

extra.punkt

Eine Sonderausgabe des brennpunkts

www.eon-energyfromwaste.com

Nur wer das Ziel kennt, kann es erreichen...

Unsere Vision bei EEW: „Europameister“ 2015



In der letzten *extra.punkt*-Ausgabe haben wir Ihnen unser Unternehmensleitbild insgesamt – mit Vision, Mission, Werte, Strategie und Zielen – vorgestellt. Nun wollen wir die einzelnen Elemente näher beleuchten und jedes für sich in einen umfassenderen Zusammenhang stellen. In der vorliegenden Ausgabe beginnen wir mit unserer Vision.

Es ist uns dabei wichtig, die manchmal doch recht abstrakten Begriffe mit Leben zu füllen. Sie werden Beispiele und interessante Geschichten finden, die Sie ganz bewusst auch unterhalten sollen. So werden Definitionen wie die Vision von EEW greifbarer, das Verständnis für unsere Vision noch größer, der Weg zu unseren Zielen klarer.

Visionen gab es in der Geschichte schon unzählige, manche davon erfolgreich und berühmt, manche gescheitert. In diesem *extra.punkt* berichten wir von einigen, die Ihnen vielleicht bekannt vorkommen, und zeigen, dass dahinter oft eine bemerkenswerte Teamleistung steckt. Und wir richten den Blick auf aktuelle Visionen: Wie machen das eigentlich andere? Und welche Bedeutung hat die Vision bei EEW?

Am Schluss wird jeder von uns ein noch genaueres Bild davon haben, wo und wofür EEW steht, wohin die EEW-Reise geht und warum wir überhaupt dorthin wollen. Denn: Nur wer das Ziel kennt, kann es erreichen! Nur wenn wir alle voll hinter unserer Vision, Mission, unseren Werten und Zielen stehen, dann haben wir Erfolg!

Ihre *extra.punkt*-Redaktion

Ein Blick über den Tellerrand

Visionen in Zitaten, Artikeln und Geschichte(n)

Besser mit Visionen

Die Welt und ihre Geschichte sind voll von Visionen. Entdecker, Wissenschaftler, Staatsmänner, ja selbst die Helden in Sagen und Märchen: Sie alle wurden und werden getrieben von ihrer Vision, **die Welt besser zu machen**.

Genau darum, besser zu werden, geht es, wenn Unternehmen Ziele verfolgen und sich eine Vision festschreiben. Die Vision ist im Bereich der Unternehmensführung die Beschreibung **eines idealen Zustands in der Zukunft**. Den Weg zu den daraus abgeleiteten Zielen formuliert die Strategie.

Es geht darum, zusammen mit der Mission ein Selbstverständnis zu entwickeln und allen Mitarbeitern Orientierung zu geben.

Die Vision beschreibt, was ein Unternehmen in Zukunft mit den Mitarbeitern erreichen und wo es selbst einmal stehen will. Treffend formuliert, unterstützt durch Impulse der Führungskräfte und die Beteiligung der Mitarbeiter, kann sie **enorme Energien** freisetzen.

Im Idealfall spürt jeder Einzelne diese Energie, die dann starke Teamleistungen hervorruft.

Ganz wunderbar ist dieses Zitat, das eine Vision beschreibt, auf die die Welt nicht gewartet hatte:

„Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt schnellere Pferde.“

Henry Ford (1863-1947), Automobilbauer

Zwei Zitate, die dasselbe meinen – kurz und knackig:

„Wer kein Ziel hat, kommt nirgendwo an.“

nach Abraham Lincoln (1809-1865),
16. Präsident der USA

„Nur wer sein Ziel kennt, findet den Weg.“

Lao Tse (angebl. 6. Jhd. v. Chr.),
chinesischer Philosoph

Das sagt das Lexikon

Das heutige deutsche Wort „Vision“ kommt vom Lateinischen „videre = sehen“ bzw. „visio = Schau“.

Die **Wörterbücher** bezeichnen eine Vision unter anderem als Zukunftsentwurf, Wunschbild und ideale Vorstellung eines zukünftigen Zustandes.

