

# Bargeldloses Trinkgeld – Bewertung und Wirkung verschiedener Darstellungen und Varianten



Juli 2025

marcel.stadelmann@zhaw.ch, janice.huber@zhaw.ch

Im Auftrag von:



# Inhalt

1	Ausgangslage	Seite 3
2	Befragung Restaurant	Seite 6
3	Trinkgeld Daten Restaurant	Seite 17
4	Befragung Webshop	Seite 21
5	Trinkgeld Daten Webshop	Seite 32
6	Kernaussagen	Seite 36
7	Anhang	Seite 38

# Ausgangslage

# Eckdaten

## Online-Umfrage

### Restaurant

- Link zur Online-Umfrage erscheint nach dem Bezahlen per QR-Code (Yoordi).
- Fragebogen-Tool Unipark
- N = 369

### Webshop

- Link zur Online-Umfrage erscheint nach Abschluss der Zahlung.
- Fragebogen-Tool Unipark
- N = 1'242

## Transaktionsdaten

- Erfassung aller Transaktionen im Erhebungszeitraum
- Erfasste Variablen: Rechnungsbetrag, Trinkgeldbetrag, gezeigte Trinkgeldvariante, Transaktions-ID (zur Verbindung mit den Daten der Online-Umfrage)
- Restaurant: N = 29'597, Webshop: N = 43'792

## Erhebungszeitraum

12. Februar 2025 bis 2. Juni 2025

# Verwendete Trinkgeldvarianten

## Status Quo - 0

- Bisher aktive Variante mit «Kein Trinkgeld» als Default

### Trinkgeld

Kein Trinkgeld

Auto

%

CHF

Dein Trinkgeld geht zu 100% an unsere Mitarbeitenden.

## Prozentsätze – 1

- **1-0:** 5%, 10%, 15%
- **1-1:** 7%, 10%, 15%
- **1-2:** 7%, 10%, 18%

7%

10%

15%

Kein Trinkgeld

CHF

**0%** (CHF 0.00)

Dein Trinkgeld geht zu 100% an unsere Mitarbeitenden.

## Frankenbeträge – 2

- **2-0:** 5%, 10%, 15% – in CHF auf fünf Rappen gerundet
- **2-1:** 7%, 10%, 15% – in CHF auf fünf Rappen gerundet
- **2-2:** 7%, 10%, 18% – in CHF auf fünf Rappen gerundet

CHF 3.70

CHF 5.25

CHF 9.50

Kein Trinkgeld

CHF

**CHF 0.00**

Dein Trinkgeld geht zu 100% an unsere Mitarbeitenden.

## Schieberegler – 3

- **3-0:** Zeigt nur Trinkgeld in Franken, startet bei 0
- **3-1:** Zeigt den Gesamtbetrag, startet beim Rechnungsbetrag



**CHF 40.75**

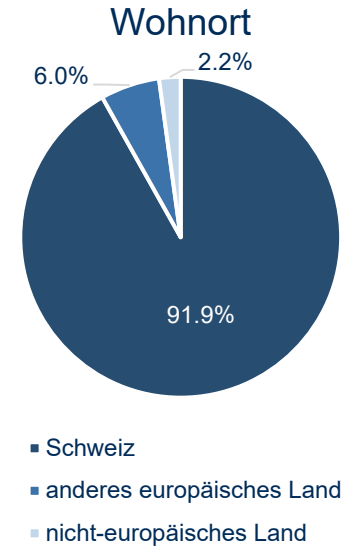
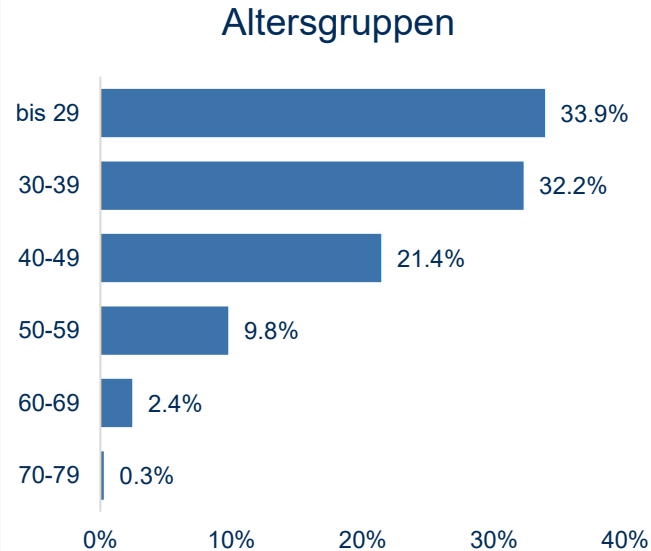
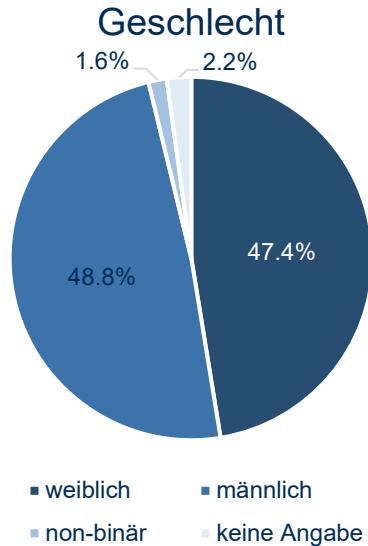
Dein Trinkgeld geht zu 100% an unsere Mitarbeitenden.

- **Bemerkung:** Bei den Varianten 1 und 2 musste aktiv eine Option gewählt werden, um den Zahlungsprozess abzuschliessen. Beim Status Quo und dem Schieberegler (Variante 3) konnte die Trinkgeldauswahl hingegen ignoriert werden.

# Befragung Restaurant

# Demografische Angaben des Fragebogens nach Restaurantbesuchen

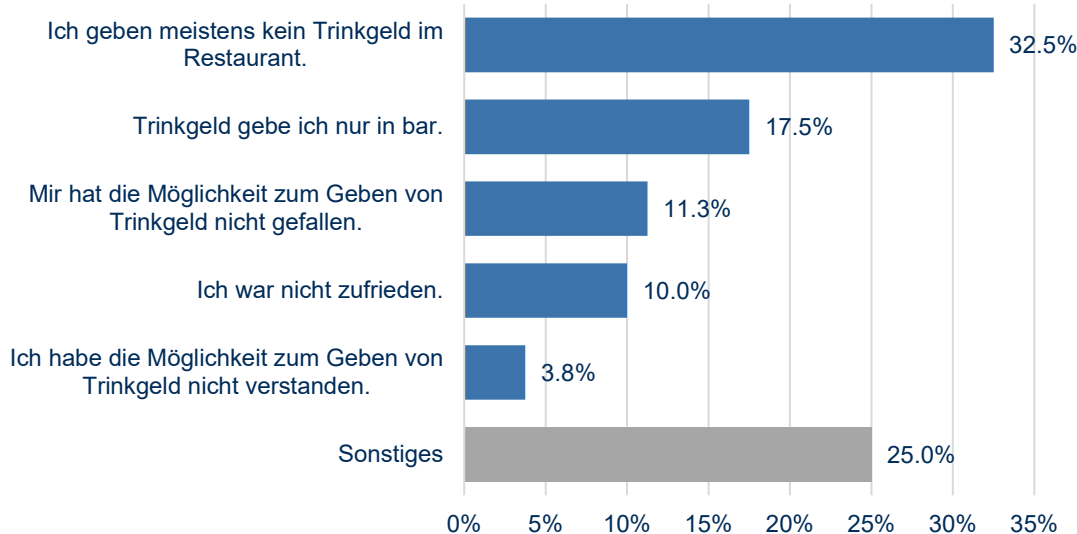
Stichprobe nach Geschlecht, Alter und Wohnregion.



N = 369

# Begründung kein Trinkgeld im Restaurant

## „Weshalb haben Sie kein Trinkgeld gegeben?“



- Jede:r fünfte Befragte hat beim Bezahlen auf Yoordi kein Trinkgeld gegeben.
- Ein Drittel davon gibt grundsätzlich kein Trinkgeld im Restaurant während 18% das Trinkgeld lieber in bar geben.
- Die Trinkgeldoption hatte nur bei wenigen Befragten einen Einfluss auf die Entscheidung, Trinkgeld zu geben.

n = 80



# Erläuterung, weshalb im Restaurant kein Trinkgeld gegeben wurde

„Weshalb haben Sie kein Trinkgeld gegeben?“

**Trinkgeld im Preis  
inbegriffen**

„Das Trinkgeld ist im  
Preis inbegriffen“

**Finanzieller Engpass**

„ Hab nicht viel Geld.“

„I'm a foreign student and struggle with  
money. I only tip when the service is  
exceptional.“

**Kein oder schlechter  
Service**

„ Praktisch Kein  
Personalkontakt.“

„Service war nicht gut “

n = 71

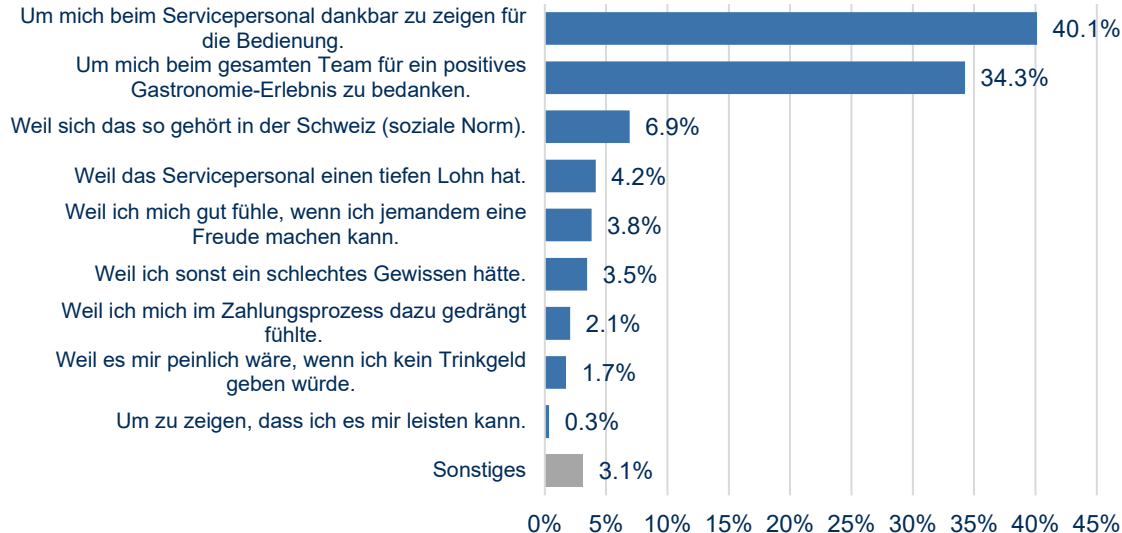
31.07.2025

Wiesner Trinkgeldauswertung

9

# Motiv Trinkgeld im Restaurant

## „Weshalb haben Sie Trinkgeld gegeben?“

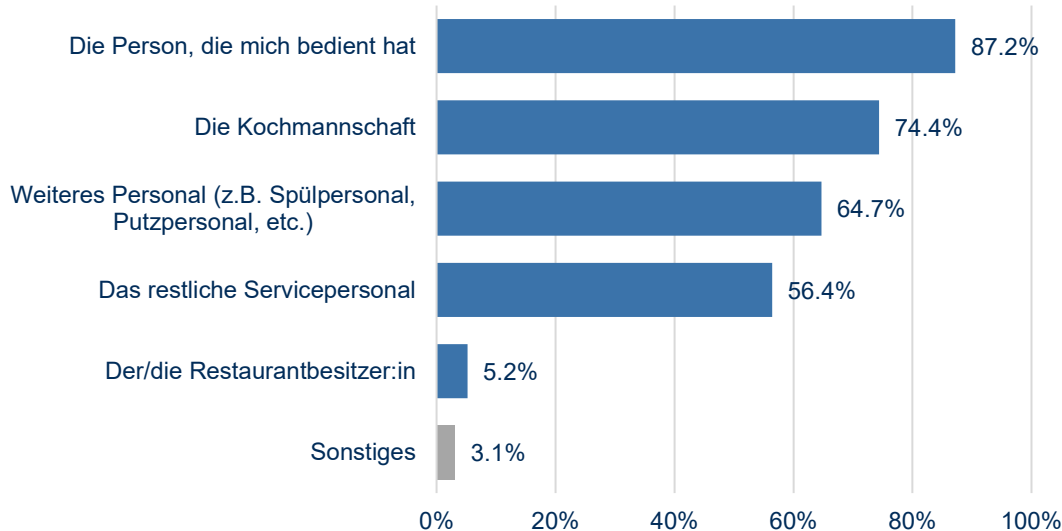


- Etwa drei Viertel der Befragten geben Trinkgeld, um sich beim Service oder dem ganzen Team zu bedanken.
- 7% geben Trinkgeld, weil es sich in der Schweiz so gehört (soziale Norm), für 4% steht die Aufbesserung der tiefen Löhne des Servicepersonals im Vordergrund.

