

OneE.ON

Die Zeitung zur Preisverleihung

intranet.eon.com



Hauptpreise gehen nach Großbritannien, Deutschland und in die USA

And the winners are ...

Es war ein Abend für Sieger: Am 18. Oktober trafen sich in Düsseldorf 420 Mitarbeiter zur Verleihung der OneE.ON Awards. Jeder von ihnen war die Nummer eins auf Business Unit- und Market Unit-Ebene. Doch wer würde konzernweit das Rennen machen?

Oscar-Stimmung am E.ON-Platz 1: Aus neun Ländern waren 61 Teams im Corporate Center zusammengekommen, um an einer ganz besonderen Feier teilzunehmen. Die große Glashalle ist feierlich geschmückt – die Preisverleihung eingebettet in ein Gala-Dinner mit musikalischen Live-Einlagen.

Noch nie war die Internationalität von E.ON an einem Ort so spürbar wie hier. Carl-Sylvius von Falkenhausen, OneE.ON-Projektleiter, moderierte und begrüßte die Teilnehmer in neun Sprachen: Zum ersten Mal wurden der OneE.ON-Preis und der OneE.ON-Innovationspreis für Kundenorientierung an herausragende Projekte aus allen Bereichen unseres Konzerns vergeben. Die Jury mit Vorständen aus allen Market Units zeichnete in den beiden Kategorien OneE.ON-Preis und OneE.ON-Innovationspreis für Kundenorientierung jeweils drei Hauptgewinner aus.

„Wir müssen unsere Kunden verstehen“

Zunächst ging es um den OneE.ON-Innovationspreis für Kundenorientierung. In einem Film wurden die drei Hauptgewinner der beiden Awards vorgestellt. Vorstandsmitglied Johannes Teysen, OneE.ON-Pate für Kundenorientierung, öffnete geheimnisvolle Kuverts und verlas die Sieger. Dann hieß es, genau wie bei den Oscars: „And the winner is ...“ Mit Standing Ovations wurden die Gewinner des 1. Preises vom Publikum empfangen: E.ON U.S. holte mit der „Expertenhotline“ den

1. Preis für Kundenorientierung. Die Mitarbeiter aus den USA hatten die Idee, Voice over IP (Sprachübertragung über Datenleitungen) im Call Center zu nutzen. Ist das Call Center ausgelastet, werden die Anrufe automatisch an die Experten in über 20 Kunden-Centern im Versorgungsgebiet durchgestellt. Das bringt besseren Service und lässt nebenbei das Unternehmen noch stärker zusammenwachsen (mehr dazu auf Seite 3).

Alle 61 Projekte mit Ansprechpartnern finden Sie auf den Seiten 6 bis 8.

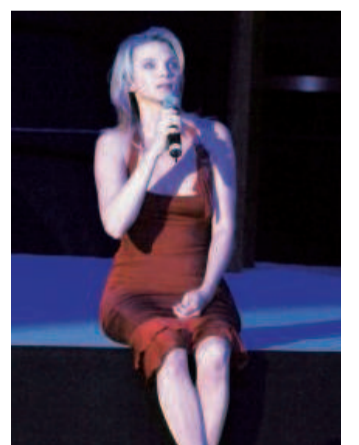
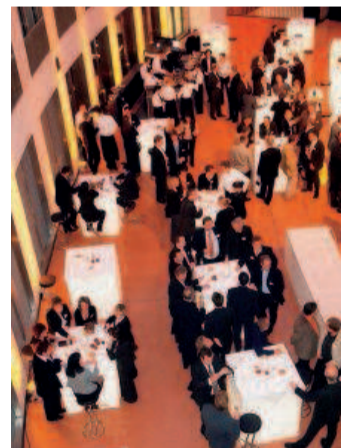
Es ist in diesen Zeiten keine einfache Aufgabe, den Preis für Kundenorientierung zu verleihen. Die Diskussion um steigende Energiepreise belastet das Image von E.ON, aber auch das der ganzen Branche. Doch all das ist kein Grund, sich entmutigen zu lassen, sondern Ansporn für uns alle, auch in puncto Innovation und Kundenorientierung das weltweit führende Energieunternehmen zu werden. „Wir müssen überzeugende Antworten für die Energieherausforderungen der Zukunft formulieren, die für Wachstum und Wohlstand unserer Volkswirtschaft sorgen. Wir müssen gute Produkte zu

fairen Preisen anbieten. Wir müssen unsere Kunden verstehen und für sie Lösungen ihrer Probleme erarbeiten“, so formulierte Teysen die Aufgabe. Und genau dafür müsse auch unsere Marke stehen.

„Jeder von uns ist ein E.ON-Boschaffer“

Auf den Sonderpreis folgte der OneE.ON Award. Und wieder hieß es: Film ab. Vorstandsmitglied Manfred Krüper, OneE.ON-Pate für Vielfalt und Weiterentwicklung, wies auf das hohe Engagement der Mitarbeiter hin. „Jeder von uns ist ein Botschafter von E.ON“, fasste Krüper zusammen. Wieder lag große Spannung in der Luft, gebannte Blicke auf die geschlossenen Kuverts. Wenig später liegen sich die Sieger in den Armen, erneut stehende Ovationen: Der OneE.ON-Preis 2006 geht an das Projekt „Monteure für E.ON UK“. Die Idee: In Deutschland bildet E.ON über den eigenen Bedarf hinaus Monteure aus. In Großbritannien fehlen hingegen gut ausgebildete Fachkräfte. Ein Paradebeispiel für die Chancen Market Unit-übergreifender Zusammenarbeit, von der auch Mitarbeiter persönlich profitieren (mehr dazu auf Seite 2).

Nach dem offiziellen Teil ging die Party erst richtig los. Bis in die frühen Morgenstunden feierten die Preisträger in der Glashalle des Corporate Centers, knüpften neue Kontakte – und so mancher schmiedete schon Pläne für neue Projekte, die wir vielleicht bei der nächsten Preisverleihung kennen lernen werden.



1. Preis

beim OneE.ON Award: Im August 2006 brachen die ersten elf Monteure von Deutschland nach Großbritannien auf, um dort eine unbefristete Beschäftigung aufzunehmen.



Gut in Großbritannien angekommen und voll integriert: Kai-Peter Köpke ist einer von elf Kollegen aus Deutschland.

Das Team

Klaus Freimooser, Rainer Hildebrandt, Heidemarie Meier, Torsten Degl, Ulrich Baron, Andreas Pulka, Ulrike Dreyer-Waßer, Michael Hengsbach, Dagmar Meier, Torsten Hain, E.ON Avacon
Tobias Ott, E.ON Bayern
Gabriele Werner, Karsten Rehfeldt, E.ON edis
Julia Wendel, E.ON Hanse
Anja Fischer, Nils von Kampen, Ralf Böttjer, E.ON Netz
Paul Meneely, Lynne Allsopp, John Tasker, Tom Bolger, Lucy Ashley, Dave Burbidge, Carl Robbins, Mike Lockett, Clive Buggins, E.ON UK
Markus Leitloff, E.ON Westfalen Weser

OneE.ON schließt personelle Lücken

Just do it

Es kann nur einen geben – obwohl viele ihn verdient hätten. Den 1. Preis im OneE.ON Award hat eine deutsch-britische Initiative erobert: „Monteure für E.ON UK“.

Manchmal ist die Welt ungerecht: Wovon es hier zu viel gibt, daran mangelt es an anderer Stelle. So fehlen bei E.ON UK einige hundert gut ausgebildete Fachkräfte, in Deutschland dagegen können viele junge Mitarbeiter trotz fachlicher Eignung nach ihrer Ausbildung nicht unbefristet übernommen werden. Warum also nicht junge deutsche Mitarbeiter nach Großbritannien zu E.ON UK und Central Networks vermitteln?

Angestoßen wurde das Projekt von Klaus Freimooser von E.ON Avacon und Paul Meneely von Central Networks auf der 1. E.ON HR-Konferenz 2005 in Düsseldorf. Die Klage eines britischen Kollegen über den leer gefegten Arbeitsmarkt auf der Insel lieferte den beiden die Idee.