Vi|sion [v...], die; -, -en <lat.> (Erscheinung; Traumbild; Zukunftsentwurf) (aus: Der Duden)

Vision w. (lat.) 1. Erscheinung, inneres Gesicht, (künstlerisches) Wunschbild; 2. optische Halluzination (aus: A. M. Textor, Sag es auf Deutsch)

Vi·si'on, die; -, -en 1. RELIGION Erscheinung, Erleuchtung 2. Trugbild, Halluzination 3. ideale Vorstellung eines zukünftigen Zustandes (aus: Langenscheidt Fremdwörterbuch)





Berühmte Visionen

Ob einer allein oder viele gemeinsam – ohne die herausragenden Leistungen von Menschen mit „großen“ Ideen und Visionen wäre die Welt heute wohl nicht so, wie wir sie kennen.

Christoph Kolumbus (1451-1506)

Der genuesische Seefahrer in Diensten des spanischen Königspaars wollte einen westlichen Seeweg nach Indien finden. Die exotischen Gewürze von dort wurden damals mit Gold aufgewogen. Gefunden hat er allerdings im Jahr 1492 einen unbekanntes Kontinent. Zwar wurde Amerika bereits 500 Jahre zuvor von Wikingern entdeckt, jedoch begann nach Kolumbus erst die Eroberung der neuen Welt.

Bis zu seinem Tod war Kolumbus davon überzeugt, tatsächlich in Hinterindien gelandet zu sein – und nannte die Ureinwohner Amerikas „Indianer“. Benannt wurde der Kontinent nach dem Mann, der die Bedeutung dieser Entdeckung als erster richtig einzuschätzen wusste: Amerigo Vespucci.

Galileo Galilei (1564-1642)

Das italienische Genie – er war Mathematiker, Physiker und Astronom – verbesserte nicht nur viele Dinge wie etwa den Rechenschieber oder das Fernrohr. Er nutzte eben dieses Fernrohr für astronomische Beobachtungen und entdeckte so die vier größten Monde des Jupiter, dass die Oberfläche des Mondes uneben ist und dass die Milchstraße nicht – wie es dem bloßen Auge scheint – ein nebliges Gebilde ist, sondern aus unzähligen Sternen besteht.

Die Veröffentlichung dieser Beobachtungen machte Galilei 1610 auf einen Schlag berühmt. Weiter forschte er auf vielen unterschiedlichen Gebieten: Hebelgesetze, Trägheit und Beschleunigung von Körpern, Temperaturmessgerät, Mikroskopie und natürlich die Drehung der Erde um sich selbst und

um die Sonne („Und sie bewegt sich doch!“). Damit veränderte er das damals vorherrschende Weltbild mit der Erde als Zentrum.

Thomas A. Edison (1847-1931)

Der berühmte Erfinder meldete über tausend Patente an. Seine wichtigste Vision war es, ganz New York mit Strom und elektrischem Licht zu versorgen. Seine revolutionärste Erfindung war daher auch die Glühlampe. Doch haben wir Edison noch viel mehr zu verdanken: Er vollendete zahlreiche Ideen und Produkte und schuf ein ganzes System von Stromerzeugung, Stromverteilung und elektrischen Konsumprodukten.

Eine schöne Beschreibung, wie man seine Leute visionär „ins Boot holt“:

„Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann trommle nicht Männer zusammen, um Holz zu beschaffen, Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre sie die Sehnsucht nach dem weiten, endlosen Meer.“

Antoine de Saint-Exupéry (1900-1944),
frz. Schriftsteller („Der kleine Prinz“)

Dazu zählen der Telegraph, der Phonograph, das Kinetoskop, die Einführung des Kleinbildfilms und das erste Filmstudio weltweit – Edison gilt als Mitbegründer der Filmindustrie und Filmkunst. Auch wäre die moderne Welt ohne sein Zutun in den Bereichen Chemie (Alkali-Batterie), Zement (Fertighäuser) und Metallgewinnung (magnetischer Metallabscheider) kaum vorstellbar.