n = 289

# Begünstigung Trinkgeld im Restaurant

## „Wer soll alles an Ihrem Trinkgeld teilhaben?“

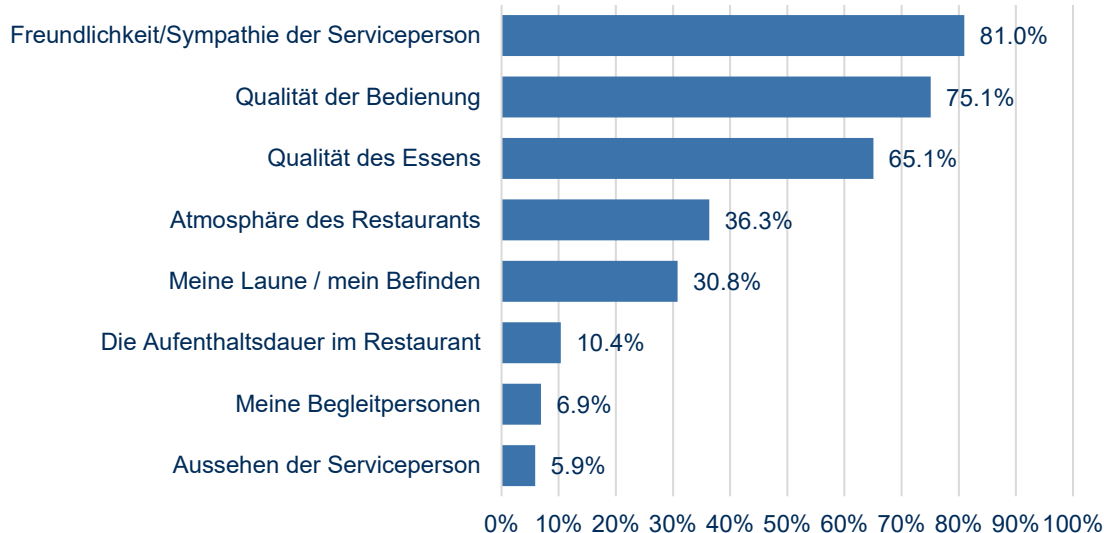


- 87% finden, dass die bedienende Person Trinkgeld erhalten soll.
- Drei von vier Befragten möchten auch die Kochmannschaft mit dem Trinkgeld begünstigen.
- Mehr als die Hälfte möchte zudem auch weiteres Personal sowie das restliche Servicepersonal mit dem Trinkgeld belohnen.

n = 289; Mehrfachantworten möglich

# Faktoren Trinkgeld im Restaurant

## „Welche Faktoren haben die Höhe Ihres Trinkgelds beeinflusst?“

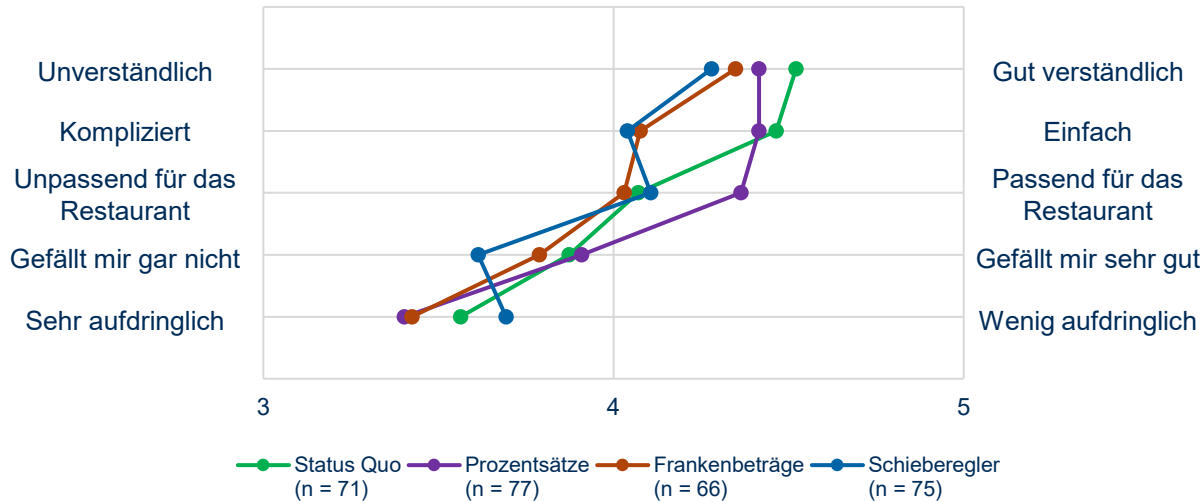


- Die Freundlichkeit der Serviceperson hat für mehr Befragte einen Einfluss auf das Trinkgeld als die Qualität der Bedienung.
- Fast zwei Drittel berücksichtigen die Qualität des Essens bei der Wahl des Trinkgelds.
- Fast jede:r dritte Befragte gibt an, dass auch die eigene Laune die Trinkgeldhöhe beeinflusst.

n = 289; Mehrfachantworten möglich

# Bewertung Trinkgeld-Funktionen nach Varianten im Restaurant

„Wie bewerten Sie die Trinkgeldfunktion, die Sie gesehen haben?“



- Mit Mittelwerten >3 werden alle Funktionen bei allen Eigenschaften insgesamt positiv bewertet.
- Der Status quo gilt als am verständlichsten und einfachsten, was daran liegen könnte, dass die Gäste damit bereits vertraut sind.
- Die Variante mit drei Prozentsätzen wird als am passendsten für das Restaurant empfunden.
- Der Schieberegler wird zwar am wenigsten aufdringlich wahrgenommen, schneidet ansonsten aber eher schlecht ab.

**Bemerkung:** Angezeigt wird der Bereich 3 bis 5 der ursprünglichen Skala (1–5), um Unterschiede besser sichtbar zu machen.

# Zusammenhang von Bewertung und Trinkgeldhöhe im Restaurant



Die Höhe des gegebenen Trinkgelds korreliert leicht positiv damit, wie gut jemandem die gezeigte Trinkgeldfunktion **gefallen hat**. Ebenfalls zeigt sich ein schwacher, positiver Zusammenhang von Trinkgeldhöhe und der Wahrnehmung der Funktion als **passend zum Unternehmen** sowie mit der wahrgenommenen **Einfachheit** der Anwendung.

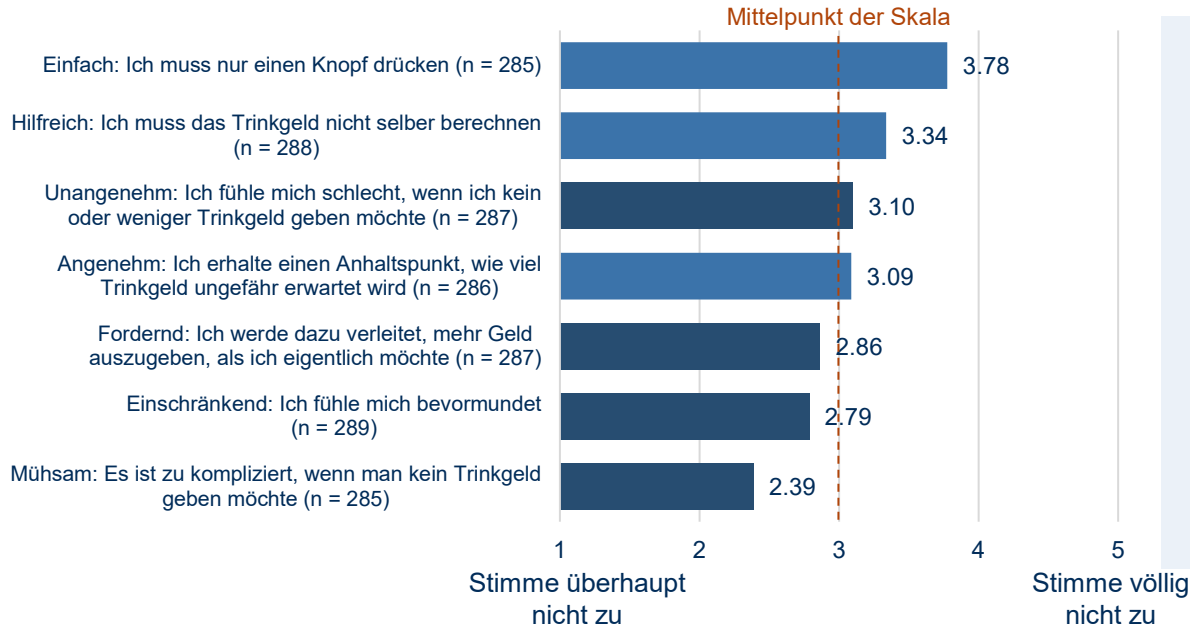


Keinen statistisch signifikanten Einfluss auf die Trinkgeldhöhe haben dagegen die Einschätzungen zur Aufdringlichkeit und Verständlichkeit der Trinkgeldfunktion.

➤ Siehe detaillierte Analyse im Anhang auf Seite 40.

# Generelle Bewertung von Trinkgeldvorschlägen im Restaurant

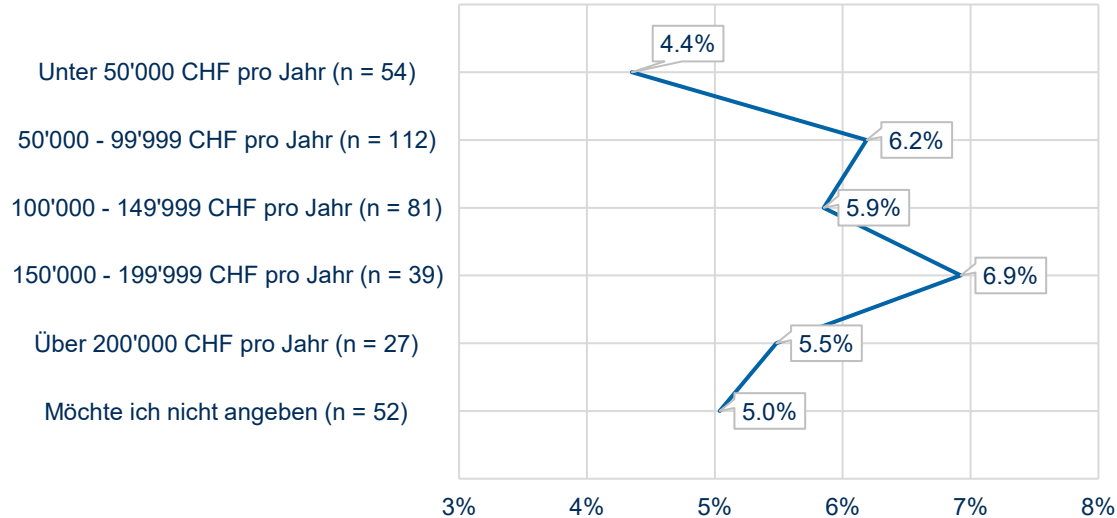
„ Beim Bezahlen werden Ihnen manchmal bereits Vorschläge für das Trinkgeld unterbreitet, z.B. 5%, 10% oder 15%.  
Geben Sie zu den folgenden Urteilen zu solchen Trinkgeldvorschlägen an, wie sehr Sie diesen zustimmen.“



- Die Befragten empfinden Trinkgeldvorschläge insgesamt eher als praktisch denn als störend.
- Insbesondere die Einfachheit, mit einem Knopfdruck Trinkgeld geben zu können, wird geschätzt.
- Am ehesten negativ ins Gewicht fällt, dass man sich schlecht fühlt, wenn man auf „kein Trinkgeld“ klickt.