Doch bis die ersten elf deutschen Mitarbeiter im August diesen Jahres in Großbritannien ihre Arbeit beginnen konnten, war ein ganzes Jahr intensiver Vorbereitungen notwendig. Insgesamt beteiligten sich mehr als 25 Personen an der praktischen Umsetzung des Projekts. „Am Anfang fühlten wir uns immer wie die einsamen Rufer in der Wüste“, erinnert sich Klaus Freimooser: „Aber wir haben an unseren Erfolg geglaubt.“ Und der gibt ihnen recht.

Der Anfang ist gemacht

Der Startschuss fiel im Juli 2005. Drei Mitarbeiter vom E.ON Avacon Personalmanagement besuchten ihre Kollegen von Central Networks in Großbritannien und legten gemeinsam den Grundstein für die Aktion „Monteure für E.ON UK“. Vier Monate später der Gegenbesuch: Die Briten besichtigten das Ausbildungszentrum von E.ON Avacon in Laatzten, eine Tagesbaustelle und ein Umspannwerk. Die Qualität der Ausbildung wurde geprüft, Netzformen und Kabeltypen wurden begutachtet.

Die Rahmenbedingungen sind klar

Über die Personalabteilungen der beteiligten Business Units von E.ON Energie werden die Auszubil-

denden über die Aktion informiert. Informationsmaterial und Infoveranstaltungen klären über das Leben und Arbeiten in Großbritannien und bei E.ON UK auf – daraufhin meldeten sich rund 80 Interessenten aus zwölf Gesellschaften von E.ON Energie. Bei einem einwöchigen Arbeitsaufenthalt in Großbritannien zeigten deutsche Monteure in Zusammenarbeit mit britischen Kollegen ihr Können. Dabei wurde deutlich, dass sie mit der in Großbritannien verwendeten Technik – nach entsprechender Einweisung vor Ort – durchaus zurecht kamen. Außerdem klärten britische und deutsche Kollegen der Personalabteilungen die vertraglichen Rahmenbedingungen für einen Wechsel der deutschen Mitarbeiter zu E.ON UK.

Anlässlich der Bewerbungstage bei E.ON Avacon im März befragten drei Interview-Duos mit je

einem britischen und deutschen HR-Kollegen die 33 Wechselwilligen auf Herz und Nieren. Für weiterführende Hintergrundgespräche standen Mitarbeiter beider Länder aus Technik, Ausbildung und Personalwesen zur Verfügung.

Das neue Leben beginnt

Ende April fiel die Entscheidung: Elf junge Mitarbeiter erhielten die Zusage für einen unbefristeten Arbeitsvertrag in Großbritannien. Sieben weitere Bewerber bekamen die Chance auf ein zweites Gespräch, da sie ihre Berufsausbildung noch nicht abgeschlossen hatten.

Anfang August 2006 flogen die Nachwuchskräfte gemeinsam nach Großbritannien. In Coventry bekamen sie eine mehrwöchige Einführung in ihr neues Leben. Darunter Sprachkurse,

ein Fahrertraining, um sich an den Linksverkehr zu gewöhnen, und Techniklehrgänge. Danach wurden sie in Zweier-Teams an ihren Einsatzorten untergebracht, wo sie bei Central Networks und Energy Services als Kabel-, Trafo- oder Freileitungsmonteure arbeiten sollen.

Kai-Peter Köpke ist einer der elf Auserwählten. Er war vorher noch nie in Großbritannien. Heute arbeitet er als Monteur in Hinckley bei Birmingham für Central Networks. Und ihm gefällt es – wie auch allen anderen deutschen Kollegen – „super gut“ in der neuen Heimat: „Einige wissen jetzt schon, dass sie ihr ganzes Leben hier bleiben wollen“, sagt Köpke. Wie sie in Großbritannien aufgenommen wurden, hat alle begeistert: „Als ob man in eine Familie kommt.“ Vor kurzem zog er mit einem Kollegen vom Hotel in eine Mietwohnung. Gemeinsam suchten sie die Möbel aus und erkundeten die Umgebung. Köpke hat sich in einem Fitness Studio in der Nähe angemeldet: „Auch dort lernt man neue Leute kennen“, meint er.

Auf in die nächste Runde

Und was sagen die stolzen Gewinner nun zu ihrem Preis? Klaus Freimooser antwortet stellvertretend: „Unser Team hat zwar den OneE.ON Award gewonnen – darauf sind wir stolz und darüber freuen wir uns sehr – aber es gibt drei weitere Gewinner. Zum einen den OneE.ON-Spirit: Wir leben die Werte und Verhaltensweisen tatsächlich. Zum anderen die jungen Kollegen, die einen unbefristeten Arbeitsvertrag im Konzern erhalten haben. Und zum dritten E.ON selbst, denn gut und teuer ausgebildete Arbeitskräfte bleiben im Unternehmen.“

Bei seinem nächsten Großbritannien-Besuch will er zusammen mit Paul Meneely und weiteren Mitarbeitern eine erste Bestandsaufnahme machen. „Dann werden wir auch wissen, wie wir die nächste Runde starten und die Wechselwilligen noch besser nach Großbritannien vermitteln können.“



Hier haben nicht nur sechs Teams gewonnen. Gewonnen hat vor allem der OneE.ON-Spirit, weil die beteiligten Menschen bewiesen haben, dass die OneE.ON-Werte und -Verhaltensweisen keine leeren Phrasen aus dem Lehrbuch sind, sondern dass sie real gelebt werden.

1. Preis

beim OneE.ON-Innovationspreis für Kundenorientierung: E.ON U.S. verbessert den Kundenservice mit der innovativen Technologie „Voice over Internet Protocol“ (VoIP).

Ein virtuelles Call Center

Neuer Klang vertrauter Stimmen

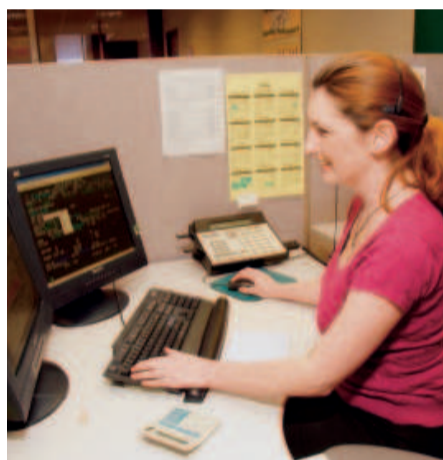
E.ON U.S. hat 25 Büros in Kentucky. Dank einer innovativen Technologie ist es nun möglich, den umfangreichen – aber geografisch weit verstreuten – Wissenspool zu Gunsten aller Kunden im Land zu nutzen.

E.ON U.S. betreibt drei Call Center mit rund 130 Mitarbeitern. Um den bereits preisgekrönten Kundenservice auszubauen, wollte das Unternehmen sicher stellen, dass vor allem in Stoßzeiten – beispielsweise nach einem Stromausfall – genügend Mitarbeiter für Kundenanfragen zur Verfügung stehen. Es wurde nach einer wirtschaftlichen und flexiblen Lösung gesucht, die sich schnell umsetzen ließ. An erfahrenen, hoch qualifizierten Mitarbeitern herrscht kein Mangel. Allerdings: Diese Mitarbeiter sind auf 25 Büros in Kentucky verteilt. Es bedurfte also einer verlässlichen und kostengünstigen Methode, um eingehende Telefonanrufe an sie weiterzuleiten.

Anfangs war das Management skeptisch

Ein Team von zehn E.ON U.S.-Mitarbeitern machte sich Mitte 2005 unter der Leitung von Telekom-Ingenieur Brent Harris und Privatkunden-Dienstleistungs-Manager Dale Bielefeld daran, eine Lösung zu finden. Ihr erster Ansatz: Per Kupferdraht sollten die Büros mit dem zentralen Anrufleitsystem verbunden werden. Verlässlich, aber nicht kostengünstig. Daher nahmen sie einen weiteren Anlauf: Voice over Internet Protocol (VoIP), eine Technologie zur Übermittlung von Sprachdaten über das Internet. Deutlich günstiger (sowohl in der Installation als auch während der Systemlaufzeit) und vergleichbar verlässlich.

Zunächst war das Management skeptisch. Kann VoIP ebenso gute Sprachqualität bieten wie Standard-Telefone, damit der Kunde keinen



Per Internet-Telefonie sind die Call Center mit den Experten in den Kundenbüros verbunden.