Mondlandung 1969

Als die ersten Menschen am 20. Juli 1969 den Mond betraten, ging ein amerikanischer Traum in Erfüllung. Bereits acht Jahre zuvor

hatte der damalige Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika, John F. Kennedy, seine Vision vorausgeschickt, Menschen zum Mond zu bringen. 600 Millionen Menschen an den Fernsehbildschirmen weltweit hielten den Atem an, als die Astronauten der Apollo 11-Mission, Neil Armstrong und kurz danach Buzz Aldrin, die Oberfläche des Mondes berührten. „Das ist ein kleiner Schritt für einen Menschen, aber ein großer Sprung für die Menschheit!“

Bremer Stadtmusikanten

„Etwas Besseres als den Tod findest Du überall.“ Die Story ist bekannt: Ein Esel, ein Hund, eine Katze und ein Hahn sind die Helden des Grimmschen Hausmärchens. Angeblich zu alt geworden für schwere Arbeit, wollen ihre Herren sie „entsorgen“. Aber die vier halten zusammen und machen sich gemeinsam auf nach Bremen, um dort als Stadtmusikanten zu leben. Das ist ihre Vision, ihr Ziel.

Unterwegs – auf der Suche nach einem Nachtquartier und etwas zu essen – vertreiben sie als perfekt funktionierendes Team Räuber aus deren Hütte und machen diese zu ihrer künftigen Behausung. Sie werden also nicht „ausrangiert“, sondern packen es gemeinsam an und kooperieren in einer Krisen- und Gefahrensituation ideal.

Natürlich lässt sich diese Liste vielfältig fortsetzen. Welche bedeutenden Visionen fallen Ihnen ein? Ob umwälzende politische Ereignisse, historische Revolutionen oder auch ganz private Ziele, die Sie beeindruckt haben: **Schreiben Sie's uns!** Wie, lesen Sie auf der letzten Seite.

Vision: Wie sieht die bei anderen aus?

Sie ist kein Zaubermittel – aber eine stimmige Vision kann ein prima Rezept für den Erfolg sein.

Ich sehe was, das alle seh'n, und das ist gut!



Jedes Unternehmen kann langfristig nur dann erfolgreich sein, wenn sich die Mitarbeiter mit dem Unternehmen identifizieren. Sie wollen wissen, wofür ihr Unternehmen steht und welchen Sinn ihre Arbeit hat; sie wollen zu positiven Zielen beitragen, eigenständig Entscheidungen treffen und selbstständig handeln. Darauf basiert die emotionale Bindung zum Unternehmen, aus der sich wiederum das Engagement der Mitarbeiter ableitet.

Eine gute Unternehmensvision kann diese Identifikationsfläche und den notwendigen Orientierungsrahmen schaffen. Sie drückt aus: Warum tun wir das, was wir heute tun? Und: Wo wollen wir in fünf bis zehn Jahren stehen?

(Quelle: <http://www.business-wissen.de>)

Bevor wir uns näher mit unserer eigenen Vision befassen, fragen wir einmal ganz neugierig: Warum formulieren eigentlich andere Unternehmen eine Vision? Und wie sieht die aus? Wie wird sie gelebt? Beispiele aus der Wirtschaft.

Ein Software-Unternehmen formuliert es so: „Unsere Vision ist, dass Menschen mit Freude und Motivation ihre Unternehmen unterstützen und erfolgreich voranbringen mit dem, was sie am besten können und mit der Software, die dazu am besten geeignet ist.“ (EsPresto AG, Berlin)

Noch kürzer fasst sich Johnson Controls, 1885 gegründet: „Unsere Vision: Eine Welt, die angenehmer, sicherer und nachhaltiger ist.“ (Johnson Controls Inc., USA)

Klingt zu allgemein? Trifft aber hier voll zu, wenn man weiß, dass das Unternehmen mit innovativen Innenausstattungen das Fahren komfortabler und sicherer macht, mit Produkten und Dienstleistungen für Gebäude die Energienutzung optimiert und die Sicherheit verbessert und auch Batterien für Fahrzeuge und elektrische Hybridfahrzeuge anbietet.

Auch Deutz („The engine company“) mag es gerne knackig: „Wir setzen Maßstäbe und gestalten die Zukunft.“ Das Unternehmen schiebt jedoch nach: „Das ist unsere Vision für die Zukunft, in der wir als Mitarbeiter der DEUTZ AG einen gemeinsamen Wunsch zum Ausdruck bringen. Die Basis für diese Vision ist unser Unternehmensleitbild, in dem wir festlegen was wir tun, mit wem wir es tun, wer es tut, wie wir es tun, wofür wir es tun und wo wir es tun.“ (Deutz AG, Köln)

Das sagt ein Versicherer:

„Leistung bestimmt unser Handeln. Gemeinsam und unter Leitung erfahrener Führungskräfte streben wir ein klares Ziel an: Mittelfristig im deutschen Versicherungsmarkt einer der führenden Versicherungsmakler für die mittelständische Wirtschaft zu werden und unter Einbeziehung der Kenngrößen Ertrag und Profitabilität zu wachsen.“ (Lübcke & Co. GmbH, Bremen)



Und dies ein Kaffeeproduzent:

„Wir wollen eine weltweite Referenz für Kaffeekultur und exzellente Kaffeegleichheit sein. Unser Unternehmen bietet Konsumenten die edelsten Produkte und die besten Orte für hochwertigen Genuss. Dies führt zu Wachstum und hilft uns, Marktführer im Highend-Bereich zu werden.“ (illycaffè S.p.A., Italien)



Auch „Unis“ setzen sich visionäre Ziele: „Es ist unsere Vision, eine der führenden Hochschulen Europas für die internationale und unternehmensnahe akademische Aus- und Weiterbildung zu sein.“ (Hochschule Reutlingen)

Visionen unter der Lupe I

Unter dem Motto „Wir sind, was wir tun!“ formuliert ein Schweizer Unternehmen kurz, aber ohne Umschweife treffend: „Unser Ziel ist es, das führende, auf Service spezialisierte Unternehmen und der bevorzugte Partner in der Spezialitätenchemie zu werden.“ (Clariant International AG, Schweiz)

Der Chief Executive Officer (CEO) Roland Lösser erklärt dazu:

„Mit unserer Vision und unserer Mission ... hat die Konzernleitung das Fundament für die langfristige Erfolgsposition von Clariant geschaffen. Jetzt kommt alles darauf an, dass wir diesen Ziel- und Wertehorizont in unser aller Denken und Handeln fest verankern. In unserem Auftritt, in unserem Dienstleistungs- und Führungsverhalten, in Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb wollen wir uns von unserer Vision und Mission beflügeln lassen und unsere Werte im Alltag leben.“

„Eine überzeugende Vision kann die Bündelung des Ideenpotentials und die Freisetzung zielgerichteter Energien bewirken.“

Herbert Henzler (*1941),
dt. Unternehmensberater

Bei Clariant hat man also den hohen Stellenwert einer klaren Vision erkannt. Sie sollte von allen Mitarbeitern auf allen Ebenen verinnerlicht und gelebt werden. Mit diesem – im wahrsten Sinne des Wortes – großen Selbstbewusstsein ist der Erfolg schon beinahe vorprogrammiert.

Visionen unter der Lupe II

„Messer ist eine bedeutende Industriegasgruppe in den Kernregionen Europa und China. Messer ist und bleibt ein unabhängiges Familienunternehmen. Mit unseren Partnern und verbundenen Gesellschaften für Verschleiß-, Verbindungs- und Schneidtechnik sowie Präzisionsgeräte erfüllen wir Kundenwünsche kompetent, innovativ und zuverlässig. Das macht uns für unsere Kunden und Mitarbeiter zur ersten Wahl.“ (Messer Group GmbH, Sulzbach)



Die Messer-Gruppe beschäftigt 4.700 Mitarbeiter an 120 Standorten in den Kernregionen Europa und Asien. Deren Vision ist laut Diana Buss, Vice President Corporate Communications, eine Kombination aus der Beschreibung des Ist-Zustands heute (das Gute bewahren) und einem Ist-Zustand in der Zukunft: „Da möchten wir in zehn Jahren sein.“

Bei Messer kann man sehr gut erkennen, wie diese Vision mit großem Engagement der Führungskräfte im Unternehmen eingebunden ist. Seit Mai 2004 – zuvor war Messer ein Teil der Höchst AG und sollte nichts weniger als Weltmarktführer werden – ist Messer wieder zu 100 Prozent im Besitz der

Familie Messer. Im Jahr darauf wurde durch ein international besetztes Team des Unternehmens das komplette Leitbild entwickelt. Wieder ein Jahr später ist auf dieser Basis die Unternehmensstrategie entstanden.

