

**BETEILIGUNG AN**  
**DER**  
**LOGOENERGIE GmbH**  
**EUSKIRCHEN**



# LogoEnergie GmbH, Euskirchen

## Gewinn- und Verlustrechnung

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2011 bis zum 31. Dezember 2011

	EUR	2011 EUR	EUR	2010 EUR
1. Umsatzerlöse		35.990.075,08		5.279.108,92
2. Erdgassteuer		-4.512.936,90		-695.180,23
3. sonstige betriebliche Erträge		<u>1.877,38</u>	<u>31.479.015,56</u>	<u>139,50</u> <u>4.584.068,19</u>
4. Materialaufwand				
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	20.188.149,85			2.520.305,62
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>9.847.921,35</u>			<u>1.652.477,62</u>
		30.036.071,20		4.172.783,24
5. sonstige betriebliche Aufwendungen		<u>957.695,09</u>	<u>30.993.766,29</u>	<u>362.034,79</u> <u>4.534.818,03</u>
<b>6. Betriebsergebnis</b>			<b><u>485.249,27</u></b>	<b><u>49.250,16</u></b>
7. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		36.445,15		4.172,30
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		<u>64,99</u>		<u>0,00</u>
<b>9. Finanzergebnis</b>			<b><u>36.380,16</u></b>	<b><u>4.172,30</u></b>
<b>10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>			<b><u>521.629,43</u></b>	<b><u>53.422,46</u></b>
11. sonstige Steuern			0,00	35,35
12. aufgrund eines Gewinnabführungsvertrages abzuführender Gewinn			521.629,43	53.387,11
<b>13. Bilanzgewinn/-verlust</b>			<b><u>0,00</u></b>	<b><u>0,00</u></b>

## **LogoEnergie GmbH, Euskirchen**

### **LAGEBERICHT für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2011 bis zum 31. Dezember 2011**

#### **I. Geschäftsentwicklung 2011**

##### **Erdgasversorgung in verschiedenen Regionen der Bundesrepublik**

Mit der Eintragung in das Handelsregister am 12. Mai 2010 wurde die LogoEnergie GmbH gegründet. Gegenstand des Unternehmens ist die Beschaffung und der Verkauf von Energie für Endverbraucher, insbesondere Erdgas, Flüssiggas, Strom und erneuerbare Energien sowie die Lieferung von Wärme an Endkunden. Bis 2011 beschränkte sich das Geschäftsfeld zunächst auf den Bereich der Erdgasversorgung.

Mit Anzeigen in Tageszeitungen, Mailings und Bandenwerbung wurde das neue Unternehmen und das Produkt LogoGas im Markt etabliert.

Der Verkauf von LogoGas an Haushaltskunden erfolgt weiterhin ausschließlich über das Medium Internet. Großkunden, insbesondere im Bereich Industrie und Gewerbe werden direkt vom Vertrieb akquiriert. Für diese Kunden findet in Abstimmung mit dem Portfoliomanagement und dem Energieeinkauf eine individuelle Preisfestsetzung statt.

Nachdem im Jahr 2010 zunächst nur Absatzbereiche im südlichen Teil von Deutschland als Zielgebiete für LogoGas ausgewählt wurden, fand im Jahr 2011 eine deutliche Ausweitung der Zielregion statt. Diese erstreckten sich insbesondere auf den Nordwesten und Osten Deutschlands. Hiermit wurden die Voraussetzungen für eine deutliche Erhöhung der Kundenanzahl geschaffen.

##### **Gasabsatz und Kundenentwicklung**

Die Kundenentwicklung in 2011 lag deutlich über den Erwartungen. Am Ende des Geschäftsjahres 2011 versorgte LogoEnergie 37.200 Kunden mit Erdgas. Dies führte zu einem Gasabsatz in Höhe von 820 Mio. kWh.

## Gasverkauf nach Kundengruppen

	2011 Mio kWh	2010 Mio kWh	Veränderung	
			Mio kWh	%
Haushalte	650,8	100,5	+ 550,3	+ 547,6
Mehrfamilienhäuser	19,9	3,0	+ 16,9	+ 563,3
Gewerbe	44,6	6,8	+ 37,8	+ 555,9
Industrie	105,2	16,1	+ 89,1	+ 553,4
Insgesamt	820,5	126,4	+ 694,1	+ 549,1

### Umsatz- und Ertragsentwicklung

Die ausgewiesenen Umsatzerlöse in Höhe von 35.990 TEUR sind ausschließlich Umsatzerlöse aus dem Erdgasverkauf. Die Verkaufspreise wurden individuell in Abhängigkeit der verschiedenen Netznutzungsentgelte und der Einkaufskonditionen kalkuliert.