Unterschied merkt? Würde die neue Technologie – die von nur einem weiteren U.S.-amerikanischen Energieversorgungsunternehmen ähnlich genutzt wird – mehr Kunden verärgern als zufrieden stellen? Das Projektteam wusste, dass die Schlüssel zu guter Sprachqualität eine hohe Bandbreite sowie ein spezielles Feature im Netzwerk-Router sind. „Es macht normalerweise keinen Unterschied, ob ein Server eine E-Mail sofort oder mit einer Zeitverzögerung von zwei Sekunden sendet“, erklärte Harris. „Bei der Sprachkommunikation reicht jedoch eine Verzögerung von 200 Millisekunden aus, um den Konversationsfluss zu un-

terbrechen. Deshalb können unsere Router Datenpakete als Sprachdaten kennzeichnen und bevorzugt behandeln. Sprachdaten werden an die Spitze der Daten-Warteschlange geschickt, damit die Anrufer keine Verzögerung wahrnehmen.“

Nachdem der Vorstand die neue Technologie genehmigt hatte, folgten weitere Schritte. Die Technik musste installiert, die Mitarbeiter in den Büros geschult werden. Und es musste festgelegt werden, wie die Schnittstellen zu den Call Centern auszusehen haben. Nachdem das Pilotprojekt Anfang 2006 in sechs Büros drei Monate lang erfolgreich gelaufen war, wurden im Mai 22 Büros mit einem VoIP-Telefon ausgestattet. Jeweils bis zu drei Mitarbeiter sind in den Büros einsatzbereit. Die Projektleiter schätzen, dass sie nun mehr als 6.000 Anrufe pro Monat beantworten. Das VoIP-Projekt hat das Ziel des Unternehmens erreicht: Eine geografisch verteilte Gruppe erfahrener Mitarbeiter wurde in einem virtuellen Call Center zusammengeführt.

WWW steht für Win-Win-Win

Der innovative Ansatz hat zu einer, wie Bielefeld es nennt, Win-Win-Win-Situation geführt: „Vom technologischen Standpunkt aus betrachtet hat E.ON U.S. seinen Kundenservice ausgebaut, ohne dafür viel Geld auszugeben. Vom Handelsstandpunkt aus betrachtet können die Büros nun Kunden im ganzen Land helfen, und der Erfahrungsreichtum ist von großem Vorteil, wenn Kunden komplizierte Anliegen haben. Mit Blick auf

OneE.ON hat das VoIP-Projekt die Call Center und die Büros näher zusammengeführt.“

Die Mitarbeiter haben ihre neue Rolle gern angenommen: „Wir konnten die neue Technik kaum erwarten“, sagte Carla Thomas aus dem Kunden-Center in Elizabethtown. „Dadurch fühlen wir uns viel stärker als Teil eines großen Unternehmens.“



Johannes Teysen gratuliert Brent Harris (Mitte) und Dale Bielefeld (rechts).

Das Team

Karen Ecton, Brent Harris, Dale Bielefeld, Dan Reffett, Jan Coleman, Doug Brock, Liz Cobler, Alan Sutton, Terry Collett (von links), alle E.ON U.S.



Das Team von E.ON U.S. brachte Call Center und Kundenbüros enger zusammen. Nun können die Fachleute aus den Kundenbüros dabei mithelfen, Anfragen aus ganz Kentucky zu beantworten.

2. Preis

Die beiden 2. Preise unserer Awards gingen nach Großbritannien. Zwei Teams gelang es auf vorbildliche Weise, den Service für unsere Kunden und gleichzeitig den Gewinn für E.ON zu steigern.

Prämie von sieben Millionen Pfund

Der Preis für den Fleiß

Wer in Großbritannien den Service für den Kunden steigert, bekommt von der Regulierungsbehörde Geld. Das Team von Central Networks bekam sehr viel Geld.

Auf der Insel reguliert das Office of Gas and Electricity Markets (OFGEM) den Gas- und Strommarkt. Die Aufsichtsbehörde vergibt als Anreiz Prämien an Unternehmen, die exakt vorgegebene Qualitätsziele und Leistungskriterien umsetzen. Eines der Ziele ist es, die Ausfallzeiten bei Stromstörungen nachhaltig zu reduzieren. Dieser Herausforderung stellte sich das Team um Richard MacGowan, Projektleiter Operational Excellence von Central Networks UK, und schaffte es damit auf den 2. Platz beim OneE.ON-Preis 2006.

Ziel des Projektteams war es, das Prämienmaximum zu erreichen. Die Hauptanforderungen in Bezug auf Kundendienst und Netzleistung wurden den Kollegen vor Ort präsentiert. Dabei war es besonders wichtig, dass jeder Mitarbeiter seine Meinung äußerte. Kritik sollte konstruktiv sein und dem Team helfen, Schwachpunkte zu finden sowie Lösungsansätze zu erarbeiten.

Dazu Richard MacGowan: „Die Vorgaben spornten uns an. Wir wollten ein Maximum an Prämien herausholen. Für unser Unternehmen und im Dienste unserer Kunden.“ So wurden 800 Kommentare der Mitarbeiter gesammelt, ausgewertet und nach der Relevanz für



Zur rechten Zeit am rechten Ort: Das Team um Richard MacGowan (3. von links) sicherte E.ON UK Prämien in Höhe von sieben Millionen Pfund.

Das Team

Tina Jackson, Colin Randle, Richard MacGowan, Penny Carolan (von links), alle E.ON UK

den Erfolg des Kundendienstes geordnet. Eine Herausforderung war es, dass ganz Central Networks zusammenarbeiten musste. „Wir erlebten OneE.ON. Ganz Central Networks hat an einem Strang gezogen. Die Mitarbeiter wurden von den Kollegen der Informations-

technik von Central Networks und von E.ON UK stark unterstützt,“ so Richard MacGowan über das Projekt.

Der geschäftliche Nutzen für Central Networks war enorm. Das Projekt erbrachte in zwölf Monaten eine Prämie von sieben Millionen Pfund. Denn: Wäh-

rend im Januar 2005 nur 45 Prozent der Kunden bei Stromausfällen innerhalb einer Stunde wieder am Netz waren, sind es jetzt 60 Prozent.

Erreicht wurde dies unter anderem durch eine schnellere Ortung des Monteurs, der in der kürzesten Zeit an der

Störungsstelle sein kann. Das Fazit von Richard MacGowan: „Der Schlüssel zum Erfolg war, auf unsere Kollegen zu hören und mit ihnen einfache und effektive Lösungen zur Verbesserung des Kundenservices zu entwickeln. Das ist uns gelungen.“

„One Stop Shop“ bietet umfassende Dienstleistungen für Großkunden

Service aus einer Hand

Michael Williams sicherte E.ON UK einen Gewinn von 750.000 Pfund – und sich selbst den 2. Platz des OneE.ON-Innovationspreises für Kundenorientierung.

Stellen Sie sich vor, Sie könnten Ihren Kunden zum neu gebauten Haus auch noch die Straßenbeleuchtung und eine Alternative zur Stromversorgung mitliefern. – Das war die zukunftsorientierte Idee von Michael Williams, Business Account Manager von Energy Services, E.ON UK.

Der von ihm entwickelte „One Stop Shop“ ermöglicht es Energy Services, Verträge mit Großkunden zu schließen, in denen der Vertragspartner von Dienstleistungen aus einer Hand profitiert. „Ich konnte einen der größten Bauträger Großbritanniens, David Wilson Homes, als Kunden gewinnen und gleichzeitig die Provisionen für Gas und Elektrizität von 182 Grundstücken sichern. Nach diesem ersten Schritt bot ich David Wilson Homes andere Produkte an, zum Beispiel WhisperGen, zusammen mit Geschäftsstrategien von

Energy Services.“ WhisperGen sind kleine Stirlingmotoren, die eigentlich Yachten mit Strom versorgen. Sie arbeiten wie Blockheizkraftwerke und machen abgelegene Haushalte unabhängig vom allgemeinen Stromnetz.

