

Herzlich Willkommen!

„Kleine Tricks, große Wirkung – Die Psychologie des Trinkgeldes“

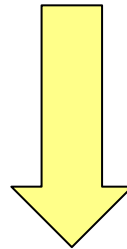


von
Meike Breuer
Caroline Hübenbecker
Bernadette Katzer

Warum Trinkgeld?

Annahme: „Homo oeconomicus“

Ziel: Maximierung des eigenen persönlichen Nutzens



Warum gibt man Trinkgeld, wenn man die Leistung des Kellners nicht mehr beeinflussen kann?



Das Menü

1. Stellenwert des Trinkgeldes
2. Umfrageergebnisse
3. Erklärungsansätze
4. Studie „Sweetening the Till“
5. Forschungsüberblick
6. Fazit
7. Diskussion

Stellenwert des Trinkgeldes

Fokus USA: 

- Umsatz 321 Milliarden
- 8,3 Millionen Beschäftigte: Einkommen hängt vom Trinkgeld ab
 - ca. 94 Millionen Dollar Trinkgeld pro Jahr
- Mindestlohn \$2.13 bei Job mit Trinkgeld, ansonsten \$5.15 pro Stunde
 - inklusive Trinkgeld: Stundenlohn \$5.15

Stellenwert des Trinkgeldes

Deutschland: 

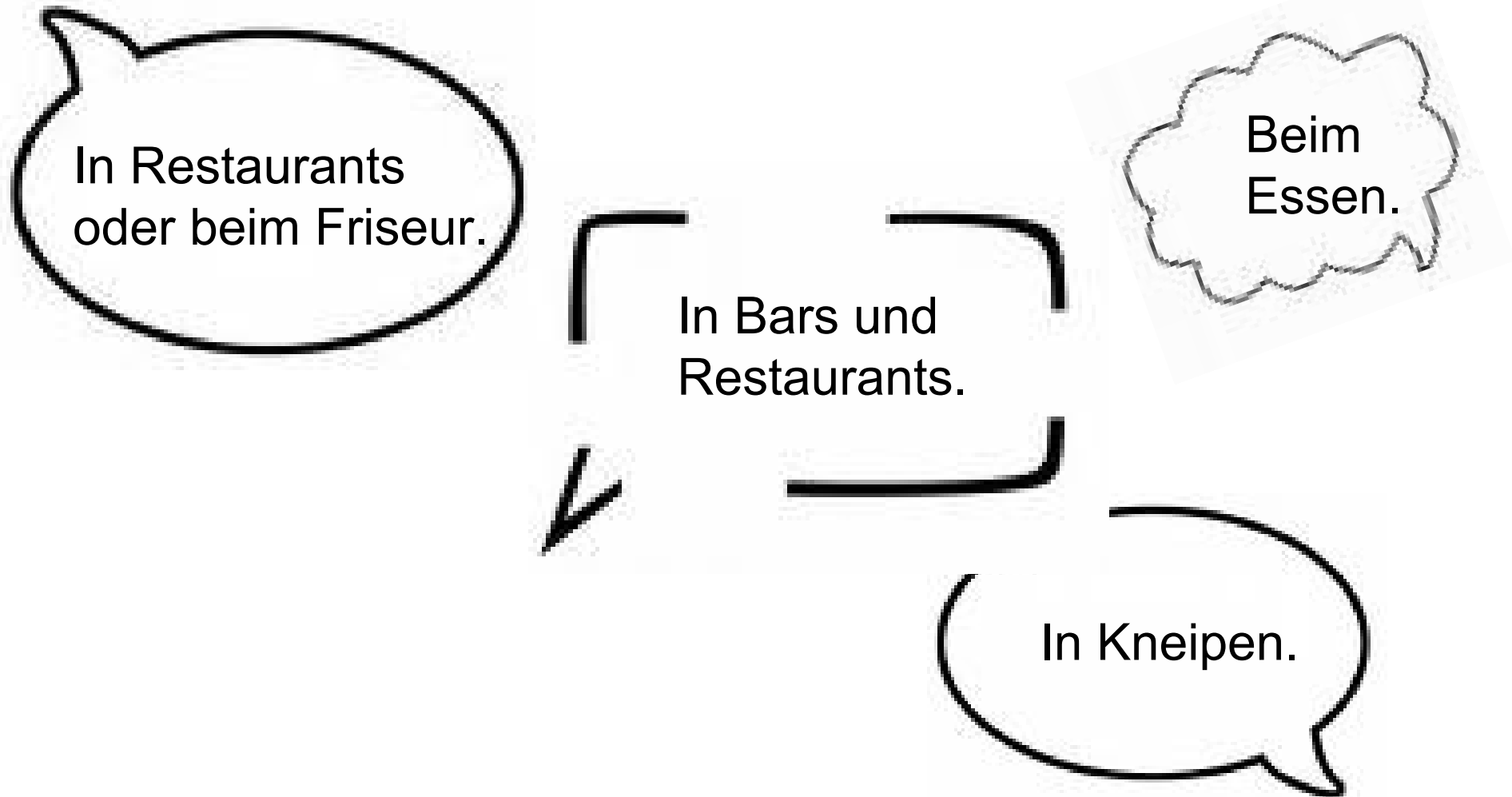
- Ca. 1,2 Millionen Angestellte im Gastgewerbe
- 43 Milliarden Euro Umsatz im Gastgewerbe
- Viele Teilzeitkräfte/ Studenten im Gastgewerbe




