

Inaugural-Dissertation von Markus Dobler

„Der irrationale Umgang mit Geld am Beispiel der deutschen Trinkgeldkultur in Gaststätten“

Trinkgeld und seine Vergabe, hat eine Tradition in Europa, die bis ins 16. Jahrhundert reicht. Es erweckt den Anschein, dass dieser Brauch, der sich vor Hunderten von Jahren etabliert und seitdem manifestiert hat, klaren Regeln folgt. Beobachtungen im Alltag lassen jedoch erkennen, dass die Trinkgeldvergabe keinesfalls nach einem solchen festen Muster oder festen Regeln verläuft.

Während der US-amerikanischen Raum in diesem Zusammenhang sehr intensiv untersucht wurde und das jährliche Aufkommen an Trinkgeldern allein in Restaurants auf immerhin 21 Milliarden Dollar geschätzt wird, wird dieser Umsatz im deutschen Bruttosozialprodukt gar nicht berücksichtigt. Auch kennt die Forschung in Deutschland dieses Thema offensichtlich nicht.

Ziel dieser Dissertation war es daher, zunächst Entscheidungsfaktoren zu ermitteln, die überhaupt zu einer Trinkgeldvergabe führen und solche zu finden, die die Trinkgelddhöhe beeinflussen.

Diese Daten und Phänomene, sollten erstmalig in Deutschland empirisch erfasst und statistisch ausgewertet werden um evtl. Gesetzmäßigkeiten und ggf. Empfehlungen für Trinkgeldgeber und Trinkgeldnehmer daraus abzuleiten. Die Arbeit soll auch als Datengrundlage für weitere Forschung dienen. Darüber hinaus sollte geklärt werden, inwieweit die Trinkgeldvergabe tatsächlich irrational ist.

Methodisch wurden zunächst vermutete Einflussfaktoren theoretisch ermittelt.

Durch Kellner/innen wurden nach dem Zahlungsvorgang prüf- und messbare Daten erhoben. Diese 836 Belege wurden im Anschluss statistisch ausgewertet. Parallel wurden potentielle 70 Trinkgeldgeber und 30 Trinkgeldnehmer befragt und die Daten mit den „Praxisdaten“ verglichen.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Trinkgeldvergabe letztlich ein hochkommunikativer Akt zwischen Gast und Kellner ist, dessen Höhe kaum von der tatsächlichen „Leistung“ der Bedienung abhängt, sondern von vielen heterogenen Einflussfaktoren, die im Groben in drei Gruppen unterteilt werden können in

1. Einflussfaktoren durch die Trinkgeldgeber selbst,
2. Einflussfaktoren durch die Trinkgeldnehmer und
3. in sonstige Einflussfaktoren.