David Wilson Homes wurde zur ersten Baufirma, die WhisperGen einbauen konnte, und kündigte daraufhin bei einem der größten Konkurrenten von E.ON. Als gleichzeitig ein Kollege von Michael Williams mit einer Firma einen Vertrag für Gas, Wasser und Straßenbeleuchtung abschloss, wurde es Zeit für den nächsten Schritt: Zusätzlich zur Energieversorgung bot Williams nun David Wilson Homes auch die Straßenbeleuchtungen an. Die waren von der Zusammenarbeit begeistert. Adam Knight, technischer Leiter von David Wilson Homes: „Wir haben beschlossen, alle Energieanlagen für unser Wilford

Bauvorhaben mit Energy Services zu errichten. Ihre innovativen Produkte und Lösungen unterscheiden sie von anderen Energieanbietern. Ihr exzellenter Kundenservice, ihre Kontakte und Angebote, die durch die Einrichtung des One Stop Shop aus einer Hand erhältlich sind, machen sie zum Marktführer.“

In der nächsten Bauphase lässt der Kunde auch die Hauptwasserleitungen von Energy Services installieren. „Hier zeigt sich, wie Energy Services zusammen mit unserem Vertrieb vorausschauend und individuell Kundenwünsche erfüllen kann,“ zieht Michael Williams Resümee. Der Nutzen für E.ON ist damit nicht nur ein Gesamtgewinn aus beiden Projekten von 750.000 britischen Pfund, sondern auch neue zufriedene Kunden, eine moderne interne Organisation und eine innovative Herangehensweise an Aufträge.

Das Team

Mike Williams, Kevin Smith, Louisa Morse, Tony Poole, Steve Conway, Sharon McGuffie, Simon Edgerton, Stuart Harker, Steve Hackett (von links) sowie Mark Bird (nicht im Bild), alle E.ON UK



Teamleistung aus UK: Dienstleistungen aus einer Hand bringen nicht nur mehr Gewinn, sondern neue Kunden und ein gutes Image.

3. Preis

Best Practice macht Schule: Der Austausch von Wissen trug wesentlich zum Gelingen der beiden Projekte bei, die bei unseren Awards konzernweit die 3. Plätze belegen.



Die Arbeitsgruppe aus tschechischen und deutschen Technikern beschäftigte sich seit 2004 mit dem Projekt „Arbeiten unter Spannung“.

Das Team

Pavel Čada, Norbert Bursian (E.ON Bayern), Jaroslav Man, Jan Ašenbrenner (von links) sowie Lubomír Vojtek von E.ON Česká republika und Klaus Dütsch von E.ON Bayern (nicht im Bild)

Arbeiten unter Spannung bei E.ON Czech

Voneinander lernen

Vom bayerischen Nachbarn lernten tschechische Techniker, unter Spannung an 22-kV-Leitungen zu arbeiten.

Das Projekt czech.on gab den Rahmen vor: Bereits seit drei Jahren läuft bei E.ON Česká republika mit Sitz in České Budějovice (Südböhmen) die Annäherung der Arbeitsmethoden und technischen Standards an die E.ON-weite Praxis mit dem Ziel, Synergie-Potenziale zu nutzen.

„Arbeiten unter Spannung im 22-kV-Netz“ war eine der Herausforderungen, denen sich E.ON Czech stellte. Denn was bei E.ON Bayern schon lange funktioniert, sollte auch beim tschechischen Nachbarn praktiziert werden. Eine Arbeitsgruppe aus vier tschechischen und zwei deutschen Technikern beschäftigte sich seit 2004 mit diesem Projekt.

„Zunächst galt es zu entscheiden“, erzählt Projektleiter Pavel Čada, „ob diese Arbeitsweise für unsere Bedin-

gungen überhaupt wirtschaftlich rentabel wäre. Als das positiv geklärt war, haben wir begonnen, uns mit der praktischen Einführung der neuen Methode in unseren Arbeitsalltag zu beschäftigen.“

Der konkreten Umsetzung stand jedoch noch eine strategische Frage im Weg: Sollte man in Tschechien die beim E.ON-Konkurrenten ČEZ bereits erprobte französische Methode übernehmen oder eher das Angebot von E.ON Bayern annehmen, sein Know-how zu vermitteln? Auch hier fiel schließlich das Ja-Wort zugunsten der deutschen Technologie - aus ökonomischen Gründen der schnelleren Amortisation sowie aufgrund des höheren technischen Standards.

Das Projektteam managte in enger Kooperation die einzelnen Arbeits-

schritte: die Auswahl der Mitarbeiter für die Einsatzmannschaften, die Anpassung der Arbeitsschritte an die tschechischen Netze, die Berücksichtigung der tschechischen Gesetze, die Auswahl der technischen Ausstattung sowie die Schulung der Mitarbeiter.

Und das Ergebnis? „Im Herbst 2005 starteten zwei fünfköpfige Wartungsmannschaften ihre Tätigkeit, im Laufe dieses Jahres sind zwei weitere hinzugekommen, die fünfte und letzte wird derzeit vorbereitet“, erklärt Pavel Čada. „Die Resultate sind überzeugend, bald wollen wir diese Dienstleistungen auch unseren externen Kunden anbieten.“

Das Projekt und die ersten praktischen Erfahrungen wurden bereits im Juni 2006 in Prag bei der internationalen Fachtagung ICOLIM mit äußerst positivem Echo präsentiert.



Das Dialogmarketing hat sich auch innerhalb des Konzerns etabliert: E.ON Mitte, E.ON Bayern, E.ON Avacon und E.ON edis nutzen die Vertriebsunterstützung der Kollegen von E.ON Ruhrgas.

Das Team

Heinz-Michael Oberbacks, Harald Graaf, Wolfgang Noetel, Sabine Buhnar-Cramer, Uwe Bröker, Britta Mauritz, Andreas Potetzki, Udo Berg, Cornelia Müller, Jürgen Hackenberg (von links), Michael Matzke (nicht im Bild), alle E.ON Ruhrgas, 3. von links: Johannes Teyssen



E.ON Ruhrgas hilft Stadtwerken und Versorgern beim Vertrieb

Kunden gewinnen

Dialogmarketing für Stadtwerke: dritter Preis für Wolfgang Noetel beim OneE.ON Award für Kundenorientierung.

Lange Zeit ließen Stadtwerke ihre Mitarbeiter durch die Straßen gehen und die Bewohner fragen, ob sie sich nicht an eine neue oder vorhandene Erdgasleitung anschließen lassen wollten - eine zeitaufwändige und teure Methode. Zu ineffizient, fand Wolfgang Noetel.

Er suchte daher nach einem besseren System für seine Kunden, die Stadtwerke. Es sollte ihnen ihre Arbeit erleichtern, zu mehr Erfolg führen und dem Vorlieferanten E.ON Ruhrgas damit sowohl zufriedener Kunden beschermen als auch einen höheren Gasabsatz.

Die Lösung lautet „Database Marketing“ - eine Methode, aus einer Vielzahl von erhobenen Daten die exakte Ansprache für genau die Zielgruppe zu finden, um die es dem Stadtwerk geht. Die potenziellen Kunden zu identifizieren, ist das eine - das ande-

re sind die Ansprache und der Vertrag: Häufig stoßen hier die belieferten Stadtwerke und regionalen Versorger an ihre Kapazitätsgrenzen. Eine erfolgreiche Dialogmarketing-Aktion erzeugt schnell einen Rücklauf von mehreren hundert Kundenwünschen nach Beratung, die schnell bearbeitet werden müssen. Ein professionelles Call Center und eine flexible Vertriebsmannschaft ergänzen deshalb das „Database Marketing“. Sie wickeln im Auftrag und Namen des jeweiligen Stadtwerks die erzeugten Kundenanfragen ab.

Vertrauen aufgebaut

Mit fünf Stadtwerke-Kunden startete E.ON Ruhrgas im Jahr 2000 einzelne Pilotprojekte. Die Versuche verliefen erfolgreich. 2001 nutzten schon 25 Versorger die Dienste des Dialogmarketings, 2003 waren es sogar 73; insgesamt haben bis heute 180 Stadtwerke und regionale Versorger den Service von E.ON Ruhrgas in Anspruch genommen.

700 Projekte mit 900.000 Anrufen und 1,4 Millionen Anschreiben zeugen von dem enormen Umfang der Kontaktaufnahme zu den Kunden der E.ON Ruhrgas-Kunden. Im Laufe der Jahre

hat sich darüber zwischen den Vertriebsabteilungen der Stadtwerke und E.ON Ruhrgas großes Vertrauen aufgebaut. Denn neben dem Datenschutz haben Wolfgang Noetel und seine Mitarbeiter ein weiteres Versprechen eingelöst: den Absatz deutlich zu steigern. „Es sind neben der klassischen Verdichtung in der Erdgasversorgung noch weitere Themen hinzugekommen: Contracting, Erdgasautos und Gewerbe.“ So ermittelt sein Bereich für Stadtwerke die potenziellen Interessenten an Fahrzeugen mit Erdgasantrieb, die im näheren Umkreis einer neu zu eröffnenden Erdgas-Tankstelle anzusprechen sind.