Das Menü

1. Stellenwert des Trinkgeldes
2. Umfrageergebnisse
3. Erklärungsansätze
4. Studie „Sweetening the Till“
5. Forschungsüberblick
6. Fazit
7. Diskussion

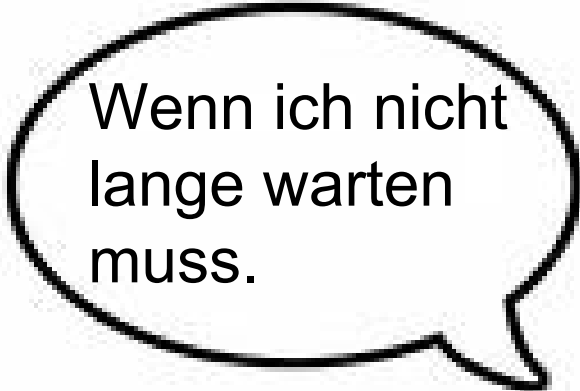
„Wo gibst Du Trinkgeld?“



„Wann gibst Du viel Trinkgeld...“



Bei ´nem netten
männlichen
Kellner.



Wenn ich nicht
lange warten
muss.

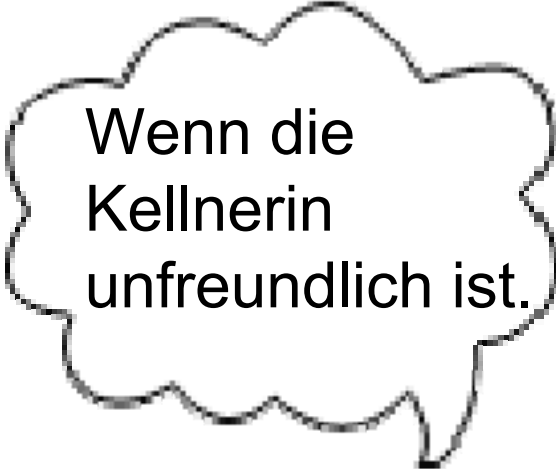


Wenn die
Bedienung
freundlich ist.

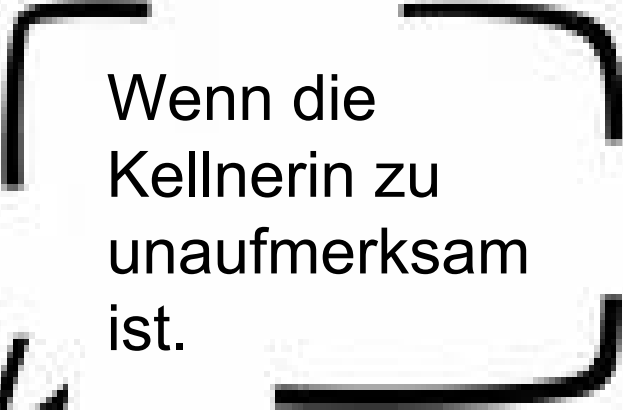


Wenn ich
zufrieden bin mit
dem Service.