Um den Kunden verschiedene Auswahlmöglichkeiten anbieten zu können, wurde das bisherige Produkt „Garant“ um die Produkte „Garant Bonus“ und „Vario“ erweitert. Bei dem Produkt „Garant Bonus“ erhält der Kunde für einen bestimmten Zeitraum eine Preisgarantie, jedoch erweitert um einen Bonus, den der Kunde nach Ablauf des ersten Vertragsjahres erhält. Darüber hinaus wurde in 2011 das Produkt „Vario“ angeboten. Bei diesem Produkt erhält der Kunde keine Preisgarantie, so dass die Preise von der Logo-Energie jederzeit mit der entsprechenden Vorlaufzeit angepasst werden können.

Der Anstieg bei den Zinsen und ähnlichen Erträgen resultiert aus höheren Geldmittelanlagen im Vergleich zum Vorjahr.

### Aufwandsentwicklung

Die Erdgassteuer erhöhte sich um 3.817 TEUR auf 4.513 TEUR entsprechend der gestiegenen Gasverkaufsmenge.

Der Materialaufwand lag im Geschäftsjahr 2011 bei 30.036 TEUR und damit um 25.863 TEUR über dem Vorjahr. Davon entfielen 20.188 TEUR (i.Vj. 2.520 TEUR) auf den Gasbezug und 9.848 TEUR (i.Vj. 1.652 TEUR) auf die Netznutzungsentgelte der Netzbetreiber.

Die für LogoEnergie zu beschaffenden Mengen haben sich wegen der starken Erhöhung der Kundenanzahl in 2011 deutlich vergrößert. Im Wege der gemeinsamen Erdgasbeschaffung mit der Regionalgas Euskirchen wurde ein umfangreiches Portfoliomanagement aufgebaut.

Zur preislichen Absicherung von Haushaltskunden mit Preisgarantie wurden sowohl Terminprodukte kontrahiert, als auch Festpreisverträge über verschiedene Vorlieferanten eingekauft. Darüber hinaus wurden flexible Mengen an den Handelsbörsen über entsprechende Vertragspartner beschafft. Der Erdgaseinkauf wurde somit nochmals deutlich optimiert und diversifiziert.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 958 TEUR um 596 TEUR über dem Vorjahr. Maßgeblich für den Anstieg waren im Wesentlichen die Anpassung der Betriebsführungspauschale für die Regionalgas Euskirchen GmbH & Co. KG aufgrund der deutlich größeren Kundenzahl um 558 TEUR und die Anhebung der Pauschalwertberichtigung auf Forderungen um 39 TEUR.

### **Vermögens- und Finanzlage**

Das Bilanzvolumen zum 31.12.2011 liegt bei 12.561 TEUR und damit um 7.928 TEUR über dem Vorjahr. Davon entfallen 9.360 TEUR auf die Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände und 3.201 TEUR auf die Guthaben bei Kreditinstituten.

Auf der Passivseite blieb das Eigenkapital im Vergleich zum Vorjahr mit 25 TEUR unverändert. Die kurzfristigen Fremdmittel erhöhten sich um 7.928 TEUR auf 12.536 TEUR im Wesentlichen durch noch zu zahlende Gasbezugsrechnungen und Netzkostenabrechnungen.

Die Umsatzrentabilität konnte von 1,0 % auf 1,4 % verbessert werden. Ebenfalls verbessert hat sich die Gesamtkapitalrentabilität von 1,1 auf 4,2.

### **Ergebnis**

Im Geschäftsjahr 2011 konnte ein Jahresergebnis von 522 TEUR (i.Vj. 53 TEUR) erwirtschaftet werden. Damit wurde auch für das Jahr 2011 der Ansatz des mit Gründung der Gesellschaft aufgestellten Businessplans deutlich übertroffen. Trotz der im Markt angebotenen wettbewerbsfähigen Verkaufspreise konnten durch die günstige Kostenstruktur eventuelle Anlaufverluste, wie sie in der Branche durchaus üblich sind, vermieden werden. Gemäß Gewinnabführungsvertrag wird das Jahresergebnis an die Regionalgas Euskirchen GmbH & Co. KG abgeführt.

### **Risikomanagement**

Das Risikomanagement der LogoEnergie ist im Risikohandbuch der Regionalgas Euskirchen GmbH & Co. KG integriert.