Die dadurch stärkere Kundenbindung ist für E.ON Ruhrgas das entscheidende Ziel des Dialogmarketings für Stadtwerke, neben der Steigerung des Gas-Absatzes. „Wir müssen unseren Kunden Zusatznutzen bieten. Dann bleiben wir auch in einem verschärften Wettbewerb der bevorzugte Lieferant“, sagt der Bereichsleiter. Mittlerweile hat sich das Dialogmarketing auch innerhalb des Konzerns etabliert: E.ON Mitte, E.ON Bayern, E.ON Avacon und E.ON edis haben bereits die Vertriebsunterstützung der Kollegen von E.ON Ruhrgas genutzt.

61 Preisträger aus den Market und Business Units waren für den OneE.ON-Preis und für den OneE.ON-Innovationspreis für Kundenorientierung nominiert.

OneE.ON-Preis

Gute Beispiele bringen uns voran

Wie bei allen Wettbewerben gilt auch beim OneE.ON-Preis: Es kann nur einer der Erste sein. Das heißt aber nicht, dass die Leistungen und Ideen der übrigen Teilnehmer keinen Nutzwert für den Konzern und seine Mitarbeiter brächten. Ganz im Gegenteil. Deshalb finden Sie hier alle Projekte, die auf der Ebene der Business Units ausgezeichnet wurden mit Kurzbeschreibung und Ansprechpartner.

E.ON UK Retail Credit Operations

Die Abteilung Credit Operations befasst sich mit dem Management ausstehender Rechnungen. In dem Projekt wurden acht Managementfunktionen mit dem Ziel zusammengeführt: One Face to the Customer. Dadurch wurde der Gesamtbestand offener Rechnungen deutlich reduziert.
frances.conlan@powergen.co.uk
T: +44 11 59 06 22 03

E.ON Engineering Online Prozessgüte-Überwachung

Mitarbeiter von E.ON UK und EEN haben ein Instrument aus messtechnischen Dienstleistungen, Softwareentwicklung und Prozessoptimierung entwickelt, das kontinuierlich den aktuellen Wirkungsgrad eines Kraftwerksblocks überwacht. Das Paket wurde bereits an zwei externe Kunden verkauft.
michael.frank@eon-engineering.com
T: +49 20 96 01 31 19

Thüga Thüga-Datenpool

Die Zukunft des Netzbetreibers ist die Anreizregulierung. Daher kommt es auf eine maximale Kenntnis der Zusammenhänge an. Durch die Regulierung besteht jedoch die Gefahr einer Informationsasymmetrie zwischen Netzbetreiber und Bundesnetzagentur (BNA). Um dieser Gefahr zu begegnen, wurde ein Pool aufgebaut, der Daten „spiegelt“, die an die BNA gehen. Dieser Datenpool wird inzwischen auch von E.ON Energie genutzt.
friedrich.knebel@thuega.de
T: +49 8 93 81 97 14 21

E.ON Kraftwerke Optimierung der Beschaffung von Windturbinen

Das Projektteam hat den Beschaffungsprozess von Windturbinen Market Unit-übergreifend optimiert. Eine gemeinsame Ansprache der Lieferanten wurde vereinbart und eine Datenbasis zum Austausch von technischen wie geschäftlichen Daten eingerichtet. Der finanzielle Vorteil liegt schon heute bei 2,4 Millionen Euro und wird auf insgesamt 17,2 Millionen Euro geschätzt.
alexander.walke@eon.energie.com
T: +44 24 76 18 36 71

E.ON Avacon + E.ON UK Monteure für E.ON UK

Bei E.ON UK herrscht Mangel an ausgebildeten Fachkräften. In Deutschland konnten frisch ausgebildete Monteure nicht weiterbeschäftigt werden. Das Projekt verschaffte elf jungen Leuten unbefristete Arbeitsverträge bei E.ON UK als Kabel-, Trafo- oder Freileitungsmonteure – eine gemeinsame Lösung für zwei Probleme.
klaus.freimooser@eon-avacon.com
T: +49 53 51 12 33
paul.meneely@central-networks.co.uk
T: +44 77 10 15 57 70

E.ON Mitte Energiepass

Market- und Business Unit-übergreifend wurde ein Vermarktungskonzept zur Richtlinie zur Gebäudeeffizienz mit dem Schwerpunkt „Energiepass“ erarbeitet. So kann dem Kunden ein attraktives Angebot unterbreitet und damit Geschäft gesichert und ausgebaut werden.
juergen.mittelbach@eon-mitte.com
T: +49 56 19 33 38 20

E.ON Czech Arbeiten unter Spannung

Nach entsprechenden Anpassungen im tschechischen Netz schult ein E.ON Bayern-Experte Serviceteams von E.ON Czech im „Arbeiten unter Spannung“. Wartungsarbeiten im 22-kV-Netz können damit ohne Unterbrechung des Stromflusses durchgeführt werden. „Arbeiten unter Spannung“ vermeidet Mehrkosten und dient der Kundenpflege sowie dem Image.
jaroslav.man@eon.cz
T: +42 5 45 14 22 36

E.ON U.S. Energy Ambassador Program

Nachwuchsführungskräfte haben durch den Aufbau einer Kommunikations- und Kontaktplattform die Möglichkeit, sich freiwillig in kommunalen Projekten zu engagieren. Ziele sind: Energizing Our Communities, Optimizing Our Talents, Nurturing Our World. Dadurch soll sowohl das Image verbessert als auch die Zusammen- und Projektarbeit gefördert werden.
pat.holup@eon-us.com
T: +1 50 26 27 30 56

E.ON Netz Netzleitsystem

Das Business Unit übergreifende Projekt reduziert die Zahl von derzeit zwölf Netzleitstellen in zwei Stufen auf drei. Das bringt erhebliche Kosteneinsparung durch Harmonisierungseffekte in der Technik sowie Synergien im Back-Office-Bereich und in der Netzführung.
juergen.lammers@eon-energie.com
T: +49 44 19 72 75 36



E.ON Energie Unterstützung bei Personalsuche

Zehn Mitarbeiter aus sieben Business Units von E.ON Energie und dem Corporate Center halfen rumänischen Managern der zweiten Ebene, Mitarbeiter für die dritte Management-Ebene zu rekrutieren. So konnte auf den Einsatz externer Berater verzichtet werden. Die offenen Stellen wurden innerhalb von zwei Monaten besetzt.
simone.zeiler@eon-energie.com
T: +49 89 12 54 15 18

E.ON UK Central Networks Operational Excellence

Der britische Industrie-Regulator OFGEM zahlt Unternehmen Prämien, die sich im Sinne vorgegebener Anforderungen verhalten. Das Projektteam erarbeitete für Kundendienst und Netzleistung Verbesserungen im Sinne dieser Anforderungen und setzte sie um. Der geschäftliche Nutzen für Central Network war enorm. Die Initiative, die fast das ganze Un-

ternehmen einbezog, brachte in zwölf Monaten sieben Millionen Pfund.
richard.macgowan@central-networks.co.uk
T: +44 7710 12 12 59

E.ON Ruhrgas Menschen und Technik zusammenführen

Unter dem Motto „Wir bringen Technik und Menschen zusammen“ gestalteten einige Mitarbeiter der TSO einen zusätzlichen OneE.ON-Tag. Ziel war es, die Kollegen der benachbarten E.ON-Konzerngesellschaften kennen zu lernen. Dadurch haben sich schon Zusammenarbeiten auf dem kleinen Dienstweg ergeben.
hedwig.troidl@eon.ruhrgas.com
T: +49 96 52 18 51 28

E.ON AG Azubi-Planspiel

Als Workshop für Auszubildende unterschiedlicher Berufsgruppen entwickelten Jugend-Auszubildenden-Vertreter von E.ON und E.ON Ruhrgas ein Azubi-Planspiel. So können die Auszubildenden die Beteiligungen und Geschäftsaktivitäten des Konzerns kennen lernen und ein Gefühl für den E.ON-Konzern entwickeln.
janine.brinkhofer@eon-ruhrgas.com
T: +49 20 11 84 38 14
anne.juchheim@eon.com
T: +49 21 14 57 97 92