# Höhe des Trinkgelds nach Haushaltseinkommen

„Wie hoch ist Ihr jährliches Brutto-Haushaltseinkommen?“

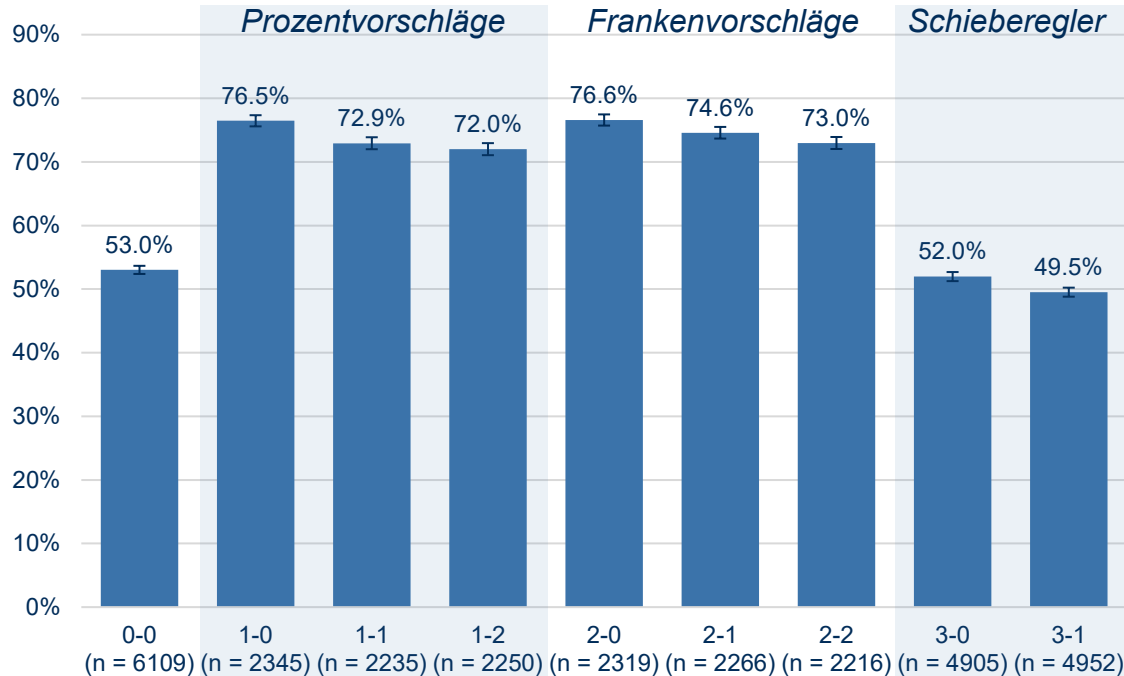


- Personen mit mittlerem bis gehobenem Einkommen (50'000–199'999 CHF) geben tendenziell mehr Trinkgeld als sowohl Personen mit sehr niedrigem als auch mit sehr hohem Einkommen.
- Dieses Ergebnis hält auch bei absoluten Trinkgeldbeträgen, obwohl Rechnungsbetrag und Einkommen schwach positiv korrelieren (0.2).



# Trinkgeld Daten Restaurant

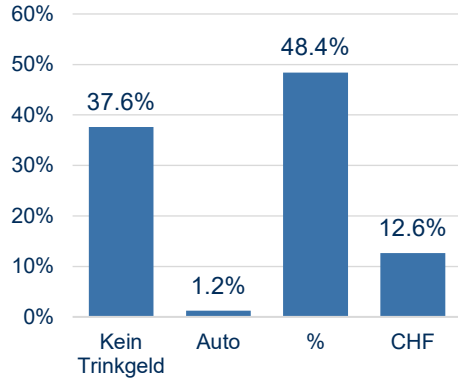
# Häufigkeit von Trinkgeld nach Variante im Restaurant



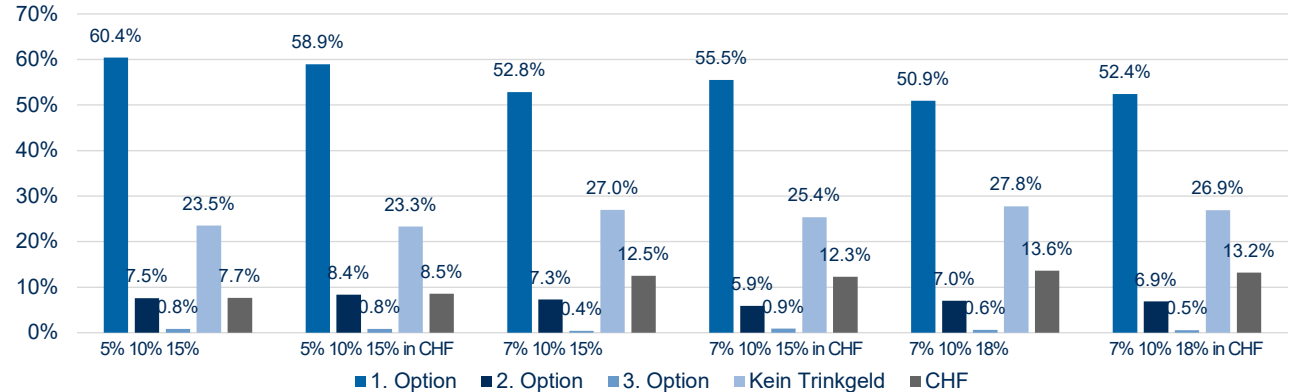
- Beim Status Quo sowie in beiden Schieberegler-Varianten geben jeweils nur rund die Hälfte der Gäste Trinkgeld.
- Bei den drei Vorschlägen in Prozent oder in Franken geben rund drei Viertel der Gäste Trinkgeld. Dies dürfte u.a. daran liegen, dass „Kein Trinkgeld“ nicht als Default eingestellt war und aktiv eine Option gewählt werden musste.
- Bei höheren vorgeschlagenen Beträgen nimmt die Häufigkeit des Trinkgelds leicht ab.

# Getroffene Auswahl nach Variante im Restaurant

Status Quo

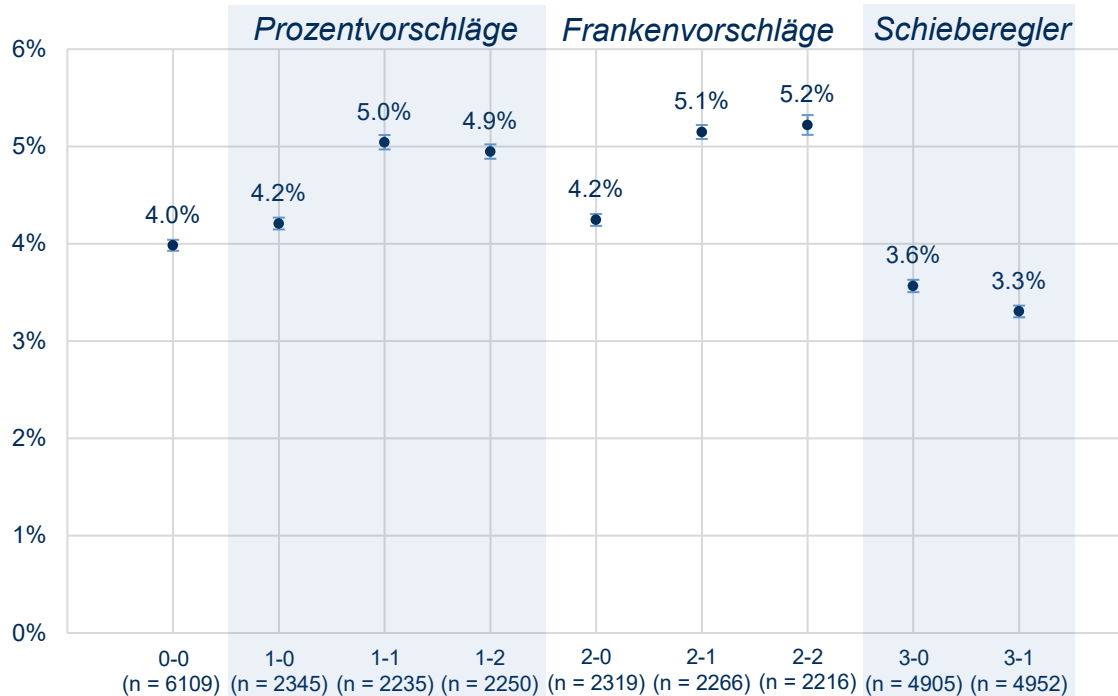


Varianten mit drei Vorschlägen (Option 1 bis 3)



- Im Status Quo wählt fast die Hälfte die Trinkgeldvergabe nach Prozent, die Vergabe in CHF wird viermal seltener gewählt.
- Bei den drei vorgegebenen Optionen wird am häufigsten die erste, niedrigste gewählt.
- Wird der Betrag dieser Option erhöht, wird sie seltener gewählt und stattdessen häufiger kein Trinkgeld gegeben oder ein freier Betrag gewählt. Dieser Effekt ist bei der Prozentauswahl stärker ausgeprägt als bei der Auswahl in CHF.

# Trinkgeldhöhe in Prozent nach gezeigter Trinkgeldvariante



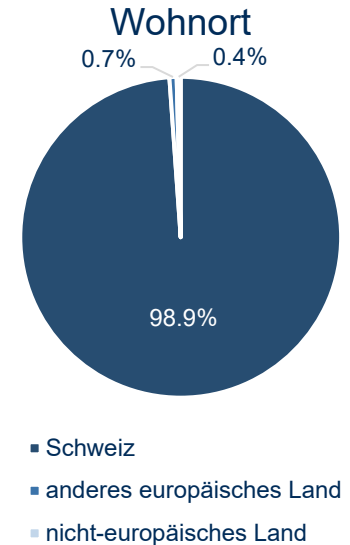
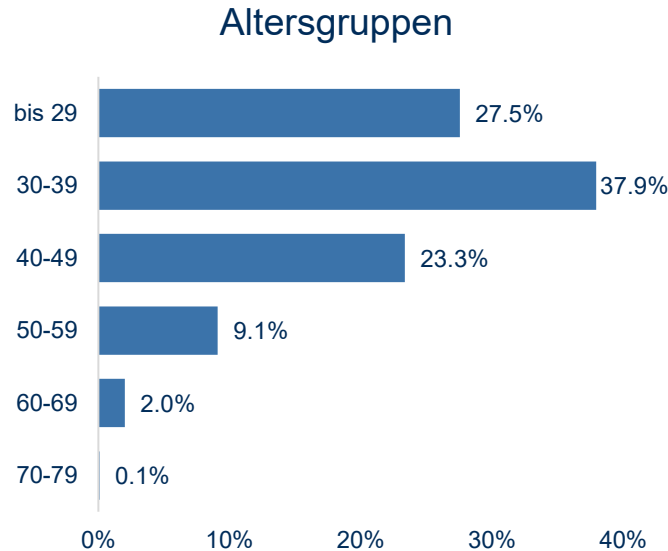
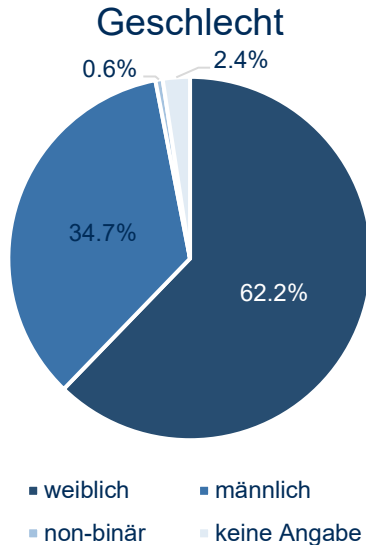
**Bemerkung:** Fehlerbalken zeigen, in welchem Bereich sich der Wert der Grundgesamtheit mit 95% Wahrscheinlichkeit befindet.