„... und wann wenig Trinkgeld?“



Wenn die
Kellnerin
unfreundlich ist.

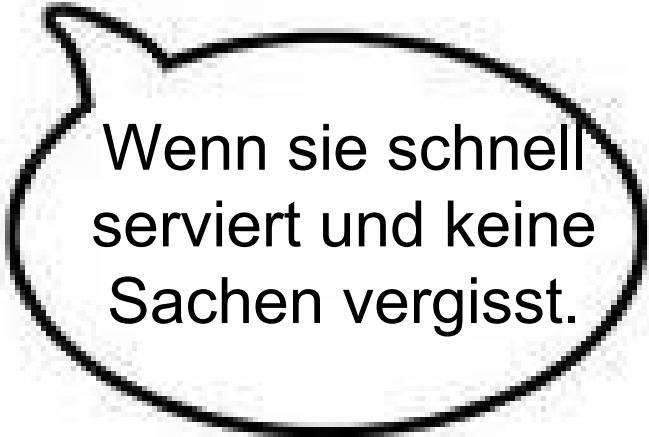


Wenn die
Kellnerin zu
unaufmerksam
ist.




Wenn der
Kellner total
frech ist.


„Wie kann eine Kellnerin das Trinkgeld beeinflussen?“



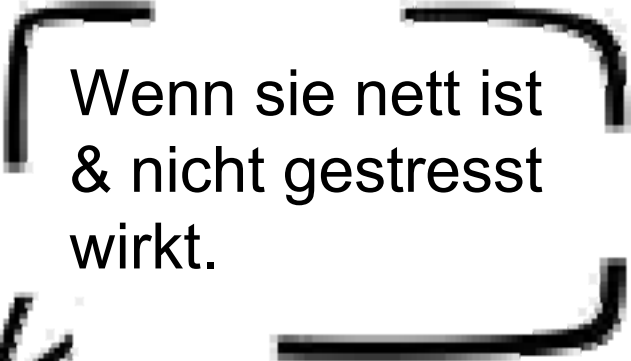
Wenn sie schnell serviert und keine Sachen vergisst.



Sympathie spielt sicherlich ne große Rolle.



Indem sie besonders freundlich ist.



Wenn sie nett ist & nicht gestresst wirkt.

„Könnte Dich eine Süßigkeit großzügiger stimmen?“

Ja!

Nein. Das ist ja keine individuelle Leistung der Kellnerin.

Das sind viele Kleinigkeiten, die letztendlich was Großes ausmachen.

Nein, da zählt eher das Gesamtkonzept.



Das Menü

1. Stellenwert des Trinkgeldes
2. Umfrageergebnisse
3. Erklärungsansätze
4. Studie „Sweetening the Till“
5. Forschungsüberblick
6. Fazit
7. Diskussion

Equity-Theorie

- Wunsch nach ausgeglichenen Beziehungen
- Beziehung dann als gerecht empfunden, wenn Verhältnisse zw. Aufwand & Nutzen beider Teilnehmer gleich sind
- Ungerechte Austausch-Beziehungen führen zu Unwohlsein und Schuldgefühlen.

Equity-Theorie

- Trinkgeld und Service als sozialer Austausch

$$\frac{O_A}{I_A} = \frac{O_B}{I_B}$$

Service: I des Kellners & O des Gastes

Trinkgeld: I des Gastes & O des Kellners

→ Um Schuldgefühle zu verhindern,
bezahlen Gäste Trinkgeld

→ Je höher Qualität/Quantität des Service,
desto mehr Trinkgeld!