„Visionen brauchen Fahrpläne.“

Hilmar Kopper (*1935), dt. Bankier,
bis 1997 Vorstandspr. Deutsche Bank

Wir haben mit Diana Buss gesprochen: „Am wichtigsten nach der Strukturänderung 2004 war es, die Motivation der Mitarbeiter zu erhalten, damit unsere Kunden spüren: Auf uns ist Verlass!“ Aber sie beschreibt auch den langen Prozess, bis das neue Unternehmensleitbild gelebt wird. Bis heute arbeiten alle Mitarbeiter daran, das Leitbild im Alltag umzusetzen. Nach fünf Jahren sagen 60 Prozent, dass die Werte in der täglichen Arbeit verwirklicht werden.

„Ohne würde es nicht funktionieren“, stellt Diana Buss für ihre Vision fest. „Die Menschen müssen wissen, wohin die Reise geht.“

Dieser Meinung ist auch der unabhängige Consultant für Unternehmen Holger Schepp aus Göttingen: „Ohne geht es gar nicht! Wichtig ist, dass die Mitarbeiter in die laufenden Entwicklungen eingebunden werden, dass offen mit ihnen geredet wird und sie die Ziele und den aktuellen Stand ihres Unternehmens kennen. Und für die Umsetzung im Arbeitsalltag brauchen sie Vorbilder, vor allem aus der Führungsebene.“

„Wenn das Leben keine Vision hat, nach der man strebt, nach der man sich sehnt, die man verwirklichen möchte, dann gibt es auch kein Motiv, sich anzustrengen.“

Erich Fromm (1900-1980),
amerik. Psychoanalytiker dt. Herkunft

Anders formuliert: Wenn man eine Vision hat, dann weiß man auch, wofür sich die ganze Arbeit lohnt!

Noch ein Blick über den Tellerrand

Visionen im aktuellen Zeitgeschehen

Unser Leben ist auch heute noch voller Visionen. Wir lesen darüber in der Zeitung, sehen sie in den Fernsehnachrichten oder sprechen darüber mit unseren Freunden, Familien oder Kollegen.

Tokio Hotel



Die Magdeburger Musikgruppe gehört im deutschsprachigen Raum zu

den kommerziell erfolgreichsten Bands der letzten Jahre. Bereits die Debütsingle *Durch den Monsun* sowie das dazugehörige Album *Schrei* erreichten im Jahr 2005 Platz eins der Charts. Tokio Hotel haben mehrere Auszeichnungen als beste Newcomer erhalten und bis heute weit über sechs Millionen Tonträger verkauft. Es gibt in Deutschland bestimmt mehrere zehntausend Bands, die jedes Mal mit der Vision in den Übungsraum gehen, einmal einen Nummer-1-Hit zu landen oder wenigstens eine Platte aufzunehmen. Tokio Hotel haben es geschafft.

Solarenergie



Dass die fossilen Energieträger wie Erdöl nicht unendlich reichen, ist kein

Geheimnis mehr. Seit langem sind Konzerne und Wissenschaftler, Regierungen und Umweltschützer auf der Suche nach Alternativen. Den erneuerbaren Energien gehört die Zukunft. Bereits im Jahr 2008 liefern Wind- und Wasserkraft sowie Sonnenenergie 15 Prozent des Strombedarfs in Deutsch-

land und vermeiden den Ausstoß von 110 Millionen Tonnen CO₂.

Die Vision einer zu 100 Prozent „sauberen“ Energieversorgung ist erreichbar. Bereits für das Jahr 2050 gibt die Bundesregierung das Ziel aus, die Hälfte des gesamten Energieverbrauchs durch erneuerbare Energien zu decken. Allein durch die Energie der Sonne – gesammelt von Solarthermie-Kraftwerken auf einer Fläche von nur rund sechs Prozent der Sahara – könnte der gesamte Weltenergiebedarf gesichert werden.

Mondkolonie



Nachdem George W. Bush 2004 die Aufnahme eines neuen Mondprogramms ankündigte, begann die NASA mit entsprechenden Planungen für eine feste Station auf dem Mond. Genau wie bei der Vision der Mondlandung sind ehrgeizige Ziele ausgegeben: Nach ersten Testflügen sollen bereits im Jahr 2014 wieder bemannte Missionen zum Mond führen. Als nächste Etappe ist ab 2020 ein 180 Tage dauernder Aufenthalt von vier Astronauten vorgesehen, bis dann ab 2024 eine dauerhaft besetzte Mondbasis eingerichtet sein soll.

