

Ooit een geste van de klant, steeds meer een verplichting



Foaien waren altijd bedoeld als een extraatje, maar steeds vaker wordt er actief om gevraagd. FOTO ANP

‘Wilt u pinnen? Vergeet vooral de fooi niet!’

Een fooi lijkt steeds vaker afgedwongen te worden. Niet alleen in de horeca winnen pinautomaten met vaste percentages terrein. Is het een vriendelijk zetje in de goede richting, of worden we voor het blok gezet?

DENNIS NAAKTGEBOREN

Zeg eens eerlijk: wat doet u zelf als u net twee cappuccino voor 4,20 euro per kopje heeft afge-rekend, met wel-licht ook nog een prijzige punt appeltaart ernaast? Doet u er een royale tip bij voor die aardige ser-veerster, of vindt u het leven al duur genoeg?

Volgens recent onderzoek van kassa- en betaalplatform Light-speed onder duizend Nederlandse restaurantbezoekers staat het ge-ven van fooien in de horeca onder

druk. Er worden minder en lagere fooien gegeven, constateert het platform.

Nieuwe software ‘helpt’ ons steeds vaker een handje om wel wat vrijgeviger te zijn. Pinauto-maten met vaste tippercentages rukken op. Zelfs bij kappers hoeft u niet raar meer op te kijken als u na een half uurtje gezellig kletsen en een strakke coupe bij het afre-kenen zo’n scherm te zien krijgt. Wilt u 10, 15 of 20 procent fooi ge-ven aan die aardige barbier?

Bij Daily Grind Barbershop in hartje Rotterdam maken ze sinds een jaar gebruik van de automati-

sche tipsuggesties. „We wilden wel even kijken hoe mensen erop zouden reageren”, bekent eigenaar Waseem Dogar. De reacties vielen hem dusdanig mee dat hij het scherm niet meer heeft uitge-zet. „Er zijn weleens vaste klanten die er een grapje over maken, maar ik heb nooit iemand gehad die boos was. Het wordt je vaak gegund.” Volgens hem is het een fijn extraatje voor de barbers. „Dat is heel nice, omdat het kappersvak heel lang onderbetaald is ge-weest”, zegt Dogar.

Wat hem op het idee bracht? De software van zijn nieuwe beta-

‘Ik heb nooit iemand gehad die boos was. Het wordt je vaak gegund’



lingssysteem. En hij is lang niet de enige.

Financieel dienstverlener My-POS wijst ondernemers actief op de functie. ‘Dit maakt het eenvoudiger voor klanten en vergroot de kans dat een fooi wordt gegeven’, zo schrijft het bedrijf op zijn web-site. ‘Voor ondernemers is het een handige manier om extra inkom-sten voor personeel te stimule-ren.’

Kiezen

Chris Brillouet, country manager Benelux van myPOS, laat in een toelichting weten dat de tipfunc-tie volledig gratis is, maar niet au-tomatisch wordt geactiveerd. On-dernemers kunnen er zelf voor kiezen. „Hoewel het op dit moe-ment moeilijk is om exacte cijfers te geven over het gebruik van de tipfunctie, blijkt uit gesprekken met onze klanten dat naar schat-ting ongeveer 10 procent van de ondernemers deze optie actief

LEES VERDER OP PAGINA 4

De overgang van contant naar elektronisch betalen heeft het

VERVOLG VAN PAGINA 3

inzet”, meldt Brillouet. „Dat percentage kan ongetwijfeld nog groeien.”

Volgens het bedrijf zorgt het gemak van de functie voor ‘een positieve klantbeleving en tevreden personeel’. Maar is dat zo? Vooral over die klantbeleving verschillen de meningen.

Het is voor veel Nederlanders even wennen. In landen als Amerika en Canada, waar fooi een wezenlijk onderdeel van het salaris van het personeel is, zijn tippercentages van 15 tot 20 procent gebruikelijk en is de software gemeengoed.

In Nederland zijn klanten gewend naar eigen inzicht af te ronden. Gemiddeld geven we zo’n 5 tot 10 procent fooi, waarbij we de hoogte van het extraatje vaak ook laten afhangen van de verkregen service.

