

Nett sein lohnt sich

Wer zu Verkäufern nett ist, wird bevorzugt behandelt. Das zeigt eine aktuelle Studie der Universität Innsbruck.

Facebook "Like"-Dummy

"Tweet this"-
Dummy

"Google+1"-
Dummy

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. Wissenschaftler der Universität Innsbruck machten sich in einer experimentellen Untersuchung nun daran, diese Forschungslücke zu schließen. Dabei legten sie den Fokus auf alltägliche Kaufentscheidungen.

Eis und Döner Kebab

Mehrere Experimentatoren kauften zunächst in Fastfood-Restaurants in Innsbruck und München jeweils eine Tüte Eis. Dabei lobten sie manchmal bei der Bestellung das Produkt oder gaben ein Trinkgeld. Nach dem Kauf wurde das Eis abgewogen. Der Versuch wurde anschließend an Döner Kebab-Ständen in Graz, Innsbruck und München wiederholt: Die Experimentatoren gingen 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 Kebab.

Lob und Trinkgeld zeigen Wirkung

Es zeigte sich, dass die Experimentatoren immer dann mehr Ware erhielten, wenn sie bei der Bestellung Trinkgeld gaben oder nett zu den Verkäufern waren: Zehn Prozent mehr Eis gab es für Komplimente, 17 Prozent mehr für Trinkgeld. Die Daten aus den Kebab-Bestellungen untermauerten diese Ergebnisse. Interessant war zudem, dass der Effekt des Trinkgelds über mehrere Besuche gleich blieb, während er bei Komplimenten deutlich anstieg: Nach fünf Besuchen war er sogar stärker als der des Trinkgelds.

Einfluss in verschiedenen Alltagssituationen

Die Forscher vermuten, dass die beobachteten Mechanismen in vielen alltäglichen Konsumententscheidungen ähnlich wirken. Sie schließen aus ihren Ergebnissen, dass bei alltäglichen Kaufentscheidungen immaterielle Anreize wie Anerkennung und Lob bisher eher unterschätzt und monetäre Anreize eher überschätzt wurden.

Literatur

Kirchler, M. & Palan, S. (2017). *Immaterial and monetary gifts in economic transactions: Evidence from the field*. *Experimental Economics*.

31. August 2017

Quelle: Informationsdienst Wissenschaft

Symbolfoto: © Universität Innsbruck

Weitere Beiträge zum Thema

[Immer lächeln?](#)

Benutzername

Passwort



[Noch kein Abonnent?](#)

404 Not Found

nginx

Arbeitsplatz

Arbeitspsychologie

Emotionen

Entwicklungspsychologie

Gehirn Gesundheit

Jugendliche Kinder

Klinische Psychologie

Lernen

Neurowissenschaft

Prävention

Psychotherapie

Sozialpsychologie

Stress

Termine

- 23.02.18
Curriculum Schulpsychologie
- 23.02.18
Curriculum Psychologische Lerntherapie
- 27.04.18
Curriculum Achtsamkeit @ work
- 03.05.18

alle Termine anzeigen

[Tweets von @ReportPsych](#)