Zur Energieversorgung bietet sich wiederum die Sonnenenergie an, die jedoch ausschließlich an den Polregionen nutzbar wäre, weil nur hier eine beständige Sonneneinstrahlung existiert. Außerdem wären die Temperaturschwankungen dort nicht so extrem. Eine ständige Mondbasis hätte vor allem den Vorteil, dass dieser Startpunkt für weitere Raumfahrt-Missionen ideal wäre.

Friedensnobelpreis für Barack Obama



Es war eine Entscheidung, die für Aufsehen gesorgt hat: Barack Obama

bekam noch in seinem ersten Amtsjahr den Friedensnobelpreis verliehen. Der US-Präsident wurde vom Komitee in Oslo für seine „außergewöhnlichen Bemühungen für die Zusammenarbeit zwischen den Völkern“ ausgezeichnet. Dabei bestehen diese Bemühungen zunächst aus Obamas Vision einer friedlicheren Welt ohne Atomwaffen.

Das Nobelpreiskomitee begründete seine Wahl damit, dass selten zuvor eine Persönlichkeit in diesem Maße die Hoffnung auf eine bessere Zukunft vermittelt habe. Außerdem dient die Vergabe dazu, noch laufende Entwicklungen für den Frieden anzuregen – wie dies schon bei Willy Brandt und Michail Gorbatschow der Fall gewesen war.

„Visionen zu haben, bedeutet, die Anstrengungen der Menschen zu bündeln und ihre Tatkraft langfristig auf ein gemeinsames Ziel zu verpflichten. Dadurch gewinnen Visionen ihre besondere Bedeutung als vielleicht wichtigster Motor des Fortschritts.“

Hans-Olaf Henkel (*1940),
dt. Topmanager (IBM), ehem. Präsident BDI

Gemeinsam nach vorne schauen

Unsere Vision: Eine für alle, alle für eine.

Zum Greifen nahe

Unser Ziel „Europameister“ 2015 ist ehrgeizig – aber realistisch!



„E.ON Energy from Waste ist das führende Unternehmen in Europa bei der Erzeugung von Strom und Wärme durch die Verbrennung von Abfällen.“

Im Vergleich zu den bereits beschriebenen Visionen besticht die EEW-Vision einerseits durch ihre Kürze, andererseits durch ihre Klarheit. Mehr Worte braucht es nicht, mit unserer Vision ist alles gesagt. Sie beschreibt einen Ist-Zustand, den wir im Jahr 2015 erreicht haben wollen.

Im Anschluss an unsere Neuausrichtung und Umbenennung im März 2008 erfolgte auch eine **Weiterentwicklung unseres Leitbildes** (Vision, Mission und Werte). Aus dem veränderten Leitbild leiten sich unsere Unternehmensziele ab. Und zur Erreichung dieser benötigen wir eine klare Strategie, die ebenfalls angepasst wurde. insgesamt gesehen sind diese Themen eingebettet in die Unternehmens- und Führungskultur von EEW und hängen wie **Puzzleteile** zusammen, greifen ineinander.

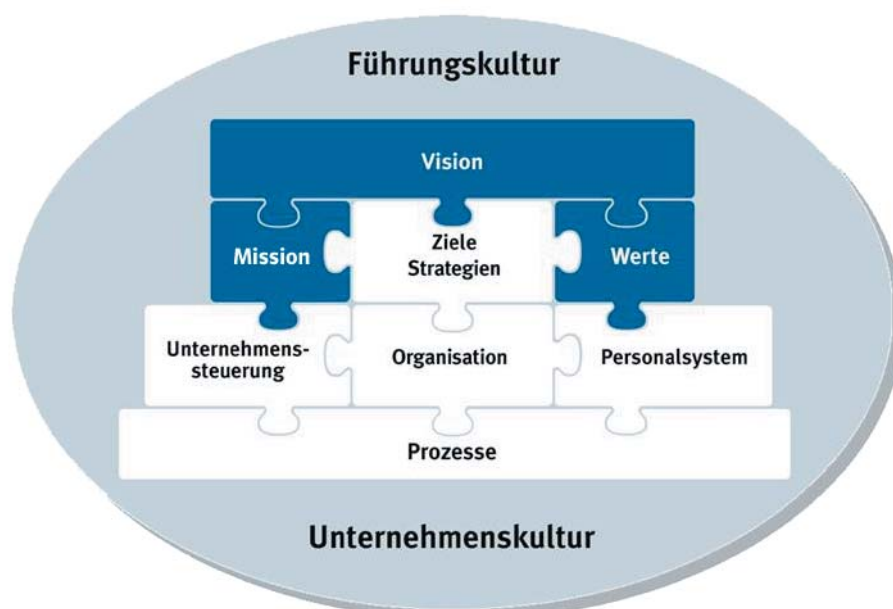
Wir wollen „Europameister“ 2015 werden
Das heißt, wir sind im Jahr 2015 das **führende** Unternehmen in Europa bei der Erzeugung von Strom und Wärme durch die Verbrennung von Abfällen.