Afschuwelijk

Gastvrijheidsdeskundige Jeannine Sok gruwet dan ook van de nieuwe functie. „Ik vind het afschuwelijk”, zegt ze onomwonden. „Foi verdient je. Dat is een gunst van de gast als je goed je best hebt gedaan. Het is altijd een eer om foi te krijgen, het is als het ware een cadeautje voor de bediening. Je rekent er misschien op omdat het een ongeschreven regel is, maar je mag er nooit om vragen.”

Sok weet waar ze over praat. Als eerste ‘gastoloog’ van Nederland traint ze horecaondernemers en het personeel vanuit de psychologie van de gast. Ze geeft workshops, trainingstrajecten en inspiratietours, vanuit de gedachte dat investeren in gastvrijheid loont.

De opkomst van de fooiensoftware op pinautomaten is vanuit etiquette-oogpunt volgens haar een ‘no-go’. „Je brengt mensen in verlegenheid”, meent Sok. „Je dwingt gasten bij het afrekenen in een ongemakkelijke positie.” Want geen fooi geven wordt ineens geen passieve, maar een actieve handeling. Om de kale rekening te kunnen betalen moet je onder het oog van de ober of ser-

veerster op het knopje ‘no tip’ drukken.

Best ongemakkelijk, zo blijkt ook uit het eerder aangehaalde onderzoek van Lightspeed. Want drie op de tien Nederlanders (31 procent) voelen zich naar eigen zeggen onder druk gezet om een bepaald percentage te kiezen.

Sok maakt zich ook zorgen om mensen die minder te besteden hebben. „Je kunt nooit in iemands portemonnee kijken”, benadrukt ze. „Misschien heeft iemand wel niet zoveel geld en zichzelf toch getraakteerd op een kopje koffie of een etentje. Het kan best dat iemand daarvoor gespaard heeft, dan kun je daar niet tien procent bovenop zetten, ook al is het een ongeschreven regel.”

MyPos signaleert dat er ook ondernemers zijn die dat herkennen en de functie om die reden links laten liggen. „Sommige horeca-uitbaters geven aan dat zij terughoudend zijn, omdat zij het vragen naar een fooi bij het afrekenen als mogelijk opdringerig ervaren”, zegt Brillouet. „Juist daarom is de flexibiliteit van de tipfunctie zo belangrijk: elke ondernemer kiest zelf hoe, wanneer en of hij deze functie inzet.”

Voor wat, hoort wat

Hoe kijken economen eigenlijk naar de opkomst van het fooiensysteem? De inmiddels gepensioneerde econoom Joep Sonnemans vertelde enkele jaren geleden in tijdschrift *Quest* dat node-loos meer betalen dan nodig is eigenlijk niet uit te leggen is als rationeel economisch gedrag.

„Economen gingen er vroeger vanuit dat iedereen alleen aan zichzelf denkt, dus heel egoïstisch

‘Je dwingt gasten bij het afrekenen in een ongemakkelijke positie’

Foi geven kan voor de klant ook voordeel opleveren

Een hoge fooi kan in het voordeel van de klant werken, zeker als je die vooraf geeft. Dat laat een Engels onderzoek naar fooien bij het bestellen van softijsjes zien.

„Softijsjes zijn een typisch product”, stelt gedragseconoom Robert Dur. „Daar betaal je eerst voor en dan krijg

je het, dat is een belangrijk verschil met de kapper en de taxichauffeur.” Zelfs met de gewone ijssalon waar je vaak pas nadat de bolletjes zijn geschept moet afrekenen. „Maar bij softijs is het andersom: eerst betalen, dan wordt het ijsje getapt.”