- Die gezeigte Trinkgeldvariante hat einen deutlichen Einfluss auf die Höhe des Trinkgelds.
- Die drei Trinkgeldvorschläge führen zu deutlich höheren Trinkgeldern als der Status Quo. Dabei wirkt sich die Erhöhung der ersten/tiefsten Option signifikant positiv auf die Trinkgeldhöhe aus, während die Erhöhung der dritten/höchsten Option keinen Einfluss hat.
- Der Schieberegler reduziert das Trinkgeld im Vergleich zum Status Quo.

# Befragung Webshop

# Demografische Angaben des Fragebogens im Webshop

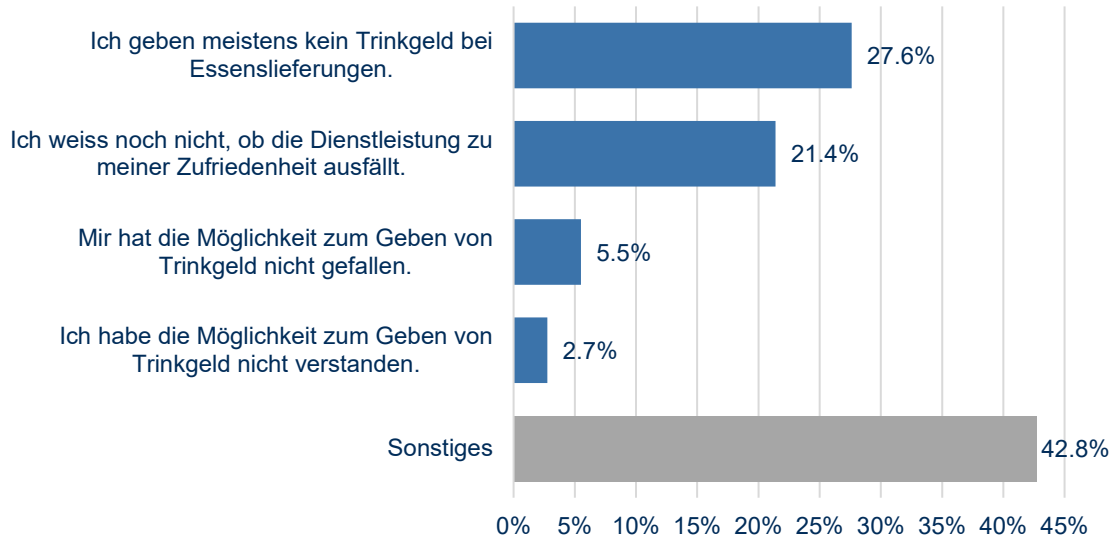
Stichprobe nach Geschlecht, Alter und Wohnregion.



N = 1242

# Begründung kein Trinkgeld im Webshop

## „Weshalb haben Sie kein Trinkgeld gegeben?“



- Etwas mehr als die Hälfte der Befragten hat im Webshop kein Trinkgeld gegeben.
- Rund ein Viertel davon gibt grundsätzlich kein Trinkgeld bei Essenslieferungen, während ein Fünftel zunächst die Dienstleistung abwarten möchte.
- Die Trinkgeldoption hatte nur bei 8% der Befragten einen Einfluss auf die Entscheidung, Trinkgeld zu geben.

# Erläuterung, weshalb im Webshop kein Trinkgeld gegeben wurde

## „Weshalb haben Sie kein Trinkgeld gegeben?“

### Trinkgeld vor dem Konsum

„Ich gebe Trinkgeld, wenn ich zufrieden bin – das weiss ich aber im Voraus nicht.“

„Ich gebe Trinkgeld nach der Leistung, nicht davor.“

### Selbstabholung

„Ich hole das Essen selber ab. Wenn ich im Restaurant esse, dann gibt es immer Trinkgeld.“

„Bei einer Take-Away Bestellung gebe ich kein Trinkgeld.“

„ich esse zu Hause und nicht im Restaurant, dazu werde ich nicht bedient und besetzte kein Platz, benutze kein Geschirr usw. “

### Finanzielle Gründe

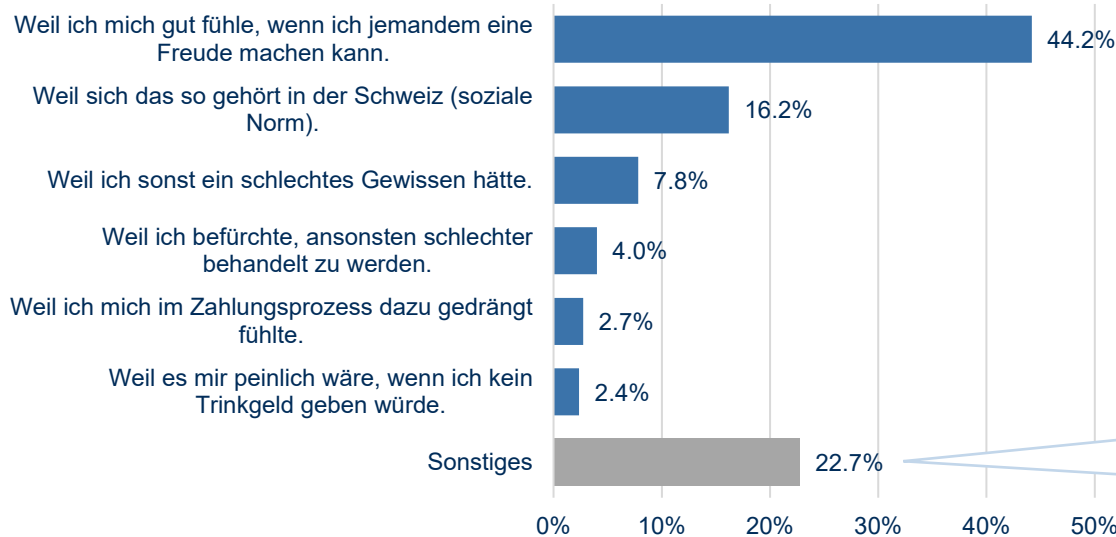
„Da ich selber nicht so viel geld verdiene als Studentin gebe ich nur fürs bestellen kein Trinkgeld.“

„Das Essen ist bereits sehr teuer und mein Einkommen gering.“



# Motiv Trinkgeld im Webshop

## „Weshalb haben Sie Trinkgeld gegeben?“



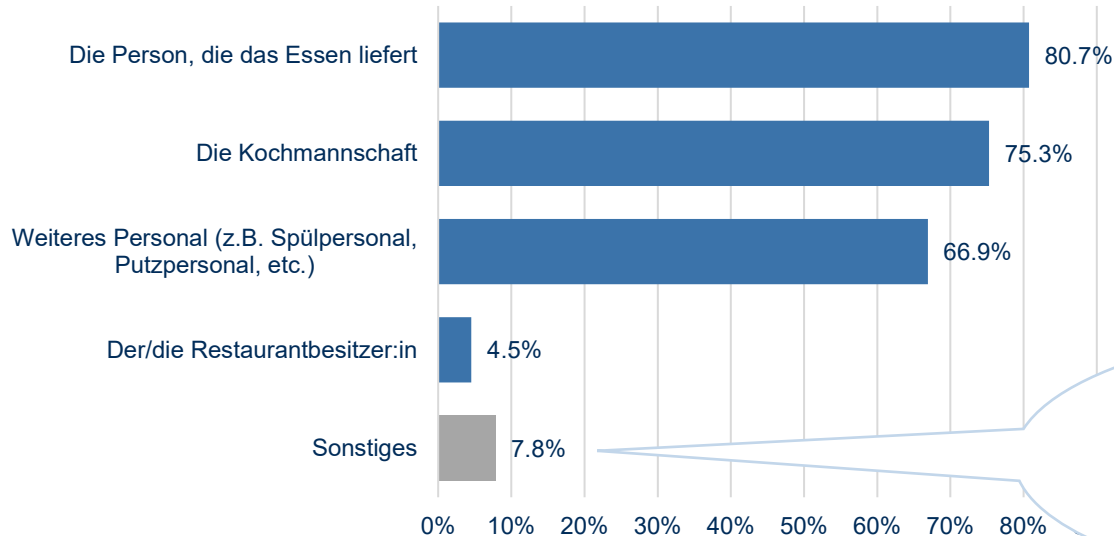
- Fast die Hälfte gibt Trinkgeld, weil es ein gutes Gefühl vermittelt, jemandem eine Freude zu machen.
- 16% finden, dass es sich in der Schweiz gehört, Trinkgeld zu geben – auch bei Lieferung/Take-away.

- Wertschätzung
- Tiefe Löhne ausbessern
- Eigene Erfahrung in der Gastronomie

n = 550

# Begünstigung Trinkgeld im Webshop

## „Wer soll alles an Ihrem Trinkgeld teilhaben?“



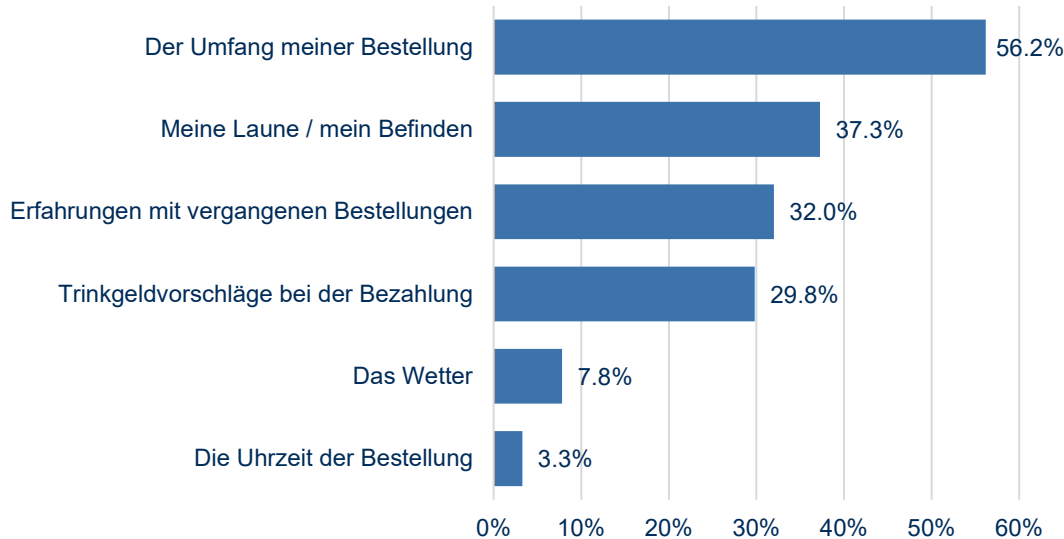
- Die meisten Befragten möchten, dass das Trinkgeld an die liefernde Person geht.
- Auch die Kochmannschaft und weiteres Personal möchten viele mit dem Trinkgeld begünstigen.