Impression-Management

- Bemühungen, den eigenen Eindruck auf andere zu kontrollieren bzw. zu steuern
- Selbstüberwachungstendenz („self monitoring“)
- Ziel: Vorteile in soz. Interaktionen zu erfahren
- Trinkgeld, um soziale Ablehnung zu verhindern und sozial akzeptiert zu werden

Norm der Reziprozität

- Alle menschlichen Beziehungen beruhen auf Anerkennung dieser Norm
- Individuen richten ihr Verhalten an dieser Norm aus
- Bezieht sich auf Wechselseitigkeit von: Vertrauen, Respekt, Loyalität, Dankbarkeit, Verlässlichkeit...
- *„Was du nicht willst, das man dir tut, das füg auch keinem anderen zu!“*

Empathie-Altruismus-Hypothese

- Menschen helfen aus der Tiefe ihres Herzens
- Empathie = Fähigkeit uns in anderer Leute Lage zu versetzen und deren Ereignisse und Emotionen nachempfinden zu können
- Jemandem in misslicher Lage uneigennützig zu helfen, führt zu positiven Gefühlen
- Mitgefühl mit Kellner führt zu Trinkgeld

Weitere Ursachen

- Vorausschauendes Handeln
- Dank
- Sympathie/ Nähe



Das Menü

1. Stellenwert des Trinkgeldes
2. Umfrageergebnisse
3. Erklärungsansätze
4. Studie „Sweetening the Till“
5. Forschungsüberblick
6. Fazit
7. Diskussion



Studie „Sweetening the Till“

The Use of Candy to Increase Restaurant Tipping
Fisher, Lynn, Strohmets & Rind (2002)

Forschungsfrage:

Welchen Einfluss hat das Hinzufügen von Süßigkeiten zur Rechnung auf die Höhe des Trinkgeldes und wie ist dieser Einfluss zu erklären?

→ Zwei Experimente zu dieser Studie



I. Experiment

Hypothese:

- Kellner werden mehr Trinkgeld erhalten, wenn sie der Rechnung ein kleines Geschenk in Form von Schokolade hinzufügen.

Aufbau:

- 92 Besucher Gruppen eines New Yorker Restaurants im Herbst 1992
- 2 männliche Kellner wurden für das Experiment eingesetzt





I. Experiment

Zwei Versuchbedingungen:

- Rote Karte → Kellner bringt zusammen mit der Rechnung Schokolade an den Tisch



I. Experiment

Kontrollbedingung:

- Schwarze Karte → Kellner bringt nur die Rechnung an den Tisch



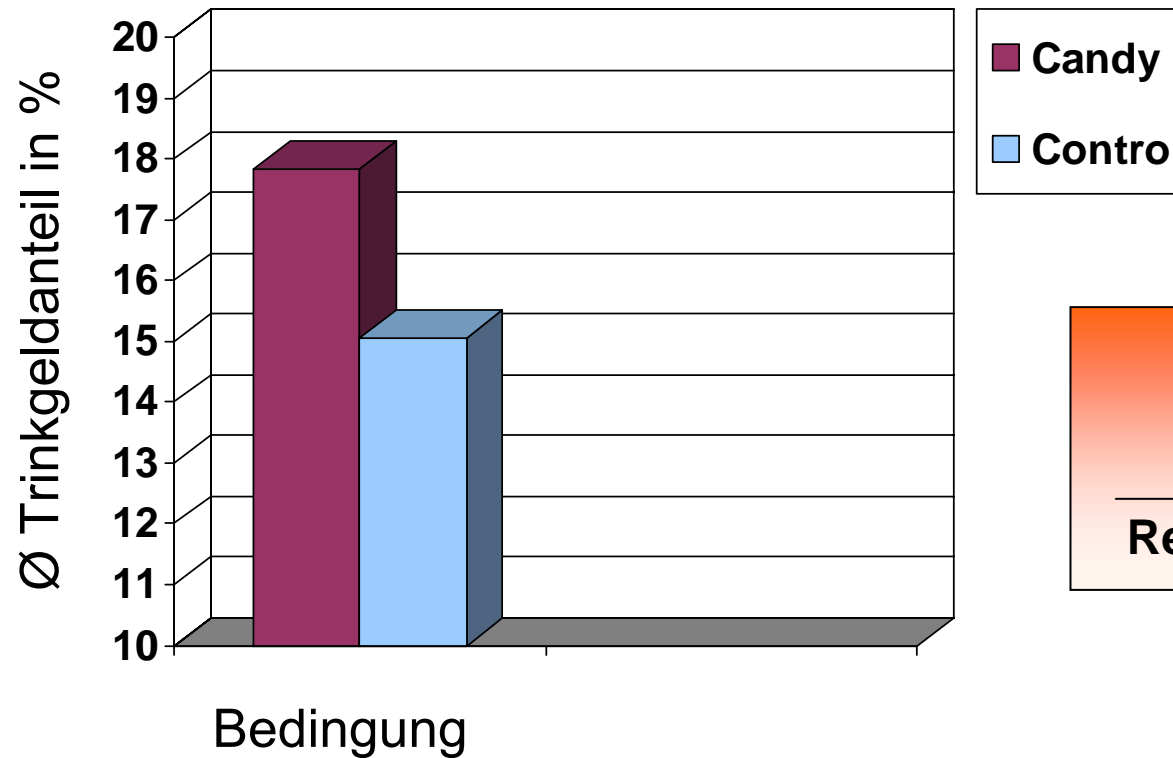
I. Experiment

Kellner dankt und notiert:

- Rechnungshöhe
- Trinkgeldhöhe
- Versuchs-Bedingung
- Zahlungsart
- Geschlecht des Zahlenden



I. Experiment - Ergebnisse



$$\text{Trinkgeldanteil in \%} = \frac{\text{Trinkgeld}}{\text{Rechnung v. St.}} \times 100$$

+ Mehr Trinkgeld bei Zahlung mit Kreditkarte!



I. Experiment - Ergebnisse

→ Schokolade beeinflusst die Trinkgeldhöhe positiv

Offene Frage: Wie lässt sich dieser Effekt erklären?

→ Zweite Studie



II. Experiment - Ziele

Was sind mögliche Gründe für den Candy – Effekt?

- a) Kellnerin wird als besonders freundlich wahrgenommen
- b) Gehobene Stimmung der Gäste
- c) Norm der Reziprozität „zwingt“ Gäste ihrerseits mit Freundlichkeit zu reagieren



II. Experiment

Aufbau:

- 80 Besuchergruppen eines italo-amerikanischen gehobenen Restaurants in New Jersey
- insgesamt 293 Kunden
- Tischgruppen 2 -12 Personen
- erfahrene Kellnerin





II. Experiment

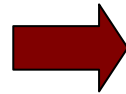
Eine erfahrene Kellnerin
wird für das Experiment eingesetzt..

..ausgestattet mit einem Korb voller
Leckereien



II. Experiment

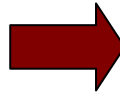
1.) Kontroll-Bedingung





II. Experiment

2.) Ein-Stück-Bedingung

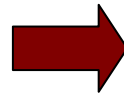


Wird die Schokolade einen positiven Effekt auf das Trinkgeld haben?



II. Experiment

3.) Zwei-Stück-Bedingung

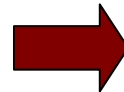


Steigt das Trinkgeld mit der Anzahl an Schoko-Stücken?



II. Experiment

4.) 1+1-Bedingung



Steigt das Trinkgeld bei Induktion von spontaner Großzügigkeit?