Ideaal product voor een

proefondervindelijk onderzoek dus, en dat laat zien dat de vrijgevege klant profiteert. Onderzoekers van Cambridge kochten honderden keren een softijsje en in de helft van de gevallen gaven ze een kleine fooi. Het resultaat? „Die mensen kregen bijna 20 procent meer ijs”, aldus Dur. „Dat is eigenlijk een

cadeautje op kosten van de baas.” Maar ook als je ergens vaste klant bent kan een fooi zich volgens hem uitbetalen. „Als je bijvoorbeeld steeds naar dezelfde kapper gaat en hij weet dat je een genereuze fooi geeft, dan zal hij de volgende keer extra zijn best doen, waarna jij

weer een fooi geeft, enzovoorts. Relationale prikkels noemen we dat dan. Je weet allebei dat er een toekomst is, waarin je elkaar nog meer gaat tegenkomen en dit zullen jullie je dan allebei herinneren.”



tippen geen goed gedaan

Een fooi voor de kapper wordt net zo gewoon als een extraatje voor de maaltijd-bezorger of de bediening in de horeca.

FOTO'S MARCO DE SWART, ANP, GETTY IMAGES



5%

Gemiddeld geven we zo'n 5 tot 10 procent fooi.

31%

31 procent van de mensen voelt zich met een scherm onder druk gezet om een fooi te geven.

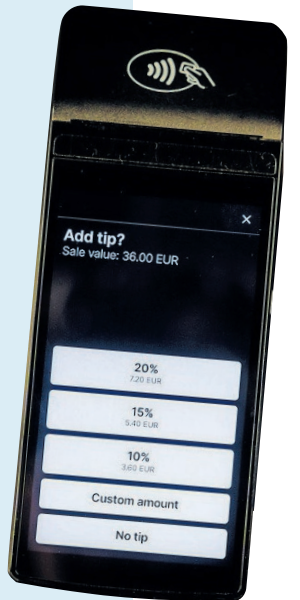
'Je kunt natuurlijk ook gewoon op nul drukken'

Brancheorganisatie Koninklijke Horeca Nederland weet niet hoeveel horecabedrijven al gebruik maken van de nieuwe software, maar ziet ook dat het aan een opmars bezig is, vooral in de Randstad en de grote steden. Volgens KHN-voorzitter Marijke Vuik zijn

de reacties van klanten zeker niet overwegend negatief. „Soms hoor je inderdaad geluiden dat mensen het als opdringerig ervaren. Maar er zijn ook mensen die het juist als een verplichting voelen als ze het hardop moeten zeggen en het heel prettig vinden dat ze het op een schermje kunnen invullen”, zegt Vuik. „En je kunt natuurlijk ook gewoon

op nul drukken. Omdat je kunt kiezen voelt het voor mij niet opdringerig.” De brancheorganisatie benadrukt dat ook met de voorgeschoelde percentages een fooi in Nederland altijd een extraatje blijft. „We hebben een ander systeem dan in Amerika en een horeca-cao met verschillende schalen, in zoverre is fooi dus niet verplicht”, aldus Vuik.

„Maar met de verschuiving naar elektronisch betalen en in technologie is deze software een logische stap.” Vuik is bekend met de kritiek dat het minder gastvrij zou zijn, maar houdt zich verre van adviezen over het gebruik van de pinautomaten. „Ondernemers weten wat wel en niet werkt.”



en rationeel is”, zegt gedragseconoom Robert Dur. „Dan is tipping moeilijk te verklaren, maar niet onverklaarbaar.”

Het wordt volgens hem vooral ingegeven door 'reciprociteit', simpel gezegd: voor wat, hoort wat. „De neiging om iets terug te willen doen als iemand iets voor jou heeft gedaan”, verduidelijkt Dur. „Je hebt het gevoel bij iemand in het krijt te staan.”

We geven fooi om aardig gevonden te worden, ook door mensen die we helemaal niet meer tegenkomen. Geen fooi geven kan een gevoel van schuld oproepen, of van schaamte.

De overgang van contant naar elektronisch betalen heeft het tippen geen goed gedaan, weet Dur. Juist omdat de vrijgevigheid onzichtbaarder is geworden. Want bij tippen speelt ook een rol of we wel of niet gezien worden. Cash werd er niet alleen meer fooi gegeven omdat het afronden wel makkelijk was, tafelgenoten en andere restaurantbezoekers zagen het ook als iemand royaal met munten of bankbiljetten strooide.

„Het speelt mee of het wel of niet observeerbaar is”, aldus Dur. „Je kunt natuurlijk niet op elkaars schermje meekijken bij het pinnen. Je ziet nu vaker dat er tot op de cent nauwkeurig wordt afgerekend.”