- Alle ausser Besitzer:in
- Anteilig alle Mitarbeiter im Restaurant, ggf. mit einem fairen Schlüssel verteilt
- Restaurantbesitzer:in nur, wenn sie aktiv mitarbeiten oder einen fairen Lohn zahlen

n = 550, Mehrfachantworten möglich

# Faktoren Trinkgeld im Webshop

## „Welche Faktoren haben die Höhe Ihres Trinkgelds beeinflusst?“

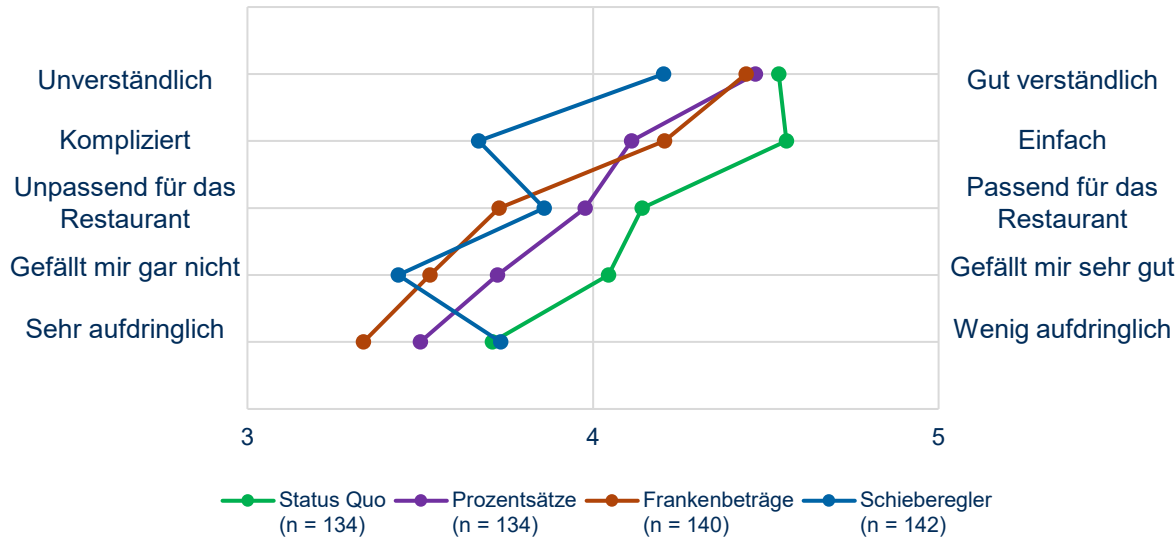


- Bei mehr als der Hälfte der Befragten hat der Umfang der Bestellung einen Einfluss auf die Höhe des Trinkgelds.
- Auch die eigene Stimmung spielt bei mehr als einem Drittel der Befragten eine Rolle, was auf emotionale Spontanität beim Geben hinweist.
- Bei knapp einem Drittel der Befragten beeinflussen vergangene Erfahrungen sowie die Trinkgeldvorschläge die Höhe des Trinkgelds.

n = 550, Mehrfachantworten möglich

# Bewertung Trinkgeld-Funktion nach Varianten im Webshop

„Wie bewerten Sie die Trinkgeldfunktion, die Sie gesehen haben?“



- Mit Mittelwerten >3 werden alle Funktionen bei allen Eigenschaften insgesamt positiv bewertet.
- Der Status Quo schneidet in fast allen Kategorien am besten ab, nur beim Kriterium „wenig aufdringlich“ wird er knapp vom Schieberegler übertroffen.
- Prozentsätze schneiden ebenfalls gut ab, vor allem in Bezug auf Verständlichkeit, wirken aber etwas aufdringlicher.

**Bemerkung:** Angezeigt wird der Bereich 3 bis 5 der ursprünglichen Skala (1–5), um Unterschiede besser sichtbar zu machen.

# Zusammenhang von Bewertung und Trinkgeldhöhe im Webshop



Im Webshop haben dieselben drei Kriterien wie beim Restaurant einen schwachen schwach positiven Einfluss auf die Höhe des gegebenen Trinkgelds: Wie **gut die Trinkgeldfunktion gefällt**, wie **passend sie für das Restaurant** eingeschätzt wird und wie **einfach** sie wahrgenommen wird.

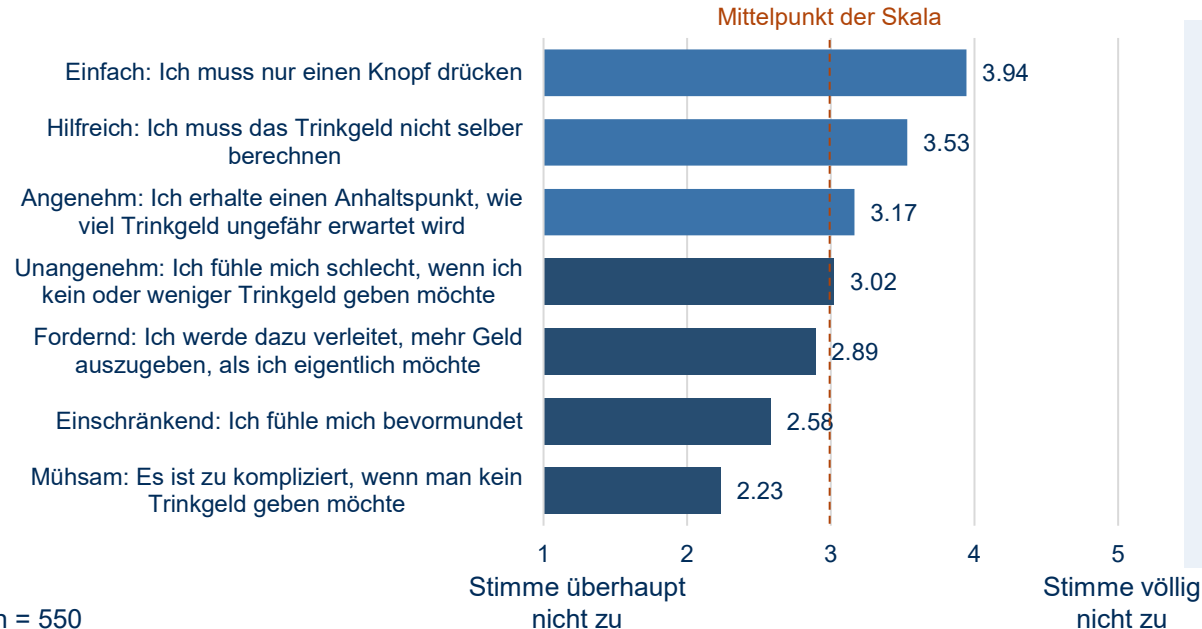


Keinen Einfluss auf die prozentuale Trinkgeldhöhe haben hingegen die **Einschätzungen zur Aufdringlichkeit** sowie die **Verständlichkeit der Funktion**.

➤ Siehe detaillierte Analyse im Anhang auf Seite 45.

# Generelle Bewertung von Trinkgeldvorschlägen im Webshop

„ Beim Bezahlen werden Ihnen manchmal bereits Vorschläge für das Trinkgeld unterbreitet, z.B. 5%, 10% oder 15%.  
Geben Sie zu den folgenden Urteilen zu solchen Trinkgeldvorschlägen an, wie sehr Sie diesen zustimmen.“

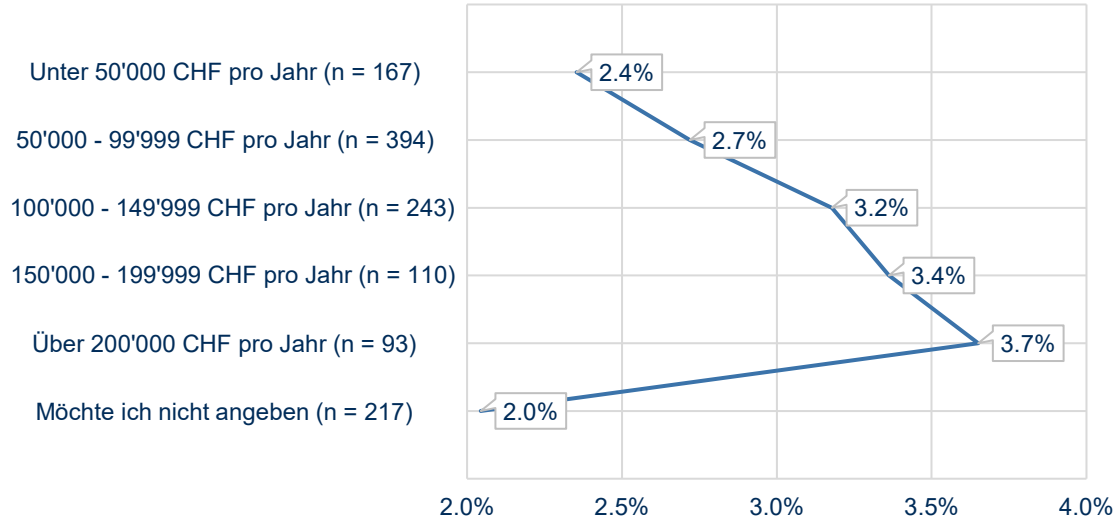


- Die Befragten empfinden Trinkgeldvorschläge insgesamt eher als praktisch denn als störend.
- Insbesondere die Einfachheit, mit einem Knopfdruck Trinkgeld geben zu können, wird geschätzt.
- Am ehesten negativ ins Gewicht fällt, dass man sich schlecht fühlt, wenn man auf „kein Trinkgeld“ klickt.

n = 550

# Höhe des Trinkgeldes nach Haushaltseinkommen

„Wie hoch ist Ihr jährliches Brutto-Haushaltseinkommen?“

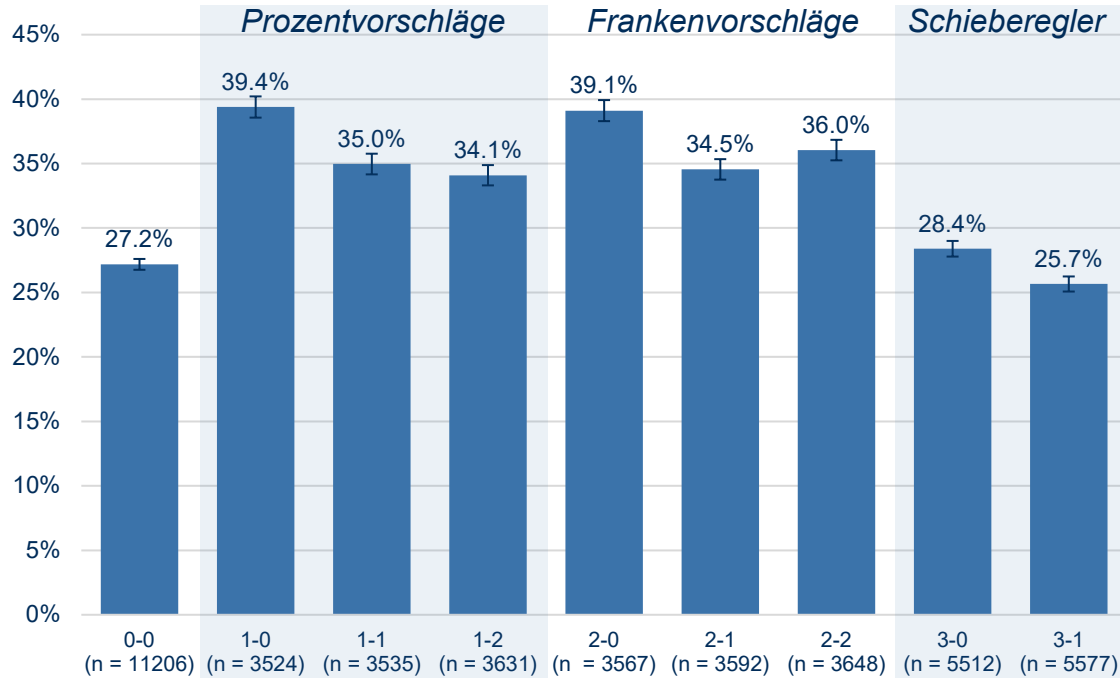


- Im Webshop steigt die Höhe des gegebenen Trinkgelds kontinuierlich mit dem Einkommen. Dies im Unterschied zum Restaurant, wo sich diese Tendenz ab einem Haushaltseinkommen von CHF 200'000 wieder umkehrt.
- Personen, die ihr Einkommen nicht angeben möchten, geben im Schnitt am wenigsten Trinkgeld.