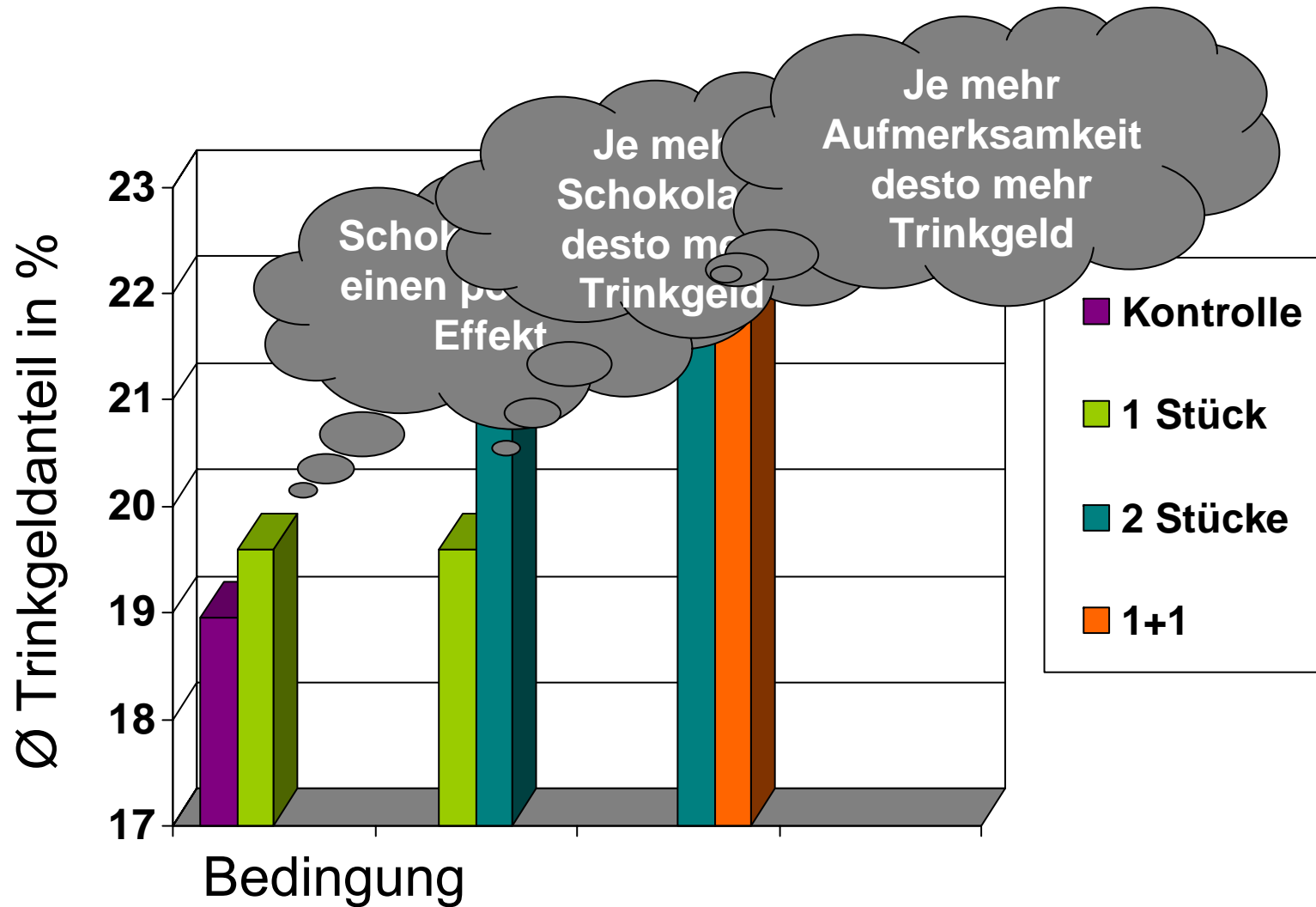
II. Experiment

Kellnerin dankt und notiert:

- Rechnungshöhe
- Trinkgeldhöhe
- Tischgruppengröße



II. Experiment - Ergebnisse





II. Experiment - Ergebnisse

- Reziprokes Verhalten ist die plausibelste Erklärung
 - für alle drei Bedingungen mit Schokolade anführbar
 - Druck zu reziprokem Verhalten in größeren Gruppen umso stärker



II. Experiment - Ergebnisse

- Durch kleine schokoladige Aufmerksamkeiten kann man die Höhe des Trinkgeldes positiv beeinflussen
- 2. Experiment: 4%-Punkte Trinkgeldsteigerung i. Vgl. zur Kontrollbedingung

→ \$\$\$ für die 8 Millionen Kellner der USA



Das Menü

1. Stellenwert des Trinkgeldes
2. Umfrageergebnisse
3. Erklärungsansätze
4. Studie „Sweetening the Till“
5. Forschungsüberblick
6. Fazit
7. Diskussion

Smiley

Kellner/in malt **Smiley** Rückseite der Rechnung:

- Die wahrgenommene Freundlichkeit der Kellnerin steigt +
- Verhalten wird bei einem männlichen Kellner als unangemessen aufgefasst o / -