BKB Kooperation in der Berufsausbildung

BKB und Avacon trainierten zusammen junge Menschen. Gemeinsam nutzten sie Ausbilder und Ausbildungseinrichtungen und sparten dadurch erhebliche Kosten.
ulrich.sievers@bkb.de
T: +49 53 51 18 30 11
rene.schoof@eon-avacon.com
T: +49 3 94 24 96 13 00 52

E.ON Hungária Zeit und Hilfe für benachteiligte Kinder

Eine Mitarbeiterin verbringt zweimal im Monat einige Stunden mit Heimkindern, geht mit ihnen ins Kino, in Ausstellungen, macht Ausflüge oder bastelt mit ihnen. Ziel ist es, auf die Kinder einzugehen, ihnen Mut zu machen und ein positives Beispiel zu geben.
krisztina.nemethy@eon-hungaria.com
T: +36 14 72 33 26

E.ON Facility Mangement Rückbaufabrik KKW Stade

Im Januar 2006 hat der Rückbau des Druckwasserreaktors im Kernkraftwerk Stade in einem Pilotprojekt begonnen. Er wird in Business Unit-übergreifender Zusammenarbeit von EFM, dem Kernkraftwerk Stade und der Dekonta durchgeführt. Damit wird sowohl eine Stamm-Mannschaft aufgebaut als auch der kaufmännische Aufwand durch Angleichung von Verrechnungssätzen reduziert.
dietmar.hoffmann@eon-energie.com
T: +49 41 41 77 31 20

E.ON Westfalen Weser Neugestaltung des IT-Betriebs für EWA

Das Projekt cooper@te organisierte den IT-Betrieb für EWA neu und sorgte für einen strukturierten Mitarbeiterübergang von EWA zu E.ON IS. Dadurch werden bessere wirtschaftliche Rahmenbedingungen geschaffen.
stefan.wisbereit@eon.com
T: +49 2 11 45 79 36 59

E.ON Kernkraft Pilotprojekt Wissenstransfer

Kern des Projekts ist die Wissensvernetzung zwischen den Rückbaustandorten Kernkraftwerk Würgassen, Kernkraftwerk Stade und der EKK-Zentrale. Dazu wurde unter anderem eine IT-Plattform auf der Basis der E.ON@future-Plattform aufgebaut.
skadi.engelhardt@eon-energie.com
T: +49 51 14 39 21 48

E.ON Thüringer Energie Projekt „Anlagenklassenharmonisierung“

Fünf Business Units haben mit diesem übergreifenden Projekt eine Harmonisierung der Anlagenklassen erzielt. Damit erfolgt bei E.ON Energie seit Juli 2005 eine einheitliche Erfassung und Abschreibung der immateriellen Vermögensgegenstände.
siegfried.puffe@eon-thueringerenergie.com
T: +49 36 16 52 23 28

E.ON Sales & Trading Zusammenarbeit im „Grüne-Energie-Geschäft“

Auf Initiative von E.ON UK- und E.ON Sales & Trading-Händlern wurde Ende 2002 eine Zusammenarbeit im



Sie wollen mehr über eines der Projekte wissen? Hier finden Sie eine komplette Übersicht über die Projekte sowie alle Ansprechpartner mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse.

„Grüne-Energie-Geschäft“ gestartet. Ziel war es, die Vorgaben des „UK-Erneuerbare Energiegesetzes“ so zu nutzen, dass für den E.ON-Konzern ein Optimum erzielt wird.
maria-michaela.karavanou
@eon-energie.com
T: +49 89 12 54 60 12

E.ON IS Azubis schulen Azubis

Auszubildende der E.ON IS haben ihr Unternehmen als E.ON-eigenen IT-Dienstleister vorgestellt und eine konzernweite Schulung mit E.ON-spezifischen IT-Inhalten für Auszubildende der Business Units des E.ON Energie-Konzerns organisiert. Dadurch ergeben sich standort-übergreifende Kontakte und Einblicke in die Arbeitswelt der Kollegen.
johannes.mark@eon-is.com
T: +49 5 11 12 17 85 65 (Sybille Dirks)

E.ON Hanse E.ON Hanse Training Days

Bei den „E.ON Hanse Training Days“ konnten 300 Jugendliche ihre Stärken und Schwächen kennen lernen. Dazu wurden Workshops organisiert, die von

Kollegen der E.ON Hanse begleitet wurden. Ergebnis: Zwölf Ausbildungsplätze konnten mit besonders sozial-kompetenten Jugendlichen besetzt werden.
karina.mueller@eon-hanse.com
T: +49 4 10 66 29 36 54

E.ON Wasserkraft Bewerbung um Lizenz zum Wasserkraftwerksbau

E.ON Wasserkraft unterstützt mit seinem Know-how E.ON U.S. beim Verfassen der Bewerbungsunterlagen für den Betrieb eines Wasserkraftwerks am Ohio River. Dabei geht es vor allem um das technische und hydraulische Konzept sowie um die Berechnung der zukünftigen Erzeugung.
stefan.wolf@eon-energie.com
T: +49 86 31 39 12 50

E.ON Bayern Aufbereitung von Marktinformationen

Die regionalen Stromversorgungsunternehmen (REVUs) benötigen umfangreiche Informationen über den Strommarkt. So wurden in einem Business Unit-übergreifenden Projekt Informa-

tionen des „Traders Intelligence Portals“ der EST selektiert und auf einer neuen intranet-basierten Plattform bereit gestellt. REVUs sparen sich so den Aufbau eigener Analyseabteilungen.
wolfgang.zimmer@eon-energie.com
T: +49 89 12 54 60 88
stephan.buettgenbach@eon-bayern.com
T: +49 9 41 38 39 30 86

E.ON Benelux OneE.ON Benelux

Alle Mitarbeiter von E.ON Benelux wurden durch das One Team-Projekt vor oder parallel zum OneE.ON-Rollout auf OneE.ON vorbereitet. 85 One Team-Projekte trugen zur Produktivitäts- und



Gewinnsteigerung bei, indem sie die Zusammenarbeit zwischen Kollegen verschiedener Bereiche förderten.
martine.brouwer@eon-benelux.com
T: +31 1 02 89 54 26
j.hamers@eon-benelux.com
T: +31 1 02 89 55 57

E.ON Sverige Total Electricity

Durch das „TotalE!“-Konzept (total electricity) können Kunden Arbeiten an E.ON outsourcen. E.ON kümmert sich um Wärme und Elektrizität, ein Key Account um Experten und Produkte. „TotalE!“ sichert E.ON Synergien und ist ein kleines, aber stabiles Geschäft. 2005 wurde ein ROCE von 17 Prozent erzielt.
roger.ostlin@eon.se
T: +46 60 19 67 62

E.ON UK Business Services Cost of Living

Das Projektteam organisierte fachabteilungsübergreifend diverse Bonuszahlungen und erreichte es, dass diese zum ersten Mal innerhalb eines einzigen Monats für alle 13.900 Mitarbeiter von E.ON UK sowie für die Mitar-

beiter von E.ON IS UK abgewickelt wurden.
ross.chadwick@eon-uk.com
T: +44 16 23 78 85 22

E.ON UK Energy Services Überführung des Ablesegerätegeschäfts

Das Projekt umfasste die Übernahme eines Unternehmens, der Mitarbeiter und der Datenbestände. Der Transfer dauerte sieben Monate und konnte ohne Qualitätsverlust bei der Betreuung der zwei Millionen Geschäfts- und Privatkunden bewerkstelligt werden. 170 Mitarbeiter waren beteiligt. Durch die nun intern erbrachten Dienstleistungen werden erhebliche Einsparungen erzielt.
gary.davies@eon-uk.com
T: +44 19 89 10 01 15

E.ON UK Energy Wholesale Fernsteuerungsbetrieb

Die Fernsteuerung des Cottam Development Centre vom Kraftwerk Killingholme aus war der erste Fernbetrieb dieser Art in UK. Die Kraftwerke sind 50 Meilen voneinander entfernt.
rhys.davies@eon-uk.com
T: +44 7 04 22 00

OneE.ON-Innovationspreis für Kundenorientierung

Kunden sind unser Kapital

Im Rahmen seiner OneE.ON-Patenschaft für Kundenorientierung regte Johannes Teysen einen zusätzlichen OneE.ON-Preis für diese zentrale Verhaltensweise an. Unter der Voraussetzung, dass sie schon recht konkret waren, konnten hierzu auch Ideen eingereicht werden.

