



## **Presstext**

### **Erzwungene Freundlichkeit ist nicht glaubwürdig**

**Köln.** Freundlichkeit spielt im Umgang mit Kunden eine ganz wichtige Rolle. Doch der Kunde will ernst genommen werden – und spürt schnell, ob eine Frage oder eine Aussage wirklich aufrichtig ist. „Kommen Sie bald wieder“ oder „Danke für Ihren Einkauf“ - solche und ähnliche standardisierte Phrasen verstehen viele unter Freundlichkeit und hoffen auf positive Auswirkungen. Aber oft trifft das Gegenteil zu, denn Kunden fühlen sich genervt und merken die Absicht. Das ist die Erfahrung der Kölner Agentur für Freundlichkeit, die mit ihrem achtköpfigen Team seit über 15 Jahren das Thema Freundlichkeit in die Unternehmenskulturen implementiert.

„Freundlichkeit in Unternehmen ist von großer Wichtigkeit. Die Auswirkungen haben Einfluss auf die gesamte Unternehmenshierarchie. Aber nur dann, wenn es sich um echte, ernst gemeinte Freundlichkeit handelt, niemals um aufgesetzte“, macht Tanja Baum deutlich. Sie ist Gründerin und Inhaberin der Kölner Agentur für Freundlichkeit. Sie und ihr Team kennen die Entwicklungen und Trends in Sachen Freundlichkeit aus ihrer langjährigen Erfahrung genau.

### **Unzufriedenheit wächst**

Im Denken vieler Unternehmen hat sich ein Wandel ergeben. „Service-Offensive“ ist einer der heute viel zitierten Begriffe. Aber mehr Freundlichkeit im Unternehmen ist nicht so einfach umzusetzen, wie viele meinen. „Es ist nicht damit getan, einige vermeintlich freundliche Redewendungen auswendig lernen zu lassen. Es geht um gelebte Freundlichkeit – intern wie extern – im Unternehmen. Nach unserer Erfahrung wird Freundlichkeit nämlich nur dann authentisch wahrgenommen, wenn sie auch in der internen Zusammenarbeit umgesetzt und empfunden wird“, so Melanie Klaes, eine der Mitarbeiterinnen der Agentur für Freundlichkeit. „Ist sie nur aufgesetzt, steigt die Unzufriedenheit bei den Angestellten. Das merken die Kunden, die sich vielleicht sogar beschweren – was für den Mitarbeiter nur noch demotivierender ist.“

Tanja Baum und ihr Team zeigen in ihrer Arbeit zunächst auf, welche Werte hinter dem Begriff „Freundlichkeit“ stehen – und wie diese das Unternehmen beeinflussen. „Wer als Verkäufer dem Kunden aufrichtig freundlich gegenüber tritt, wird in der Regel auch Freundlichkeit ernten. Das entspannt die Situation, der Verkäufer kann fachliche Argumente besser vermitteln, der Kunde ist mehr bereit, diese aufzunehmen“, veranschaulicht die Kölnerin. „Das kann man nicht nur lernen, das sollte man sogar regelmäßig trainieren“, lächelt sie. Darum ist neben der Beratung das Training und Coaching großer Bestandteil ihrer Aufgaben bei der Installation von Freundlichkeit in Deutschlands Unternehmen.

Agentur für Freundlichkeit



Tanja Baum GmbH

**Tanja Baum**, Inhaberin der 1999 in Köln gegründeten Agentur für Freundlichkeit, verankert mit ihrem achtköpfigen Team Freundlichkeit in der gesamten Unternehmenskultur. Ihre Stärke sind die nahezu einzigartigen Freundlichkeits-Konzepte, die sie mittlerweile in Hunderten von Unternehmen erfolgreich umgesetzt hat.

**Tanja Baum** arbeitet seit 1995 als Personaltrainerin, seit 2003 ist sie zusätzlich als systemische Organisationsberaterin und Coach tätig. Sie berät und trainiert namhafte Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Von ihr sind bisher vier Bücher erschienen: „Die Kunst, freundlich nein zu sagen“ (2001), „Die Kunst, sich freundlich durchzusetzen“ (2003), „Die Kunst, Konflikte freundlich zu lösen“ (2006) und „Konfliktmanagement für Frauen“ (2008) – alle beim Redline Verlag, erschienen.

Kontakt:

Agentur für Freundlichkeit Tanja Baum GmbH,  
Gleueler Straße 371 C, 50935 Köln.

**Telefon:** 02 21 - 9 13 11 44,

**E-Mail:** [info@agentur-fuer-freundlichkeit.de](mailto:info@agentur-fuer-freundlichkeit.de)

**Internet:** [www.agentur-fuer-freundlichkeit.de](http://www.agentur-fuer-freundlichkeit.de)