Nützliche Info

Nützliche Info auf der Rückseite der Rechnung: +

„Sonntag Frühstücksbuffet bis 15 Uhr!“
- handschriftlich -

→ Gast fühlt sich individuell bevorzugt

→ Reziprozität

Witz und Rätsel

- Beigabe zur Rechnung:
Karte mit **Witz +** vs. Karte mit **Werbung -**

- Kurzes **Rätsel** nach dem Essen: +
Aufgabe: ‚f‘ im gereichten Text zählen



- positive Stimmung beim Gast
- Gast will sich revanchieren

Patriotische Botschaft

Patriotische Botschaft auf der Rückseite der Rechnung: +

- a) „United we stand.“ +
- b) „God bless Amerika“
- c) „Have a nice day“



- „Wir-Gefühl“ wird gefördert
- Demonstration der Identifikation mit Amerika
- Impression Management o. Social Identity

Unauffällige Berührung

Unauffällige Berührung des Gastes durch die Kellnerin:
Wichtig: Unaufdringlichkeit

- Gast bewertet die Kellnerin als freundlicher und sympathischer +
- höheren Einfluss auf weibliche Kunden

Haltung, Nachahmung, Vorstellung

Kellner/in ***hockt sich neben den Tisch*** +

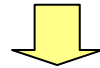
Verbale Nachahmung des Gastes durch die Kellnerin +

Persönliche Vorstellung des Kellners mit Namen +

→ Man fühlt sich unwohl, wenn man einem „Bekanntem“
des Trinkgeld verweigert

Servicequalität

Unterschiedlichste Forschungsergebnisse



Umfrage: „Warum gibt man Trinkgeld?“ (Lynn, 2001)

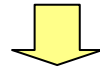
→ Begründung Nr. 1: Servicequalität

Kritik:

- eigene Einschätzung subjektiv
- Soziale Erwünschtheit
- Selbstrechtfertigung

Stammkundschaft

Unterschiedlichste Forschungsergebnisse

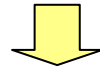


Potentielle Motivation:

- „Erziehung des/der Kellner/in“
- Sozialer Druck

Gruppengröße

Unterschiedlichste Forschungsergebnisse



Verschiedene Erklärungsansätze:

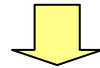
A: Je größer die Gruppe, desto höher ist der soziale Druck.

B: Je größer die Gruppe, desto größer die Streuung der Verantwortung.

→ Ergebnis unklar

Externe Faktoren

Unterscheidet der Gast die Faktoren?



- Wie hoch ist der Einfluss der externen Faktoren?
- Verhält sich der Gast rational?
- Hat der Kellner noch eine Chance, Einfluss zu nehmen?



Das Menü

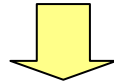
1. Stellenwert des Trinkgeldes
2. Umfrageergebnisse
3. Erklärungsansätze
4. Studie „Sweetening the Till“
5. Forschungsüberblick
6. Fazit
7. Diskussion

Kritik

- Wenige Studien betrachten die Motive!
- Wenige Studien betrachten anderweitiges Trinkgeldverhalten!
- Bei Umfragen kommt es zu Verzerrungen durch soziale bzw. eigene Erwünschtheit!
- Forschungsbedarf in anderen Ländern nötig!

Schlussfolgerung

- Norm der Reziprozität, Equity- oder Impression-Management- Theorien scheinen anwendbar.



Dennoch schwer pauschale
Handlungsempfehlungen zu geben!

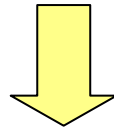
- Trinkgeldhöhe abhängig von „internen“ und „externen“
Faktoren!

→ Generell gilt:

**Persönliche Beziehung zu stärken ist immer
eine gute Strategie!**

Ökonomische Anwendung

Voraussetzung: Trinkgeld hängt von Service-Qualität ab



Unternehmen:

- Mitarbeiter sind engagierter
- Trinkgeld dient als Indikator für „gute“ Arbeit
- Trinkgeld als eigener Kontrollmechanismus
- Gesamterfolg des Unternehmens steigt

Gast:

- Schutz vor überhöhten Preisen (USA)

**Vielen Dank für
Eure
Aufmerksamkeit!**

Diskussion

- Habt ihr einige Tipps aus eigener Erfahrung wie man Trinkgeld steigern kann?
- Sind die Ergebnisse auf Deutschland übertragbar?
- Was würdet ihr davon halten, wenn in Deutschland eine Service Charge eingeführt wird?