Wir konzentrieren uns bei unseren geschäftlichen Aktivitäten auf das **geographische Europa**. Entscheidend sind für uns dabei wirtschaftliche Attraktivität und verlässliche Rahmenbedingungen in der jeweiligen Region.

„Führend“ heißt jedoch nicht, immer der Größte oder der Erste zu sein. Führend heißt in diesem Zusammenhang, dass wir in den folgenden Feldern zu den **Top 3-Unternehmen in Europa** gehören wollen:

- **Mitarbeiter:**
1. attraktiver Arbeitgeber. 2. hohe Arbeitssicherheit. 3. für jeden Job die bestqualifizierten Mitarbeiter in einem Netzwerk von Know-how-Trägern.
- **Wirtschaftlichkeit:**
1. höchste Kapitalrentabilität. 2. höchster Unternehmenswert. 3. höchste Wertsteigerung.
- **Markt & Kunden:**
1. größter Marktanteil in Europa bezogen auf die Durchsatzmenge. 2. Partner erster Wahl. 3. sichere und verlässliche Ver- und Entsorgung in einem internationalen Anlagenverbund.
- **Technologie:**
1. hohe Energieeffizienz. 2. maximale Zeitverfügbarkeit der Anlagen. 3. innovative Entwicklung von Anlagenkonzepten.
- **Umweltschutz:**
1. minimale Emissionen. 2. effektive Nutzung von Betriebsstoffen. 3. optimale Verwertung von Reststoffen.

Wir haben uns also anspruchsvolle Ziele gesetzt und wir brauchen das Engagement **jedes Einzelnen**, um als Team erfolgreich zu sein. Alle diese Ziele sind gleichberechtigt und keines ist wichtiger als das andere. Unsere Ziele unterstützen uns bei der Erfüllung unserer Vision und Mission – und um unsere Mission wird es in der nächsten *extra.punkt*-Ausgabe gehen.



Das bewegt mich

Visionen, die Sie beeindrucken oder Ihnen privat viel bedeuten.

Wir möchten gerne wissen, welche Visionen Sie besonders begeistern oder fasziniert haben – aus Ihrem privaten oder aus dem öffentlichen Leben. Was ist Ihnen wichtig? Wofür kämpfen Sie? Welche Ziele sollten unbedingt erreicht werden?

Dazu können Sie ganz einfach die beige-fügte Antwort-Postkarte benutzen. Sollte der Platz nicht ausreichen, verwenden Sie einfach ein Blatt Papier oder schicken eine Mail an brennpunkt@eon-energie.com.

Bitte, trauen Sie sich – lassen Sie uns das Thema „Vision“ gemeinsam so greifbar und lebensnah wie möglich machen! Wir freuen uns auf Ihre Beiträge, die wir in absehbarer Zeit unternehmensweit veröffentlichen wollen.

Die Postkarte werfen Sie bitte in den nächsten Briefkasten – Porto übernehmen wir – oder schicken sie mit der Hauspost an uns. Danke!

Das – nicht ganz ernst gemeinte – Schlusswort hat der Altkanzler:

„Wer Visionen hat, sollte zum Arzt gehen...“

Helmut Schmidt (*1918),
5. Bundeskanzler der BRD

Karte weg?

Kein Problem: Schreiben Sie doch einfach eine E-Mail an die Redaktion, in der Sie uns von „Ihrer“ Vision berichten.

brennpunkt@eon-energie.com

Das Porto
zahlt EEW
für Sie

Absender

Name

Vorname

Straße, Hausnummer

PLZ/Ort

E-Mail



Antwort

E.ON Energy from Waste AG
Abteilung VK
Schöninger Straße 2-3
38350 Helmstedt

Visionär