# Trinkgeld Daten Webshop



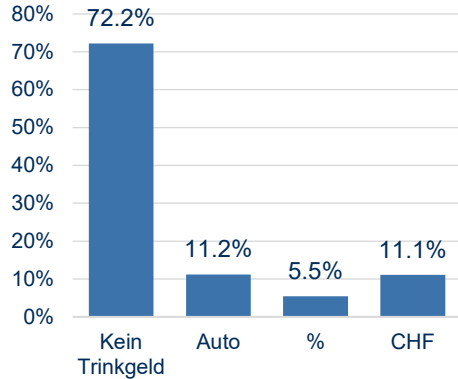
# Häufigkeit von Trinkgeld nach Variante im Webshop



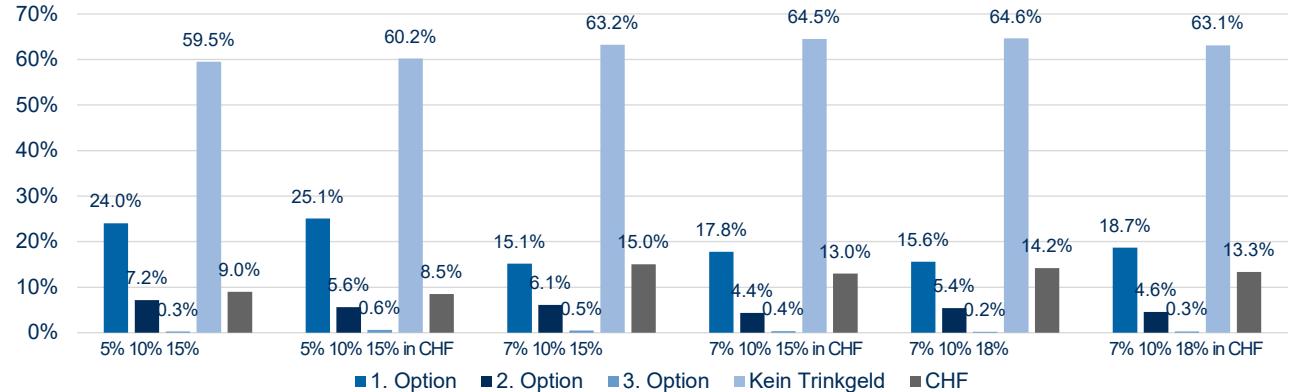
- Beim Status Quo sowie in beiden Schieberegler-Varianten geben jeweils nur rund ein Viertel der Gäste Trinkgeld.
- Bei den drei Vorschlägen in Prozent oder in Franken geben mehr als ein Drittel der Gäste Trinkgeld. Dies dürfte u.a. daran liegen, dass „Kein Trinkgeld“ nicht als Default eingestellt war und aktiv eine Option gewählt werden musste.
- Bei höheren vorgeschlagenen Beträgen nimmt die Häufigkeit des Trinkgelds leicht ab.

# Getroffene Auswahl nach Variante im Webshop

Status Quo

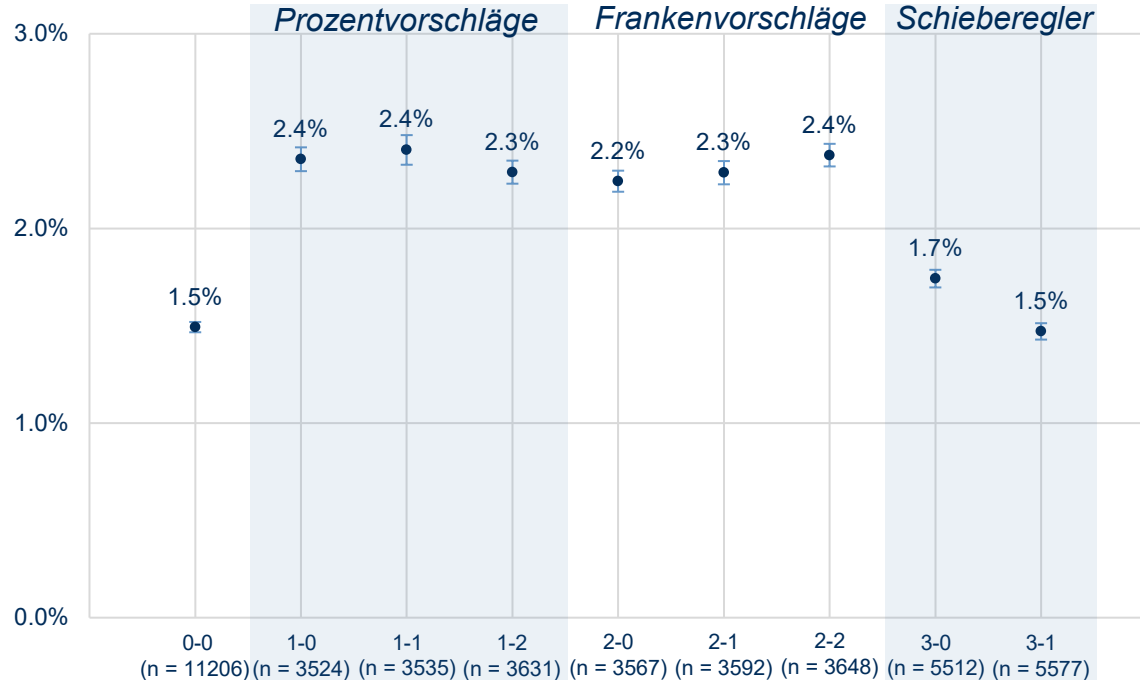


Varianten mit drei Vorschlägen (Option 1 bis 3)



- Im Unterschied zum Restaurant wird im Webshop im Status Quo für das Trinkgeld meist die „Auto“-Variante (10%) oder die CHF-Variante gewählt, während die %-Variante kaum benutzt wird.
- Bei den drei vorgegebenen Optionen wird am häufigsten die erste, niedrigste gewählt. Wird der Betrag dieser Option erhöht, wird sie seltener gewählt und stattdessen ein freier Betrag gewählt oder kein Trinkgeld gegeben.

# Trinkgeld in Betrag und Prozent nach Variante



**Bemerkung:** Fehlerbalken zeigen, in welchem Bereich sich der Wert der Grundgesamtheit mit 95% Wahrscheinlichkeit befindet.

- Die gezeigte Trinkgeldvariante hat einen deutlichen Einfluss auf die Höhe des Trinkgelds.
- Die drei Trinkgeldvorschläge führen zu deutlich höheren Trinkgeldern als der Status Quo. Die Ausgestaltung der jeweiligen Vorschläge hat keinen Einfluss auf die Höhe des Trinkgelds.
- Der Schieberegler hat kaum einen Einfluss auf das Trinkgeld im Vergleich zum Status Quo.

# Kernaussagen

# Wichtigste Erkenntnisse aus Befragungen und Daten



## Häufigkeit der Trinkgeldgabe

- Restaurant: 62% geben Trinkgeld.
- Webshop: 32% geben Trinkgeld.



## Motivation für Trinkgeld

- Im Restaurant dominiert die Anerkennung für erlebte Leistung, im Webshop eher das Gefühl, etwas Gutes zu tun.



## Bewertung der Trinkgeldfunktionen

- Im Restaurant wird der Status Quo am verständlichsten und einfachsten bewertet. Bei der Passung zum Restaurant liegen die Prozentsätze vorn und beim Kriterium „wenig aufdringlich“ der Schieberegler.
- Im Webshop überzeugt der Status Quo in fast allen Kategorien, der Schieberegler wird allerdings als weniger aufdringlich empfunden.



## Hindernisse für Trinkgeld

- Im Restaurant wird am ehesten kein Trinkgeld gegeben, weil dieses bereits im Preis inbegriffen ist und die Preise bereits als hoch genug betrachtet werden.
- Im Webshop wird kein Trinkgeld gegeben, da man nicht bedient wird respektive wenn jemand das Trinkgeld direkt dem Kurier geben und/oder zunächst die Zufriedenheit mit der Lieferung sicherstellen möchte.



## Einfluss der Varianten

- Beide Umgebungen zeigen: Vorgeschlagene Beträge (Franken/Prozentsätze) ohne Default auf „Kein Trinkgeld“ fördern sowohl Häufigkeit als auch Höhe des Trinkgelds.
- Die Erhöhung der ersten/tiefsten Option wirkt sich im Restaurant signifikant positiv auf die Trinkgeldhöhe aus, während die Erhöhung der dritten/höchsten Option keinen Einfluss hat.
- Der Schieberegler reduziert im Restaurant das Trinkgeld.

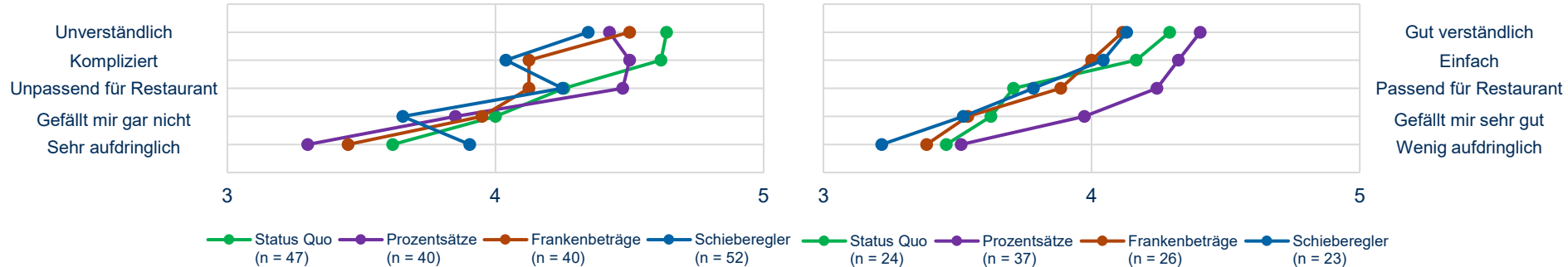
# Anhang

# Bewertung Trinkgeld-Funktionen nach Alter im Restaurant

„Wie bewerten Sie die Trinkgeldfunktion, die Sie gesehen haben?“

bis 39 Jahre

40 Jahre und älter

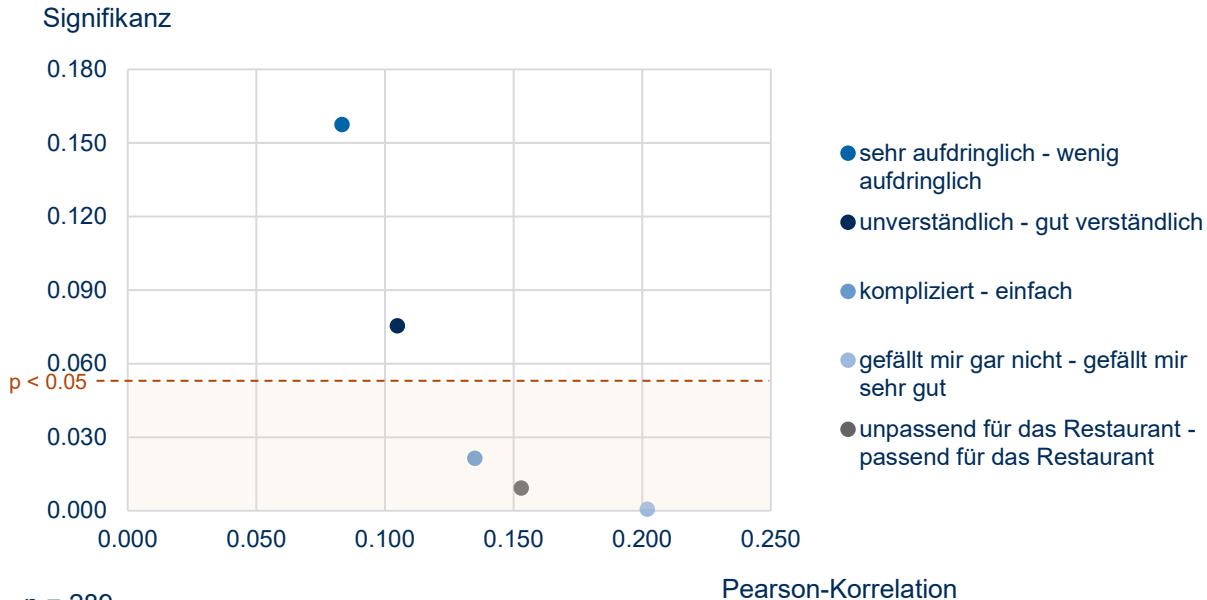


- Bis 39-Jährige finden den Status quo verständlich, einfach und ansprechend. Den Schieberegler empfinden sie als am unaufdringlichsten, die Prozentsätze als passend fürs Restaurant.
- Ab 40-Jährige bevorzugen die Prozentsatz-Anzeige in allen Kategorien.

