

A.D.U. Service Gruppe GmbH, Paderborn

Marketing nach innen



Fotos: A.D.U.

Wie schafft man es, dass 1.500 Mitarbeiter an einem Strang ziehen? Die „Servicemanager“ der A.D.U. Service Gruppe aus Paderborn setzen auf die Faktoren Wissen, Wertschätzung und Marketing nach innen. Was A.D.U. dabei anders macht? Das Unternehmen verschafft sich und seinen Kunden einen Vorsprung durch bessere Informations-Tools, professionelles Coaching und das Grundverständnis, dass die Mitarbeiter das wichtigste Kapital sind.

Das Erfolgsrezept

Als Jürgen Urban – Geschäftsführer der A.D.U. GmbH – sein Unternehmen 1993 gründete, ahnte er noch nicht, dass sich der hart umkämpfte Markt des infrastrukturellen Gebäudemanagements so entwickeln würde, wie er sich heute darstellt: Viele Anbieter, sehr unterschiedliche Leistungsstandards und eine hohe Preissensibilität. Eine Situation, in der die Discounter der Branche für die beauftragenden Unternehmen schnell zum Bumerang werden. Zu viel Fluktuation, zu viele Reklamationen, zu wenig Änderungswille.

Dass der Markt nur dadurch zufriedengestellt werden kann, dass man die Mitarbeiter ins Zentrum des Interesses rückt, erkannte Jürgen Urban frühzeitig. „Marketing nach innen“ – das bedeutet Wertschätzung, Wissen und Weiterbildung. Aber auch: fördern und fordern. Das Ergebnis ist messbar: mehr Zufriedenheit der Mitarbeiter, seltener Wechsel, kaum krankheitsbedingter Ausfall und nicht zuletzt eine überwältigende Kundenzufriedenheit, was die lange Liste der hochkarätigen Referenzen von A.D.U. bestätigt. Eine Wechselwirkung, von der alle profitieren.

Nachhaltigkeit und Wissenstransfer

Der Motor dieses Erfolgskonzepts ist eine konsequente Ausrichtung auf die Visionen und Ziele: Wertschätzung, hohe Eigenverantwortung, beste Qualität und eine klare Feedback-Kultur. „Marketing nach innen“ ist bei A.D.U. nicht nur ein Schlagwort, sondern gelebte Unternehmensphilosophie. Informationsmedien, praxisorientierte Schulungsmaßnahmen sowie regelmäßige Trainings und Einzelcoachings für die Führungskräfte prägen eine Unternehmenskultur, die auch den Kunden von A.D.U. zugute kommt. Mehr Stabilität in den Aufträgen, mehr Werterhaltung und nachhaltiges Wirtschaften bei Ressourcen. Das fördert Spaß, Motivation und Vorwärtsdenken. Kein Wunder, dass A.D.U. seine Professionalisierung 2009 noch stärker vorantreiben wird: Die erste eigene „A.D.U. Akademie“ steht kurz vor ihrer Gründung. □



Jürgen Urban –
Geschäftsführer der
A.D.U. Service
Gruppe

Das Dienstleistungsportfolio von A.D.U.

- ▶ infrastrukturelles Gebäudemanagement
- ▶ Unterhalts- und Sonderreinigungen
- ▶ Personaldienstleistungen
- ▶ Zeitarbeit
- ▶ Sicherheitsdienste
- ▶ Hoteldienste
- ▶ Energie- und Wärmeeffizienzberatung

www.adu-urban.de