

UNI-STUDIE

Mittwoch, 16. August 2017 von apa

Wer nett ist, kriegt mehr Döner



© Bild: apa/dpa/Söhnke Callsen

Eine Studie der Universität Innsbruck zeigt: Nett sein zu Verkäufern, lohnt sich.

Nett sein zu Verkäufern - das kann sich lohnen. Zu diesem Schluss kommt eine Studie von Wissenschaftlern der Universitäten Innsbruck, die die Wirkung von monetären und immateriellen Anreizen bei alltäglichen Kaufentscheidungen im Fastfood-Restaurant und am Kebabstand untersuchten. Kunden, die sich anerkennend äußerten, erhielten mehr Eiscreme oder Dönerkebab als andere Kunden.

"Die Wahl zum Mitarbeiter des Monats steigert die öffentliche Reputation, während ein Kompliment beim Einkauf ein sehr persönlicher Akt ist", erklärte Michael Kirchler vom Institut für Banken und Finanzen der Universität Innsbruck, der gemeinsam mit seinem Kollegen Stefan Palan für die Studie verantwortlich zeichnet. "Was passiert, wenn ich das Trinkgeld schon bei der Bestellung gebe? Diese Frage stand am Anfang unserer Studie", fügte Palan hinzu. Man habe die Fragestellung dann noch ergänzt, um die Wirkung von immateriellen Anreizen wie etwa Komplimenten zu erforschen.

Mehr Döner, mehr Eis

Die Wirtschaftsforscher schickten dazu mehrere Experimentatoren in Fastfood-Restaurants in Innsbruck und München. Diese kauften dort jeweils ein Tüte Eis, manchmal lobten sie bei der Bestellung das Produkt oder gaben ein Trinkgeld. Nach dem Kauf wogen sie das Eis ab. Das Experiment wurde in der Folge auch an Kebabständen in Graz, Innsbruck und München durchgeführt. Jeweils drei Experimentatoren gingen dabei an fünf aufeinanderfolgenden Tagen mit dem gleichen Auftrag zum gleichen Verkäufer oder zur gleichen Verkäuferin. Insgesamt kauften die Experimentatoren über 100 Tüten Eis und 800 Döner-Wraps.

Der Vergleich der gewonnenen Daten zeigte, wer schon bei der Bestellung Trinkgeld gibt und nett zu den Verkäufern ist, erhält deutlich mehr Ware als andere Kunden: Zehn Prozent mehr Eis bei Komplimenten und 17 Prozent mehr beim Trinkgeld. Zieht man die Kosten des Trinkgelds ab, fällt der Wert allerdings auf sieben Prozent. Die Daten aus den Kebab-Bestellungen

untermauerten diese Ergebnisse. "Interessant war, dass der Effekt beim Trinkgeld über mehrere Besuche gleich geblieben ist, während er bei Komplimenten deutlich anstieg und nach fünf Besuchen sogar stärker war als jener mit Trinkgeld", so Palan. Nachhaltiges Loben über mehrere Tage könne also die bevorzugte Behandlung noch einmal verstärken.

"Reziprozität ist ein Konzept aus den Sozialwissenschaften, nach dem sich die Wichtigkeit von Lob und Anerkennung evolutionsbedingt sehr früh im Menschen entwickelt hat, da sie einen besseren Status in der jeweiligen Gesellschaft begründeten", erklärte Kirchler. Man zeige mit der Studie, wie dieses Prinzip in heutigen Konsumententscheidungen nach wie vor wirkt, und dass immaterielle Anreize wie Anerkennung und Lob wohl unterschätzt und monetäre Anreize eher überschätzt würden. "Es ist zu vermuten, dass diese Mechanismen in vielen alltäglichen Konsumententscheidungen ähnlich wirken, allerdings sind die Effekte nur in speziellen, klar abgegrenzten Situationen tatsächlich quantitativ messbar", so der Wissenschaftler.

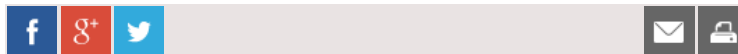


Jetzt 2 Ausgaben **NEWS**
kostenlos und unverbindlich
lesen!*

*Test endet automatisch.

HIER TESTEN ►

News



NEUES AUS DEM NETZWERK

Scharfer Filmgenuss
(e-media.at)

Attraktion am Bodensee
(yachtrevue.at)

Dieses Fleisch darf nicht auf den Grill!
(lustaufsleben.at)

Weizen-Avocatotatar
(gusto.at)

Körpersprache-Experte Stefan Verra analysiert Kern und Kurz
(trend.at)

Diese 16 Stars geben beim Photobombing alles!
(tv-media.at)

Eva Linsinger: Wettlauf der Populisten
(profil.at)

Bier kühlen ohne Strom
(autorevue.at)

Kommentare

Schreibe einen Kommentar

ANMELDEN

Mit Facebook verbinden

LEBEN



"ECONOMIST"
Das sind die 10
lebenswertesten Städte



SYMPATHIE GARANTIERT
Mit den Tricks werden
Sie von jedem gemocht



LEBENSWEISHEIT
5 Dinge, die viele kurz
vor ihrem Tod bereuen

Raten Sie mal, welche
Metropole es heuer auf das
Siegerpodest geschafft hat und
auf welchem Platz Wien liegt

Ausprobieren lohnt sich: Wer
diese 12 Ratschläge befolgt,
kommt bei seinem Gegenüber
mit Sicherheit gut an

Was würde man anders
machen, wenn man noch
einmal die Möglichkeit dazu
hätte? Das ist die Antwort.