**Bemerkung:** Angezeigt wird der Bereich 3 bis 5 der ursprünglichen Skala (1–5), um Unterschiede besser sichtbar zu machen.

# Bewertung Trinkgeld-Funktion nach Trinkgeldhöhe im Restaurant

„Wie bewerten Sie die Trinkgeldfunktion, die Sie gesehen haben?“

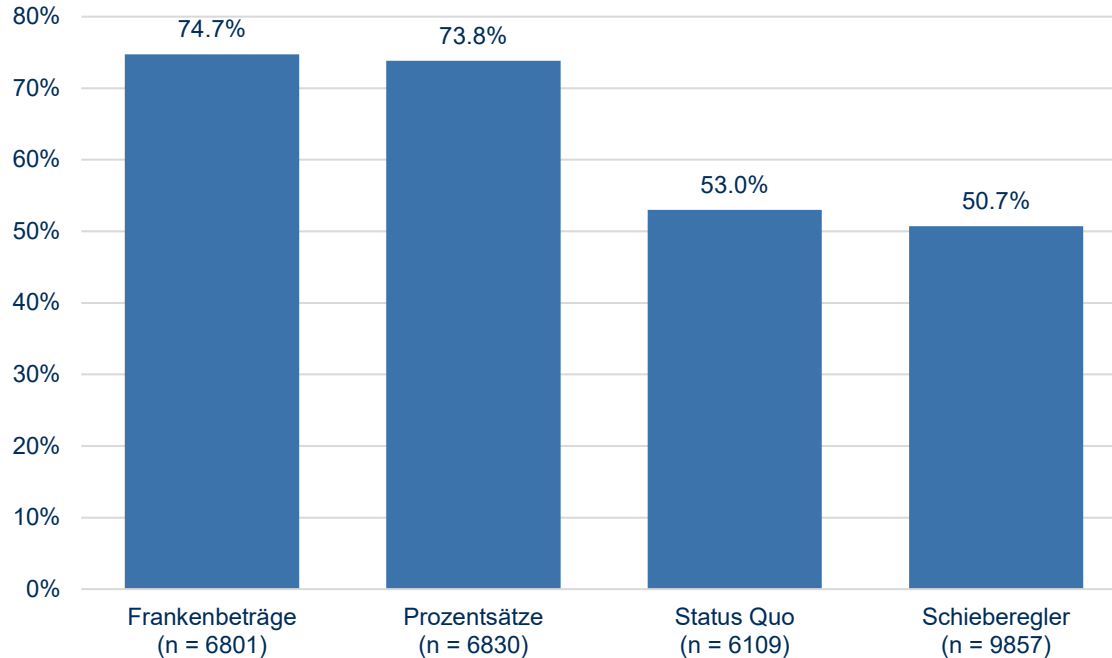


n = 289

- Es besteht ein schwacher, aber statistisch signifikanter Zusammenhang zwischen der Höhe des Trinkgelds und positiven Bewertungen hinsichtlich der Einfachheit, der Attraktivität der Variante sowie ihrer Passung zum Restaurant; der Einfluss bleibt insgesamt jedoch gering.

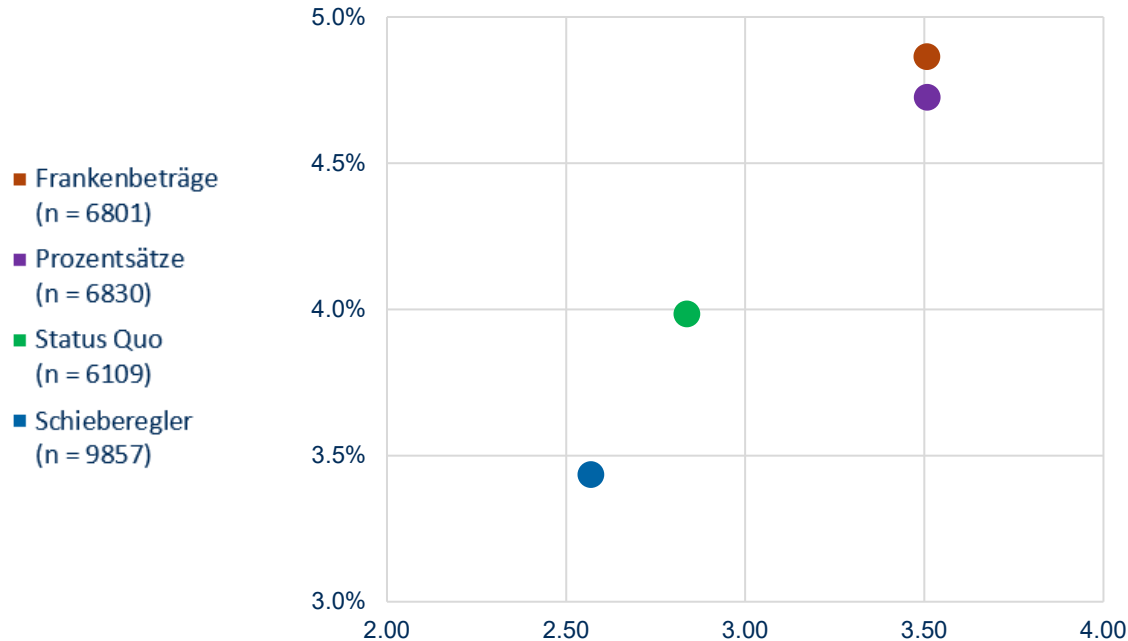


# Trinkgeld gegeben nach Variante im Restaurant



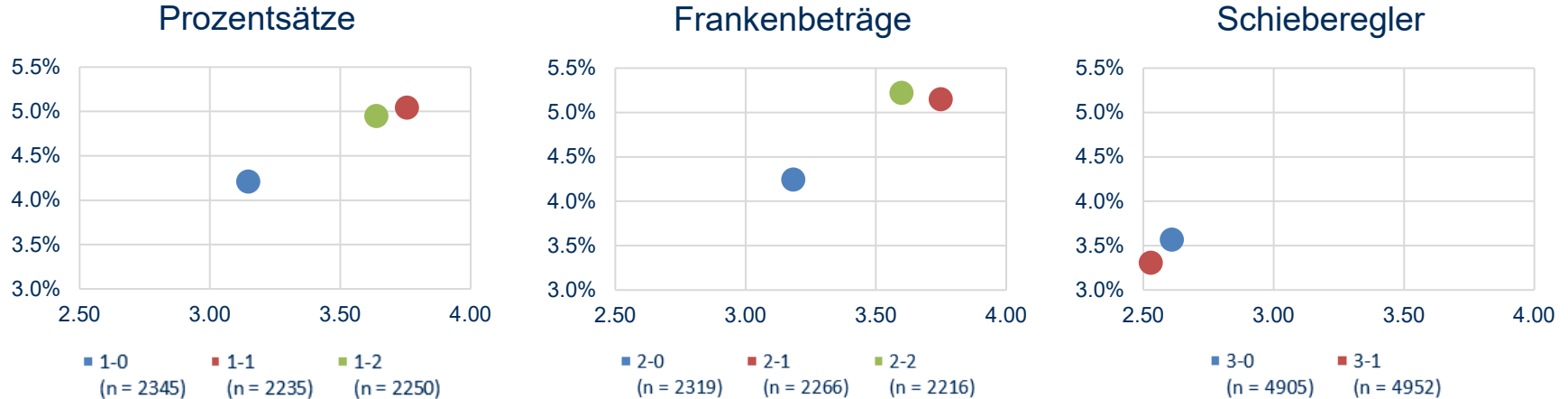
- Vorgeschlagene Optionen wirken offenbar als Verhaltensanker und senken die Schwelle zur Trinkgeldgabe.
- Die freie Entscheidung, wie das Trinkgeld gegeben wird (Status Quo), oder die visuelle Auswahl über den Schieberegler scheinen eher zu Zurückhaltung zu führen.

# Trinkgeld in Betrag und Prozent nach Variante im Restaurant



- Die verschiedenen Varianten haben einen deutlichen Einfluss auf die Höhe des Trinkgelds.
- Betragliche sowie Prozentuale Vorgaben führen zu höheren Trinkgeldern als visuelle Tools.
- Der Schieberegler reduziert das Trinkgeld deutlich, sowohl absolut als auch prozentual.

# Trinkgeld in Betrag und Prozent nach Optionen im Restaurant

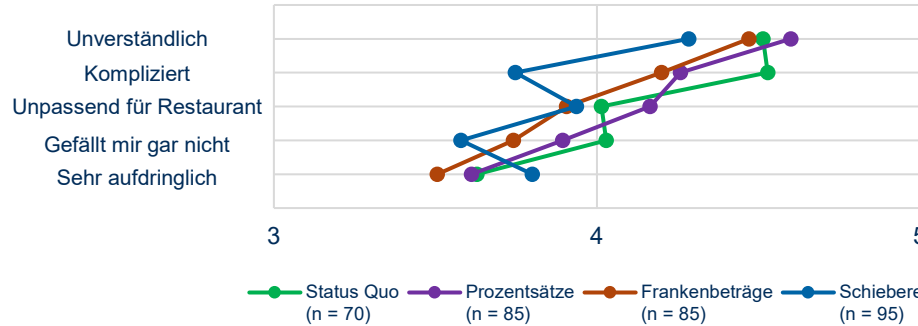


- Bei den Frankenbeträge und Prozentsätze wurde bei höheren Vorschlägen mehr Trinkgeld gegeben, dies deutet darauf hin, dass sich viele Personen an den vorgegebenen Werten orientieren.
- Der Schieberegler schneidet am schlechtesten ab, wenn er verwendet wird, sollte er sich ausschliesslich auf den Trinkgeldbetrag beziehen, nicht auf den Gesamtbetrag inklusive Trinkgeld.