## **II. Ausblick**

### **Geschäftsverlauf 2012 und 2013**

Nachdem Ende 2011 rund 37.200 Kunden von der LogoEnergie mit Erdgas beliefert werden, hat sich dieser Kundenbestand in den ersten Monaten des Jahres 2012 konsolidiert. Kundenverluste werden in etwa gleicher Größenordnung mit Zugewinnen kompensiert, wobei insgesamt das Niveau an Kundenwechseln deutlich abgenommen hat. Für das Geschäftsjahr 2012 rechnet die Geschäftsführung mit einer Absatzmenge von rd. 1.300 Mio. kWh entsprechend einem Anstieg von 58 % gegenüber 2011. Die Absatzsteigerung wird auch zu einem höheren Jahresüberschuss führen.

In der zweiten Jahreshälfte 2012 sind weitere Akquisitionsmaßnahmen geplant, so dass für 2013 mit der Belieferung eines zunehmenden Kundenbestandes zu rechnen ist. Im Bereich der Großkunden wird die Beteiligung an verschiedenen Ausschreibungen zu weiteren Abschlüssen führen. In der Gesamtbetrachtung wird für 2013 ein Jahresüberschuss von knapp über 1 Mio. Euro prognostiziert.

### **Erdgasverkaufspreise**

Die Erdgaspreise der LogoEnergie bewegen sich in etwa auf dem Niveau zum Ende des Jahres 2011. Trotz der Entwicklung neuer Produkte in 2012, die die LogoEnergie auf den Seiten der Vergleichsportale im Internet weiter nach vorne bringen sollte, hält sich der Zugewinn an Neukunden weiter in Grenzen. Dies liegt offensichtlich daran, dass nur eine geringe Anzahl von Versorgern die Preise nach oben oder unten angepasst haben. Im Vergleich mit anderen Anbietern von Erdgas im Internet liegt die LogoEnergie mit Ihrem günstigsten Produkt auf dem Wettbewerbsniveau vergleichbarer Anbieter.

### **Marktentwicklung und Wettbewerb**

Die Geschäftsführung geht davon aus, dass im Laufe des Jahres 2012 nur wenige Versorger ihre Preise anpassen werden. Vor diesem Hintergrund wird sich die Anzahl der Kunden nicht wesentlich verändern. Zur weiteren Optimierung des Kundenservices wurde zu Beginn des Jahres 2012 zusätzlich ein externer Dienstleister beauftragt, der neben fest definierten Teilprozessen im Bereich des Kundenwechsels unterstützend in den Bereichen Telefonie und E-Mail-Beantwortung eingesetzt wird. Damit ist gewährleistet, dass auch in Zeiten kurzfristig hoher Arbeitsbelastungen die gute Qualität des Kundenservices garantiert werden kann.

## **Chancen und Risiken**

Die Anzahl der bundesweiten Gasanbieter wird weiter zunehmen und damit zu einer weiteren Verschärfung des Wettbewerbs führen. Der Vertrieb über das Internet beinhaltet zusätzlich eine Schnellebigkeit, die hohe Anforderungen an die Flexibilität der Unternehmensentscheidungen stellt. LogoEnergie stellt sich diesen Herausforderungen.

Auch in den nächsten Jahren wird eine Wachstumsstrategie im bundesweiten Erdgasgeschäft angestrebt. Aufgrund ständiger Marktbeobachtungen und -auswertungen werden die Produkte von LogoEnergie den Kundenanforderungen angepasst. Zusammen mit der Muttergesellschaft Regionalgas Euskirchen wird ein effizientes Beschaffungsportfolio bewirtschaftet. In einem Risikohandbuch werden die Risiken im Bereich Beschaffung und Vertrieb identifiziert sowie die Regeln und Richtlinien festgeschrieben. Damit ist die Gesellschaft in der Lage, wettbewerbsgerechte Preise anzubieten, die einen Ergebnisbeitrag liefern. Die Industriekunden werden überwiegend über Ausschreibungen akquiriert. Der zunehmende Bekanntheitsgrad von LogoEnergie führt zu vermehrten Belieferungsanfragen aus diesem Sektor.

## **III. sonstige Angaben**

### **Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Schluss des Geschäftsjahres**

Vorgänge von besonderer Bedeutung, über die zu berichten wäre, sind nach Schluss des Geschäftsjahres nicht eingetreten.

Euskirchen, 6. Juni 2012

LogoEnergie GmbH  
Die Geschäftsführung

Peter Möltgen

Ludger Ridder