Digitaal verleid

Niet gek dus dat er elektronische oplossingen worden bedacht om het tijt te keren. Of het nu om maaltijdbezorgers, boodschappenbezorgers of Uberchauffeurs gaat, overal wordt u via de app verleid om nog een extraatje te geven.

Online supermarkt Picnic heeft de tipfunctie volgens een woordvoerder toegevoegd nadat klanten

erom vroegen. „Ze willen graag een footje geven, maar omdat steeds minder mensen geld in huis hebben, bleek zo'n functie in de app een vaak genoemde wens”, aldus een woordvoerder. „Bezorging is altijd gratis en een fooi dus zeker niet verplicht, maar er wordt geregeld fooi gegeven. Dat is leuk voor de bezorgers, want honderd procent gaat naar hen.”

Minder dwingend

Een groot verschil met de apparaten in de horeca of bij sommige kappers: de bezorger of taxichauffeur kijkt niet op je vingers als je de keuze maakt wel of geen fooi te geven. Daardoor zal dat door veel klanten als een stuk minder dwingend worden ervaren. „Als je thuis de betalingen afwerkt en de

dit het laatste moment is dat de bezoeker zich herinnert? Op de lange termijn verlies je, daar ben ik van overtuigd.”

Barbier Waseem Dogar snapt de kritiek. „Het kan een beetje overkomen als een soort verplichting en daar voel ik me wel slecht bij”, zegt hij. „Dan wordt er bij mij toch een soort oplichterssyndroom geactiveerd, want we zijn een premium barbershop en zijn al niet goedkoop. Daar voel ik me dan wel een beetje schuldig bij.”

Hij benadrukt nooit van klanten te verwachten dat ze fooi geven. „Het gebeurt ook wel dat ik zelf zeg dat ze echt geen fooi hoeven te geven. Maar heel vaak willen klanten juist iets geven, dat is een hele positieve ontwikkeling. Het helpt onze barbers.”

Sok is stellig. Wat haar betreft gaan de automaten in de horeca zo snel mogelijk op zwart. De grote vraag: is het tijt nog te keren? „Ik zou het willen keren”, zegt de gastoloog. „Ik wil de barricaden op om het te keren.”

Volgens haar moet de horeca voor betere service zorgen als het hogere fooien wil krijgen. „Ik vind het van de zotte dat het opvalt als je een keer echt goed behandeld wordt”, zegt Sok. „Dan hoor ik van mensen: daar moet je naartoe. Eigenlijk moet dat overal zo zijn, want daar betaal je ook voor. Een kopje koffie thuis is nog altijd veel goedkoper dan wanneer je het in de horeca drinkt. Je betaalt juist voor de ambiance, voor die sociale smeerolie.”

Consumenten zijn ook kritischer geworden, ziet Sok. „En terecht”, vindt ze. „Je betaalt er ook flink voor. Mensen die echt gastvrij zijn, die echt oprecht voor het vak kiezen en goed getraind zijn, die pik je er zo uit. Groeten is gratis en sympathiek zijn ook, wees gewoon aardig voor je gasten. Als je persoonlijk contact maakt, zie je dat ook terug bij het afrekenen.”

'Het gebeurt ook wel dat ik zelf zeg dat ze echt geen fooi hoeven te geven'

vraag krijgt of je fooi wilt geven, dan is dat een totaal anonieme setting, want de chauffeur kan niet zien of jij wel of geen fooi hebt gegeven”, benadrukt Dur.

Toch ziet de gedragseconoom geen kwaad in de schermen. „Het is een grijs gebied, je hoeft geen fooi te geven, het is een optie”, benadrukt hij. „Het is allemaal een beetje door emotie gedreven, of je geeft en hoeveel je dan geeft. Dit soort dingen kunnen mensen net een beetje de ene of de andere kant op drijven.”

Gastvrijheidsdeskundige Sok denkt daar pertinent anders over. „Het zal misschien meer fooi opleveren, maar minder tevreden gasten”, zegt ze. „Wil je echt dat