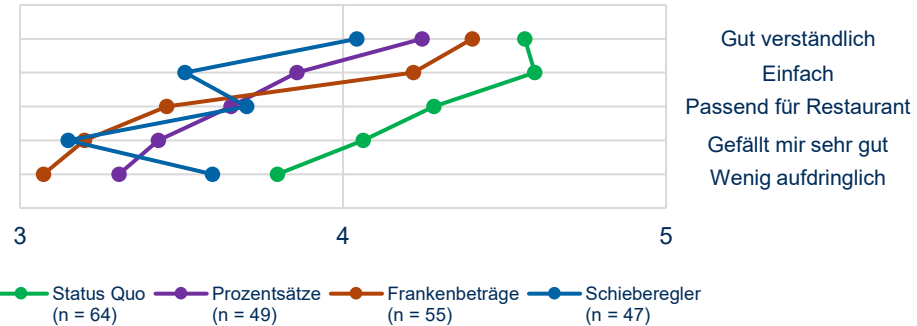
# Bewertung Trinkgeld-Funktion nach Alter im Webshop

„Wie bewerten Sie die Trinkgeldfunktion, die Sie gesehen haben?“

bis 39 Jahre



40 Jahre und älter

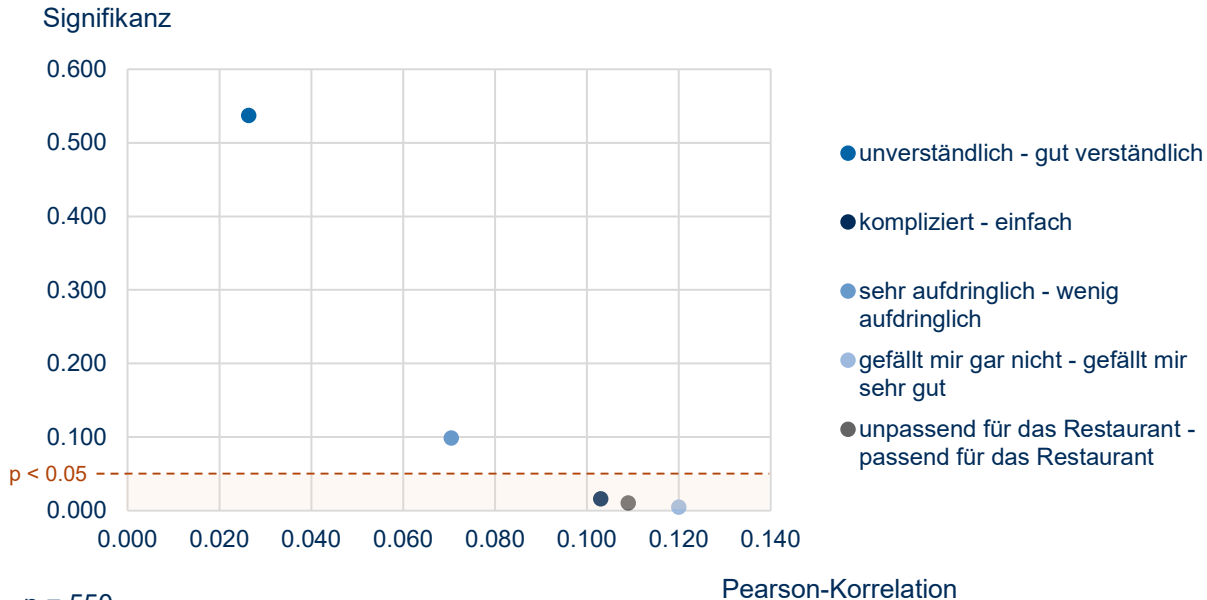


- Bis 39-Jährige finden den Status Quo und die Prozentsätze am besten, nur bei dem Kriterium wenig aufdringlich wird der Schieberegler noch besser bewertet.
- Ab 40-Jährige bevorzugen den Status Quo in allen Kategorien.

**Bemerkung:** Angezeigt wird der Bereich 3 bis 5 der ursprünglichen Skala (1–5), um Unterschiede besser sichtbar zu machen.

# Bewertung Trinkgeld-Funktion nach Trinkgeldhöhe im Webshop

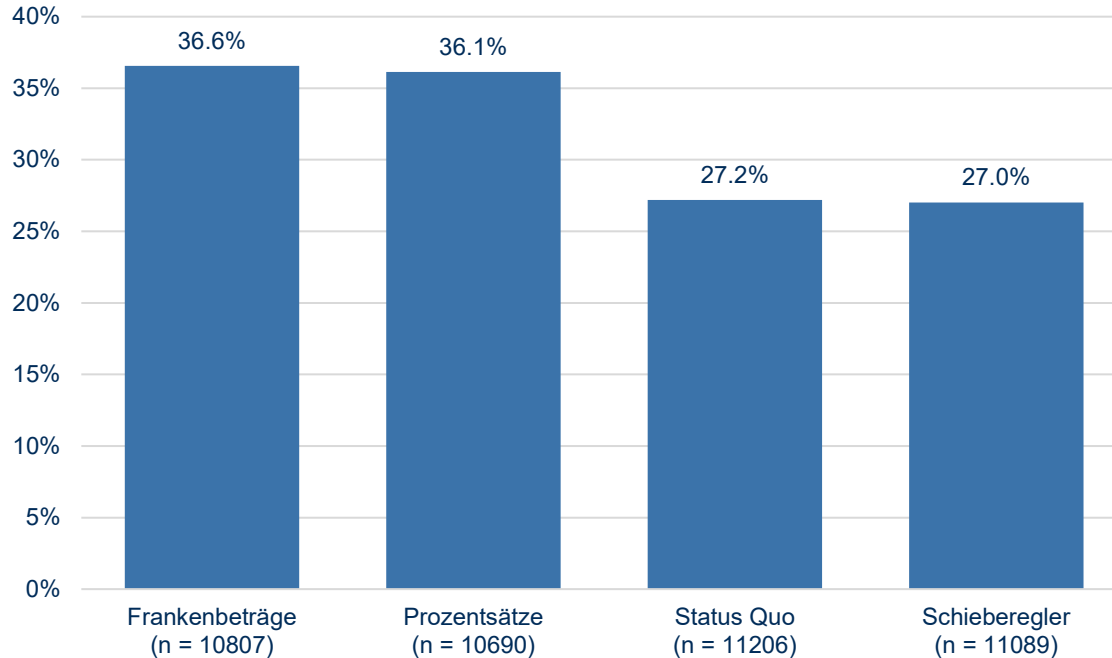
„Wie bewerten Sie die Trinkgeldfunktion, die Sie gesehen haben?“



n = 550

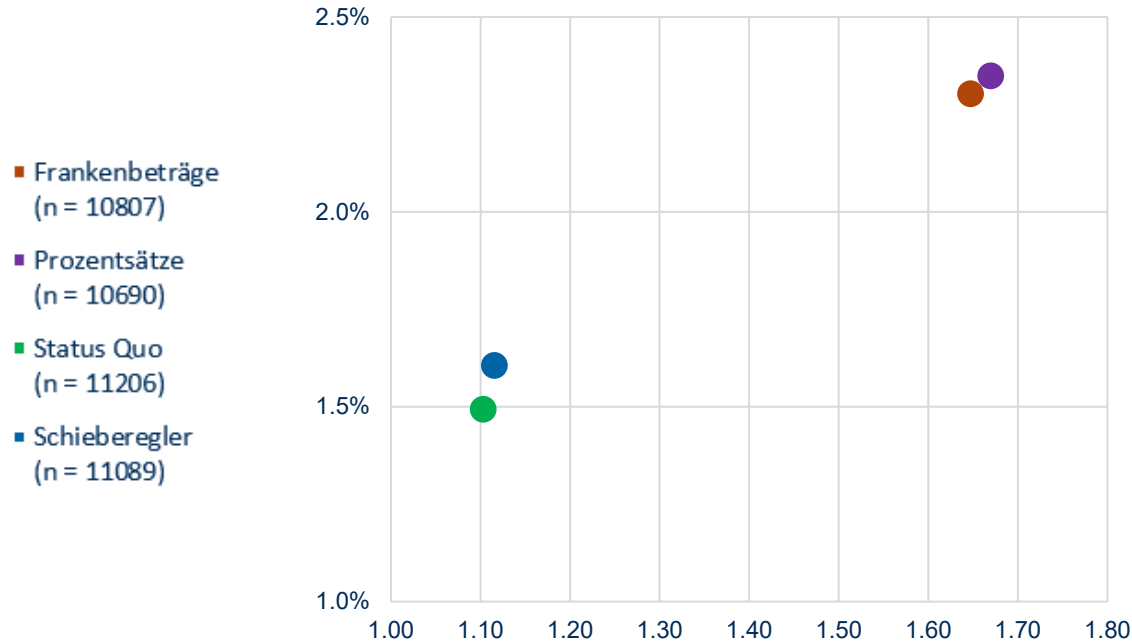
- Trinkgeldhöhe hängt signifikant, aber schwach positiv mit den Einschätzungen „einfach“, „gefällt mir“ und „passend für das Restaurant“ zusammen.
- Insgesamt sind alle Zusammenhänge sehr schwach, die Bewertung beeinflusst das Trinkgeld nur in geringem Ausmass.

# Trinkgeld gegeben nach Variante im Webshop



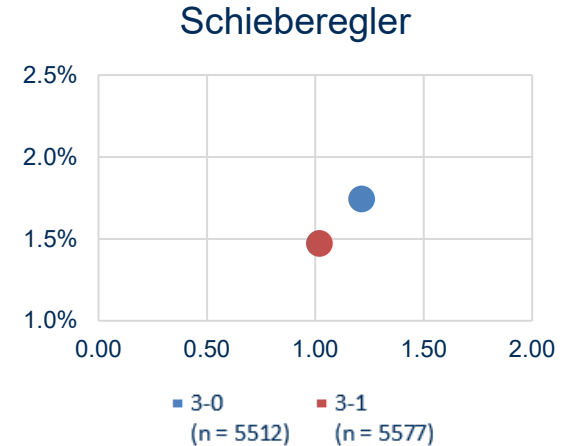
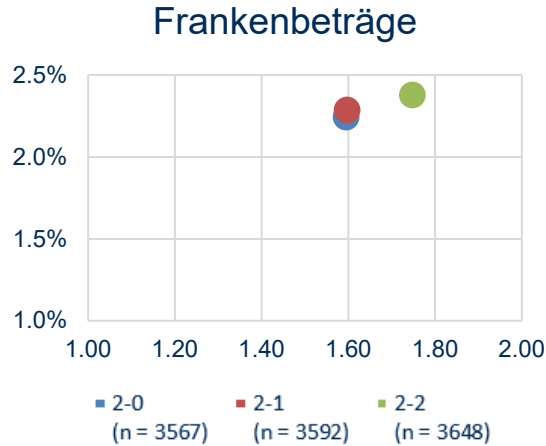
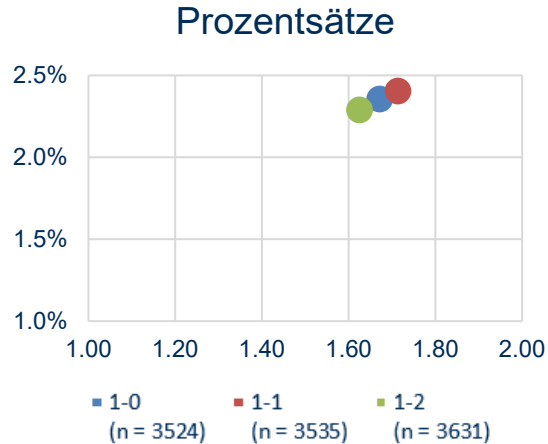
- Wie im Restaurant erhalten auch im Webshop die Varianten mit vorgeschlagenen Beträgen am häufigsten Trinkgeld, während der Status Quo und der Schieberegler deutlich weniger Trinkgeld auslösen.

# Trinkgeld in Betrag und Prozent nach Variante im Webshop



- Im Unterschied zum Restaurant schneiden im Webshop Prozentsätze leicht besser ab als Frankenbeträge, liegen aber nahe beieinander.
- Wie im Restaurant führen Status Quo und Schieberegler zu den geringsten Trinkgeldebträgen, wobei im Webshop der Schieberegler etwas mehr Trinkgeld generiert als der Status Quo.

# Trinkgeld in Betrag und Prozent nach Variante im Webshop



- Webshop und Restaurant zeigen ähnliche Muster, im Webshop fällt das Trinkgeld tendenziell tiefer aus.
- Höhere Vorschläge bei Frankenbeträgen und Prozentsätzen führen auch beim Webshop zu mehr Trinkgeld.
- Der Schieberegler schneidet am schlechtesten ab, wenn er verwendet wird, sollte er sich ausschliesslich auf den Trinkgeldebtrag beziehen, nicht auf den Gesamtbetrag inklusive Trinkgeld.