

lokale informationen

Aktuell
Gemeinden
Fricktal
Jugend
Kultur
Politik
Sport
Unfälle/Verbrechen
Arbeit und Wirtschaft
Konsum und Finanzen
Recht und Gesetz
Natur und Umwelt
Gesundheit und Soziales
Bildung und Erziehung
Forschung und Technik
Mobilität und Verkehr
Tiere
Religion und Ethik
Allerlei
fun & action
Archiv

spezial

Aargau
Basel-Landschaft
Überregional
Schweiz
Ausland
Aufgefallen
Ratgeber
Leserbriefe

service

Gewerbeliste
essen & ausgehen
Veranstaltungen
Vereine
stellen24
immobilien24
Inserattarife
Kontakt

mein.fricktal24.ch

Login / Registrieren

Montag, 21. August 2017 00:06

Allerlei

Nett sein kann sich lohnen

Von: Christian Flatz

Wer zu Verkäufern nett ist, wird bevorzugt behandelt. Das zeigt eine aktuelle Studie von österreichischen Wirtschaftsforschern. Sie untersuchten die Wirkung von monetären und immateriellen Anreizen bei alltäglichen Kaufentscheidungen im Fastfood-Restaurant und am Dönerstand. Kunden, die sich anerkennend äusserten, erhielten im Feldversuch mehr Eiscreme oder Dönerkebab als andere Kunden.



Die Wirkung von Lob und Anerkennung im ökonomischen Kontext wurde bisher experimentell vor allem im Rahmen von Arbeitsverhältnissen erforscht. Welchen Einfluss immaterielle Belohnungen in der Konsumwelt haben, ist hingegen kaum bekannt.

„Die Wahl zum Mitarbeiter des Monats steigert die öffentliche Reputation, während ein Kompliment beim Einkauf ein sehr persönlicher Akt ist“, erklärt START-Preisträger Michael Kirchner vom Institut für Banken und Finanzen der Universität Innsbruck. Er hat gemeinsam mit Stefan Palan in einer aktuellen Studie den Einfluss von monetären und immateriellen Anreizen wie Lob und Anerkennung bei alltäglichen Kaufentscheidungen experimentell untersucht.

Lob und Trinkgeld zeigen Wirkung

„Was passiert, wenn ich das Trinkgeld schon bei der Bestellung gebe? Diese Frage stand am Anfang unserer Studie“, erzählt Stefan Palan, der an den Universitäten Innsbruck und Graz forscht. „Wir haben die Fragestellung dann noch ergänzt, um die Wirkung von immateriellen Anreizen wie etwa Komplimenten zu erforschen.“

Die Wirtschaftsforscher schickten dazu mehrere Experimentatoren in Fastfood-Restaurants in Innsbruck und München. Diese kauften dort jeweils eine 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 zeigt, wer schon bei der Bestellung Trinkgeld gibt und nett zu den Verkäufern ist, erhält deutlich mehr Ware als andere Kunden: 10% mehr Eis bei Komplimenten und 17% mehr beim Trinkgeld. Zieht man die Kosten des Trinkgelds wieder ab, fällt der Wert allerdings auf 7%.

Die Daten aus den Kebab-Bestellungen untermauerten diese Ergebnisse. „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“, erzählt Palan. „Nachhaltiges Loben über mehrere Tage kann also die bevorzugte Behandlung noch einmal verstärken.“

Anerkennung als sozialer Kitt

„Reziprozität ist ein Konzept aus den Sozialwissenschaften, nach

Allerlei

Mittwoch, 4. Dezember

Klimajugend - das Schweizerwort des Jahres



Klimajugend, vague verte (grüne Welle), onda verde (grüne Welle) und luf (Wolf) sind die Wörter des Jahres Schweiz 2019. Sie zeigen, worüber die Gesellschaft nachdenkt und was sie bewegt. ZHAW-Forschende nutzten die grösste...

[\[mehr\]](#)

Allerlei

Freitag, 29. November

Gleichstellung von Frau und Mann im Vergleich



Die Schweiz gehört bei zwei der vier betrachteten Indikatoren zu den vorbildlichsten Ländern in Sachen Gleichstellung von Frau und Mann.

[\[mehr\]](#)

Allerlei

Dienstag, 26. November

Ötzis letzte Reise



Welche Route wählte der „Mann aus dem Eis“ vor 5'300 Jahren bei seinem Aufstieg in die Ötztaler Alpen? Dazu gab und gibt es unterschiedliche Theorien. Prof. Klaus Oeggl hat nun gemeinsam mit einem Team auf, in und bei der Mumie...

[\[mehr\]](#)

Allerlei

Dienstag, 26. November

Täglicher Alkoholkonsum rückläufig



2017 tranken mehr als 80% der Bevölkerung Alkohol. Dieser Anteil hat sich seit 25 Jahren kaum verändert,

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“, erklärt Michael Kirchner.

„Wir zeigen mit unserer 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 werden.“ 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.

«Fürs Fricktal – fricktal24.ch – die Internet-Zeitung»

[<- Zurück zu: Allerlei](#)

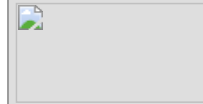
während sich der Anteil Personen, die täglich Alkohol konsumieren halbiert hat. Demgegenüber ist bei den Personen, die sich...

[\[mehr\]](#)

Allerlei

Dienstag, 26. November

Berner Zibelemärit lockte Tausende an



51 Tonnen Zwiebeln wurden dieses Jahr am Zibelemärit in Bern feilgeboten. Das waren drei Tonnen mehr als im vergangenen Jahr.

[\[mehr\]](#)