder ein größeres Kebab. Auch Trinkgeld schon vor der Bestellung führe zu größeren Portionen.

ANZEIGE

Die Wissenschaftler um Michael Kircher von der Universität Innsbruck hatten mehrere Teilnehmer in Fast-Food-Lokale in Innsbruck und München geschickt und sie dort eine Tüte Eis kaufen lassen. Direkt danach wurde die Leckerei gewogen. Nach Komplimenten gab es 10 Prozent mehr Eiscreme. Trinkgeld im Voraus brachte 17 Prozent

ANZEIGE

VIDEOS BILDER

**FRAU STIRBT AM SET**
Tödlicher Unfall überschattet
Deadpool 2-Dreharbeiten**XXL**
10.000 Eier für ein Omlett**PANORAMA**
Waldbrände in der Nähe von Athen

WEITERE VIDEOS >

PANORAMA-NEWS

STREIT UM BIG BEN 15:29
Länger die Glocke nie
verklangen**FAKTOR FREUNDLICHKEIT** 15:12
Nette Kunden kriegen mehr fürs
Geld**HMS QUEEN ELIZABETH** 13:01
Der neue Stolz der britischen
Marine**JAMES BOND** 12:30
Daniel Craig kehrt zurück in...

mehr - zog man die Kosten dafür wieder ab, blieb ein Plus von 7 Prozent.



GEMÜSE UND OBST ALS PULVER Teurer Zaubertrank aus Tütchen

Fünf Portionen Obst und Gemüse am Tag schafft nicht jeder. Abhilfe sollen Spinat, Brokkoli oder Bananen in Pulverform schaffen. Einfach ins Essen oder Getränk streuen, fertig - aber kann das schmecken? Und ist es gesund? [mehr...](#)

Das Experiment wurde danach an Kebab-Ständen in Graz, Innsbruck und München fortgesetzt. Die dort gewonnenen Daten untermauerten die Ergebnisse. Insgesamt wurden über 100 Tüten Eis und 800 Döner-Wraps gekauft. Das Essen wurde danach meist verschenkt oder gespendet.

„Interessant war, dass der Effekt beim Trinkgeld über mehrere Besuche gleichgeblieben ist, während er bei Komplimenten

deutlich anstieg und nach fünf Besuchen sogar stärker war als jener mit Trinkgeld“, sagte Mitautor Stefan Palan. Nachhaltiges Loben könne die bevorzugte Behandlung noch weiter verstärken.

Die Studie zeige, dass immaterielle Anreize wie Anerkennung und Lob in der Gesellschaft wohl eher unterschätzt und finanzielle Anreize überschätzt werden. Es sei zu vermuten, dass solche Mechanismen in vielen alltäglichen Konsumentenentscheidungen ähnlich wirkten.

DPA

dpa

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH / Nachrichtenagentur

»Alle Beiträge von dpa anzeigen.

BUSINESSJUNGE

» » »

ALLE SCHLAGZEILEN >

ANZEIGE



WIEN - 18.09.2017, 18.00 UHR

Positionierung von Ländern als Marken?!

HAMBURG - 07.09.2017, 18.45 UHR

Die Kunst des effizienten Laufens – Lauf- & Networking-Event

DÜSSELDORF - 12.09.2017, 16.45 UHR

Art et Liberté

FRANKFURT AM MAIN - 05.09.2017, 18.30 UHR

Die Kunst des effizienten Laufens – Lauf- & Networking-Event

FRANKFURT AM MAIN - 04.09.2017, 18.30 UHR

Buchvorstellung „Die Abstiegs-gesellschaft“ von Oliver Nachtwey

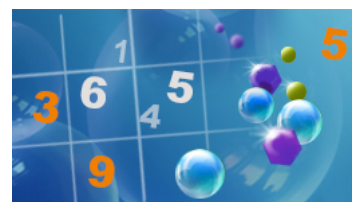
ESSEN - 24.08.2017, 17.00 UHR

Handelsblatt Druckereiführung

ZUM NACHLESEN

Alle Berichte über Club-Events

HANDELSBLATT SPIELE



Sudoku, Mahjong, Bubbles, oder Siedler Online - gönnen Sie sich eine kurze Spielpause.

Jetzt Spielen!

GENUSS



JÜRGENS WEINLESE

Allein unter Flaschen

In der Kolumne des Handelsblatt-Online-Weinexperten Jürgen Röder lesen Sie alles rund um Wein – von Reiseberichten weltweit bis hin zur Weinkeller-App. [mehr...](#)

Mehr zu: Faktor Freundlichkeit - Nette Kunden kriegen mehr fürs Geld

THEMEN **BRANCHEN**

ERNÄHRUNG

Kaffeetrinker leben länger

COFFEE TO GO

Die Wegwerfbecher bleiben weit verbreitet

HARVARD-STUDIE ZU RESTAURANTS

Wie schädlich sind Mindestlöhne?

ÜBERRASCHENDE FAKTEN ZUM KAFFEE

Deutschlands beliebteste Bohne 📄

Stichwort: Lebensmittel

WAHLKAMPFAUFTAKT

Wegen der AfD schließen



Sie wollen unsere Inhalte verwenden? Erwerben Sie hier die Rechte

ANZEIGE



KOMMENTARE zu " Faktor Freundlichkeit: Nette Kunden kriegen mehr fürs Geld" » Alle Kommentare

SERVICEANGEBOTE



Finance Today Newsletter

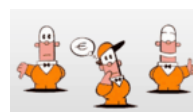


FinanzmarktForen: Investment Live



Handelsblatt Energie Briefing

ANZEIGE



Finanzwissen testen und erweitern



Handelsblatt macht Schule

ANZEIGE

ÜBERSICHT

Finanzen
Unternehmen
Politik

SERVICE

Facebook
Twitter
Google+

LINKS

Orange by Handelsblatt
Handelsblatt Magazin
Morning Briefing

Handelsblatt Global Edition
iqdigital.de
Redner Agentur

Technik
Sport
Video
Auto
Panorama
Social Media
Service

Kontakt/Hilfe
Online-Archiv
Veranstaltungen
Netiquette
Sitemap
Nutzungshinweise
Datenschutzerklärung
Impressum

Research Institute
Datenschutz-Berater
karriere.de
Der Betrieb
GBI-Genios
bellevue-ferienhaus.de
PMG
DUB Unternehmensnachfolge
bellevue-kreuzfahrten.de

vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste
WirtschaftsWoche
Absatzwirtschaft
OrganisationsEntwicklung
Creditreform
boatoon.com
Mittelstandsportal
DUB Franchiseunternehmen

Handelsblatt

© 2017 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG
Verlags-Services für Werbung: iqdigital.de (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: Digitale Unternehmens-Lösungen
Realisierung und Hosting der Finanzmarktinformationen: vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste GmbH
Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min.
Keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben. Bitte beachten Sie auch: **Nutzungsbasierte Onlinewerbung**