E.ON UK Energy Wholesale SCADA II Projekt

Auf der Basis der Plattform SCADA II wurde eine technische Steuerungseinheit zur Vorhersage, Überwachung und Dokumentation bei Windkraftanlagen entwickelt. Damit wird für die Kunden das Risiko ausbleibenden Windes gemindert. Die wirtschaftliche Nutzung und Einspeisung von Windenergie wird gesteigert.
rob.ainge@eon-uk.com
T: +44 115 936 25 11

Thüga Fachwissensdatenbank

Expertenwissen der Thüga wurde REVUs erstmalig konzernübergreifend in Form einer Fachwissen-Datenbank zur Verfügung gestellt. Dadurch wird die Kundenbindung nachhaltig gestärkt.
carmen.meinhold@thuega.de
T: +49 8 93 81 97 15 42

E.ON UK Energy Services One Stop Shop

Ziel dieses Projekts war es, Vertragspartnern verschiedene Dienstleis-

tungen aus einer Hand anzubieten. Das erhöht die Kundenbindung und erschließt neue Marktsegmente. Allein die ersten beiden Vorzeigeprojekte brachten einen Gewinn von 500.000 und von 250.000 Pfund.
michael.williams@eon-uk.com
T: +44 78 41 05 75 31

E.ON Bayern Optimierung der telefonischen Kommunikation

Ziel des Gesamtprojekts ist die Verankerung von Kundenorientierung im gesamten Unternehmen. Das Teilprojekt lieferte konkrete Verbesserungsvorschläge für die telefonische Kommunikation mit den E.ON Bayern-Kunden.
verena.huber@eon-bayern.com
T: +49 941 38 39 36 20

E.ON Nordic Filmdokumentation „After the Storm“

40.000 Kunden, Schulen und Büchereien erhielten Kopien eines Films, der die Verwüstungen wie die menschlichen und wirtschaftlichen Nöte der Kunden nach dem Sturm dokumentiert. Aber er zeigt auch das Bemühen

von E.ON Sverige als „Mitverursacher“, die Situation zu beheben und auf die Menschen zuzugehen. Der Film half, die Kommunikation wieder herzustellen und zu einem guten Verhältnis zu den Kunden zurückzufinden.
jakob.holmstrom@eon.se
T: +46 40 25 55 62

E.ON Ruhrgas Dialogmarketing

Dialogmarketing ist eine Dienstleistung für den Vertrieb von 134 Energieversorgungsunternehmen. Die Unterstützung reicht vom Call Center bis zu fertigen Broschüren. Ziel ist die effiziente und kostengünstige Akquisition neuer Gaskunden. Angesprochen wurden bisher 1,2 Millionen Haushalte.
wolfgang.noetel@eon-ruhrgas.com
T: +49 2 01 84 49 52

E.ON U.S. Expertenhotline

Bei hoher Beanspruchung des Call Centers werden Kundendienst-Experten, die an unterschiedlichen Orten des Versorgungsgebietes arbeiten, telefonisch durch „Voice over Internet Protocol“ temporär eingesetzt. Damit wird der

hohe Standard der Kundenbetreuung gesichert und der Aufbau zusätzlicher Personalressourcen vermieden.
brent.harris@eon-us.com
T: +1 50 26 27 39 67

E.ON IS UK Simulationsschulung

In den Simulationsschulungen werden lebensnahe Situationen dargestellt. Unter Einbeziehung der Kunden wird damit eine Basisausbildung für Prozesse des Service-Managements ermöglicht. Gegenüber konventionellen Schulungen ist die Simulationsschulung kostengünstiger und effektiver.
karen.morris@eon-is.co.uk
T: +44 77 36 61 73 32

E.ON AG Aufbau eines e-Recruiting-Tools

Das e-Recruiting-Tool ermöglicht es externen Bewerbern, einmal erfasste Daten für weitere Bewerbungen im Konzern zu nutzen. Sie erhalten eine größtmögliche Übersicht über freie Stellen im Konzern. Intern wird der Austausch von geeigneten Kandidaten erleichtert. Der Konzern wird so unab-

hängiger vom externen Bewerbermarkt.
jens.meiche@eon.com
T: +49 21 14 57 93 02

E.ON Mitte Kindersicherheit im Haushalt

Alle Business Units der Market Unit Central Europe, die Endkunden mit Strom beliefern, sollen sich künftig aktiv für die Kindersicherung im Haushalt engagieren. Zum Beispiel soll der kostengünstige Erwerb von Herd- und Backofengittern ermöglicht werden. Ziel ist die Gewinnung von Neukunden und eine Imageverbesserung.
joerg.englert@eon-mitte.com
T: +49 56 19 33 14 52

E.ON Hanse Erdgaslieferung

Nach langjähriger guter Geschäftsbeziehung zum Kunden HEW/Vattenfall hat die E.ON Hanse einen langfristigen Liefervertrag geschlossen. Voraussetzung war der Bau einer zwölf Kilometer langen Hochdruckleitung, die eine Jahresmenge von 1,7 Milliarden kWh liefert, eine Leistung von 380 MW hat,



Im Intranet finden Sie weitere Berichte über Engagements in unserem Konzern, die auf den Ebenen der Business Units bereits Preise errungen haben: intranet.eon.com

und das Gas zu einem Druck von 55 bar transportiert. Resultat ist ein hoher Deckungsbeitrag für mindestens zehn Jahre und eine Basis für eine weitere gute Zusammenarbeit mit einem wichtigen Kunden.

jens.heidorn@eon-hanse.com
T: +49 4 10 66 29 33 07

E.ON Westfalen Weser Lastmanagementsystem

E.ON Sverige entwickelte ein Lastmanagementsystem für Industriekunden, das auch in Deutschland vermarktet werden sollte. Durch die Zusammenführung der Kompetenzen liefert E.ON Sverige nun das Produkt, die REVUs übernehmen den Service und die Vermarktung.

meinolf.alewelt@eon-westfalenweser.com
T: +49 52 51 50 33 23

BKB Zusammenarbeit für den Kunden

Ein Team von BKB, E.ON Energy Projects und E.ON Mitte hat die Energieversorgung eines Kunden-Standorts auf eine neue Basis gestellt. Der Kunde profitiert von geringeren und stabileren Energiekosten. Der geschäftliche Nutzen soll bei einer Laufzeit von 15 Jahren 26 Millionen Euro betragen.

georg.lilge@bkb.de
T: +49 53 51 18 23 83

E.ON Sales & Trading E.ON Procurement Navigator

Mit dem „E.ON Procurement Navigator“ hat der Vertrieb der E.ON Sales & Trading die Möglichkeit, gemeinsam mit dem Kunden verschiedene Beschaffungslösungen interaktiv zu ermitteln und miteinander zu vergleichen. Das Instrument wurde von den Kunden sehr positiv bewertet.

christoph.trautmann@eon-energie.com
T: +49 89 12 54 35 35

E.ON UK Centre E.ON UK Newline

Etwa 4.000 Außendienstmitarbeiter erhalten unter einer Telefonnummer kostenlos innerhalb von vier Minuten die neuesten Nachrichten und geschäftliche Informationen. Schon 1.200 Mitarbeiter nutzen den Service regelmäßig. Ziel ist es, die Motivation der Mitarbeiter zu erhöhen.

janet.heald@eon-uk.com
T: +44 24 76 42 45 26

ZSE ElektroWeb

Kunden haben die Möglichkeit über das „ElektroWeb“ ihre Verbrauchsdaten, Zahlungen und Rechnung abzufragen, Anfragen vorzulegen und Änderungen von Vertragsdaten anzumelden. ZSE erreicht den Kunden direkt

über das ElektroWeb und kann gezielt Marketingmaßnahmen einsetzen. So soll der Aufwand für Service reduziert und die Zufriedenheit der Kunden erhöht werden.

slobodar@ba.zse.sk
T: +42 1 25 06 12 057

E.ON Engineering Online-Leitungsauskunft

Leitungsnetzbetreiber sind gesetzlich verpflichtet, Dritten auf Verlangen Auskunft über die Lage ihrer Netze zu erteilen. Durch eine neue Dokumentationstechnologie in Form von Geo-Informationssystemen kombiniert mit Internetanwendungen können interne Prozesse optimiert werden. Ziel ist ein reduzierter Personalaufwand und höhere Kundenfreundlichkeit.

