



**Im Bild von links:
Dieter Hassel, Norbert Graefrath, Dr. Dieter Steinkamp, Dr. Andreas Cerbe, Achim Südmeier**

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

nach wie vor ist ein rasanter Wandel das Hauptmerkmal der Energiebranche: Eine immer größere Diversifikation von Angeboten und Anbietern geht einher mit wachsendem Wettbewerbsdruck und weiter schrumpfenden Margen im Commodity-Geschäft. Dennoch ist es uns gelungen, auch in diesem Jahr wieder ein sehr ordentliches Ergebnis zu erzielen. Dieser Erfolg freut und bestärkt uns darin, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzugehen.

Mit unserer „Strategie 2025“ haben wir uns das Ziel gesetzt, auch im kommenden Jahrzehnt das führende Energie- und Wasserversorgungsunternehmen der rheinischen Region zu

sein und gleichzeitig neue Ideen und Geschäftsfelder in unser Portfolio zu integrieren. Um dieses Ziel zu erreichen, unternehmen wir zahlreiche Anstrengungen, die sämtliche Unternehmensbereiche betreffen.

In diesem Jahr haben wir uns unter anderem sehr intensiv mit unserer Unternehmenskultur auseinandergesetzt, nachdem seit einigen Jahren bereits interne Prozesse und Abläufe auf der Agenda standen. Äußerer Ausdruck eines tiefgreifenden Wandels in unserem Unternehmen ist unser jüngst modernisierter Markenauftritt. Das neue Corporate Design symbolisiert zum einen den Bewusstseinswandel innerhalb des

Unternehmens und seiner Belegschaft, die dynamisch und hochmotiviert den Herausforderungen des Marktes begegnet. Zum anderen steht es für den Wandel der RheinEnergie vom Energieversorger hin zum Energiedienstleister und Anbieter komplexer Lösungen.

Diesen Prozess des Unternehmensumbaus haben wir vor Jahren wohlüberlegt begonnen und führen ihn nun gezielt und strukturiert weiter. Haben wir uns zunächst darauf konzentriert, unser konventionelles Erzeugungsportfolio mit der Inbetriebnahme des modernen Gas- und Dampfturbinenkraftwerks Niehl 3 zu ergänzen und gleichzeitig die Produktion erneuerbarer Energie zu steigern, engagieren wir uns nun verstärkt bei der Entwicklung neuer Geschäftsfelder. So sind wir jetzt in der komfortablen Lage, neue Einnahmequellen erschließen zu können, ohne das Commodity-Geschäft zu vernachlässigen.

Mit gutem Erfolg haben wir Organisationseinheiten neu strukturiert, Bereichs- und Hierarchiegrenzen geöffnet und so unserer Belegschaft jene Freiräume geschaffen, die nötig sind, um neue Ideen zu entfalten, daraus Pläne zu entwickeln und konkrete Projekte zu verwirklichen. Aus dieser Haltung und dank unseres im vergangenen Jahr eingeführten Innovationsmanagements sind sehr erfolversprechende Kooperationen wie etwa „chargecloud“ oder das „TankE-Netzwerk“ inzwischen am Markt etabliert und erfolgreich weiterentwickelt worden.

Schon die Nennung dieser Beispiele zeigt, wie breit wir heute aufgestellt sind und wie viele unterschiedliche Marktsegmente wir erfolgreich bedienen können. Wir intensivieren unsere Kundenbeziehungen zu Wohnungsunternehmen sowie der

Immobilienwirtschaft und bauen sie weiter aus. Das ist ein wichtiges Geschäftsfeld, das für uns zunehmend an Bedeutung gewinnt, da Quartiersentwicklung und Mieterstrommodelle großes Potenzial haben. Das zeigt etwa die umfassende und in diesem Jahr wesentlich vorangetriebene Sanierung der Stegerwaldsiedlung in Köln-Mülheim.

Ein wichtiges Zukunftsfeld ist die Elektromobilität. Die Kooperationsgesellschaft chargecloud GmbH zur Verwaltung und Abrechnung von Ladestationen für Pkw, Busse und Schiffe hat sich erfolgreich am Markt etabliert und in diesem Jahr namhafte Kunden gewinnen können. Die gleichnamige Software ist das Herzstück des TankE-Netzwerks, das wir im vergangenen Jahr gemeinsam mit elf anderen NRW-Stadtwerken initiiert haben. In diesem Jahr konnten wir das Netzwerk über die Landesgrenzen hinaus ausbauen.

Gemäß dem Motto unseres internen Veränderungsprozesses „Morgen wird heute gemacht“ werden wir weiterhin daran arbeiten, die Zukunft unseres Hauses aktiv zu gestalten. Wir werden Prozesse optimieren und flexibel auf veränderte Erfordernisse des Marktes reagieren und so auch zukünftig in unserer volatilen Branche erfolgreich bestehen.

Nach außen hin wird unsere Marke erlebbar und sichtbar vor allem unter dem Anspruch, die Energie einer ganzen Region zu fördern und unterstützen. Denn diese Energie verändert sich und wir begleiten unsere Kunden dabei.

Köln, im Juni 2019



Dr. Steinkamp



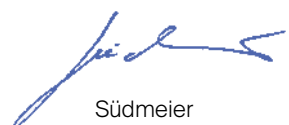
Dr. Cerbe



Graefrath



Hassel



Südmeier