karsten.gerlitzki@PLEdoc.de
T: +49 20 13 65 93 23

E.ON Engineering Anlagen- und Kraftwerks- dokumentation

Für die topografische Dokumentation der Betriebsmittel werden bisher terrestrische und satellitengestützte Vermessungsverfahren eingesetzt. Bei E.ON Engineering wurde jetzt ein Dokumentationssystem auf der Basis von Laser-Scannern entwickelt. So wurden bis zu 30 Prozent Einsparungen im Bereich der Kosten für Vermessung und Dokumentation erreicht.

joachim.koehler@eon-engineering.com
T: +49 20 96 01 32 25

E.ON Hungária Verbesserung der Kundenbefragung

Im Jahr 2004 wurde nach einer Untersuchung der Kundenzufriedenheit ein Team gebildet, das den Ursachen für unbefriedigende Ergebnisse auf den Grund ging. Im Jahr 2005 stieg die Zufriedenheit der Kunden aufgrund verbesserter persönlicher Betreuung, Schadensregulierung und Fakturierung.

mojzner.zsuzsanna@eon-hungaria.com
T: +36 63 04 74 81 80

E.ON Energie Kundenkontakttag für Nachwuchskräfte

Alle Mitarbeiter, die das E.ON Graduate Programm durchlaufen, sollen mindestens für einen Tag mit Kunden des Konzerns zusammenarbeiten. Denkbar wäre die Teilnahme an einem Akquisegespräch, Mitarbeit im Call Center, Teilnahme an Preisverhandlungen mit gewerblichen Kunden oder die Teilnahme an einem nachbereitenden Vertriebsgespräch. So sollen Nachwuchskräfte frühzeitig für das Verhältnis zwischen Kunden und Konzern sensibilisiert werden.

marc.wallraff@eon-energie.com
T: +49 89 12 54 60 18

E.ON Avacon Aufbau einer Wärmeversorgung

Nach Zahlungsschwierigkeiten der Kraftwerksgesellschaft KWT Tangermünde im Winter 2005 waren circa 500 Mieter ohne Heizung. E.ON Avacon baute innerhalb eines Monats die komplette Wärmeversorgung auf. Damit konnte E.ON Avacon den Kunden überzeugen. Ergebnis: Erhöhung und Sicherung des Erdgasabsatzes für 20 Jahre.

jens.dittmann@eon-avacon.com
T: +49 39 12 88 53 10 82

E.ON Kraftwerke Herstellung einer Betonrezeptur

Durch die Herstellung einer säure- und frosttausalzbeständigen Betonrezeptur, die einen hohen Anteil an Kraftwerksnebenprodukten enthalten, können Kraftwerksnebenprodukte besser vermarktet werden.

martin.tolk@baumaterial.de
T: +49 23 66 50 92 34



E.ON Facility Management Pilotprojekt mit E.ON Bayern

Leistungsverzeichnisse werden individuell an die Bedürfnisse des Kundenkreises angepasst. Die als „Preisspiegel“ dargestellten Daten können für die Konzernkunden als Controlling und Benchmark genutzt werden. EFM kann sich besser positionieren und als Dienstleister intern und am Drittmarkt gemessen werden.

jens.appenzeller@eon-energie.com
T: +49 89 12 54 50 38

E.ON Kernkraft Mediation im E.ON-Konzern

Das Kompetenz-Center Recht der E.ON Kernkraft schlägt eine konzerninterne

Mediationsstelle zur Konfliktlösung als Alternative und Ergänzung zu herkömmlichen kosten- und zeitintensiven Verfahren der Streitschlichtung und Streitentscheidung vor, besonders bei Streitigkeiten zwischen Konzerngesellschaften. Die Mediationsdienste sollen konzernweit angeboten werden.

juergen.klowait@eon-energie.com
T: +49 20 96 01 50 04

E.ON edis Zustandsmeldung über Kundenanlagen

Nach mehrfachen kurzzeitigen Versorgungsunterbrechungen bei einem Kunden (Feinfrostprodukte), die zum Verderben der Ware führten, wurde ein GSM-Modem in die Anlage installiert. Bei Anlagenausfall erhält der Kunde eine SMS auf sein Handy und kann manuell die Inbetriebnahme veranlassen. Optional besteht eine Zuschaltmöglichkeit per Handy über SMS. Der Kunde ist zufrieden und hat trotz günstigerer Angebote keinen Lieferantenwechsel vorgenommen.

ilona.niemann@eon-edis.com
T: +49 38 36 25 62 10

E.ON Czech E.ON-Kundenportal für schnelle Prozesse

Großkunden haben seit Mai 2006 über das E.ON-Kundenportal die Möglichkeit, Informationen mit ihrem Stromversorger auszutauschen. Sie haben online Zugang zu ihren Daten und der Höhe ihrer Stromabnahme. Sie können so ihre Angelegenheiten selbst steuern. Dadurch werden die Kosten in der Kundenbetreuung gesenkt und die Prozesse beschleunigt.

tomas.petru@eon.cz
T: +42 07 24 11 43 39

E.ON Wasserkraft Remontage einer Kraftwerksmaschine

Ein Team von Kollegen aus mehreren Kraftwerken hat für den Kunden Deutsche Bahn unter großem Termindruck eine beschädigte Kraftwerksmaschine ausgebaut, repariert und neu montiert. Der Kunde war besonders zufrieden, da die Maschine eine Woche vor dem vorgegebenen Termin zur Verfügung stand.

thomas.rohracker@eon-energie.com
T: +49 93 51 97 170

E.ON UK Central Networks Kooperation mit „Age Concern“

In Zusammenarbeit mit der britischen Wohltätigkeitsorganisation „Age Concern“ wurden bedürftige Haushalte zum Thema Heizen und wintergerechtes Verhalten beraten. 2.000 Haushalte erhielten „Winter Packs“ (mit Decke, Taschenlampe, Handwärmer, Handschuhen, Gebäck und einem Falt-

blatt mit Tipps zum Heizen sowie Kontaktdaten von Central Networks). Ziel ist es, die Bekanntheit von Central Networks zu steigern und das Image des Unternehmens zu verbessern.

jason.guest@central-networks.co.uk
T: +44 12 15 30 82 33

E.ON Benelux Wohltätigkeitsrennen „Ride for the Roses“

Mit dieser Initiative sollen viele Mitarbeiter von E.ON zur Teilnahme am Wohltätigkeitsrennen unter dem Motto „Ride for the Roses“ (Stiftung für Krebsforschung), einem Projekt von Lance Armstrong, gewonnen werden. So soll das größte Sportevent im E.ON-Konzern geschaffen werden.

m.meijer@eon-benelux.com
T: +31 6 28 87 66 74

E.ON UK Retail „Caring Energy“: Hilfe für bedürftige Haushalte

Das Projekt „Caring Energy“ zeigt bedürftigen Haushalten einen Weg zu einer bezahlbaren Energierechnung auf. So wurde in den ersten vier Monate 16.000 bedürftigen Haushalten geholfen. Im Extremfall gibt es finanzielle Unterstützung durch einen Hardship Fund. Mit dem Projekt übernimmt E.ON gesellschaftliche Verantwortung, fördert sein positives Image und die Kundenzufriedenheit.

carmello.morton@powergen.co.uk
T: +44 14 73 55 34 49

E.ON UK Business Services Kundenbefragungs- instrument

Ein Umfrage-Instrument wurde so umgestaltet, dass Kunden spezifischer befragt und die Rückmeldungen noch genauer gegeben und bearbeitet werden können. Fragen wurden überarbeitet und strategische Themen zusätzlich aufgenommen. Die Kundenzufriedenheit stieg. Die Initiative kann als Best-Practice-Beispiel vom Projekt Operational Excellence aufgenommen werden.

paul.mooney@eon-uk.com
T: +44 24 76 18 06 40

E.ON Italia Web-Applikation in Echtzeit

Auf dem italienischen Energiemarkt ist diese Software bisher einzigartig: Nicht nur E.ON Italia, sondern auch der Kunde kann alle Vertrags- und Verbrauchsdaten in Echtzeit und aggregiert einsehen. Der Kunde kann zudem seine Rechnung herunterladen. So wurden die Kosten um 30 Prozent gesenkt und Kundenzufriedenheit sowie -bindung gesteigert.

marco.aimasso@eon-italia.com
T: +39 0 26 32 8 18 25