

BETEILIGUNG AN

DER LOGOENERGIE GMBH,
EUSKIRCHEN

LogoEnergie GmbH, Euskirchen
 BILANZ zum 31. Dezember 2012

AKTIVA	31.12.2012		31.12.2011	
	EUR	EUR	EUR	EUR
A. Umlaufvermögen				
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	9.486.305,15		8.310.236,25	
2. sonstige Vermögensgegenstände	1.165.218,01		1.049.634,95	
	<u>10.651.523,16</u>		<u>9.359.871,20</u>	
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		901.727,74		3.201.014,54
		<u>11.553.250,90</u>		<u>12.560.885,74</u>
	11.553.250,90		12.560.885,74	
PASSIVA				
A. EIGENKAPITAL				
I. Gezeichnetes Kapital		25.000,00		25.000,00
		<u>25.000,00</u>		<u>25.000,00</u>
B. RÜCKSTELLUNGEN				
- sonstige Rückstellungen		1.311.800,00		1.845.400,00
		<u>1.311.800,00</u>		<u>1.845.400,00</u>
C. VERBINDLICHKEITEN				
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		219.939,15		697.916,50
2. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern		7.067.774,32		7.042.220,41
- davon gegenüber verbundenen Unternehmen		7.067.774,32 EUR (i.Vj. 7.042.220,41 EUR)		
3. sonstige Verbindlichkeiten		2.928.737,43		2.850.348,83
- davon aus Steuern				10.690.485,74
		<u>10.216.450,90</u>		<u>10.690.485,74</u>
		11.553.250,90		12.560.885,74

LogoEnergie GmbH, Euskirchen
Gewinn- und Verlustrechnung
für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2012 bis zum 31. Dezember 2012

	EUR	2012 EUR	EUR	2011 EUR
1. Umsatzerlöse		58.994.629,69		35.990.075,08
2. Erdgassteuer		-6.969.378,98		-4.512.936,90
3. sonstige betriebliche Erträge		<u>1.960,63</u>	<u>52.027.211,34</u>	<u>1.877,38</u> <u>31.479.015,56</u>
4. Materialaufwand				
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	36.587.012,34			20.188.149,85
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>13.219.734,47</u>	49.806.746,81		<u>9.847.921,35</u> <u>30.036.071,20</u>
5. sonstige betriebliche Aufwendungen		<u>1.392.732,99</u>	<u>51.199.479,80</u>	<u>957.695,09</u> <u>30.993.766,29</u>
6. Betriebsergebnis			<u>827.731,54</u>	<u>485.249,27</u>
7. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		41.527,30		36.445,15
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		<u>39,72</u>		<u>64,99</u>
9. Finanzergebnis			<u>41.487,58</u>	<u>36.380,16</u>
10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit			<u>869.219,12</u>	<u>521.629,43</u>
11. sonstige Steuern			59,62	0,00
12. aufgrund eines Gewinnabführungsvertrages abzuführender Gewinn			869.159,50	521.629,43
13. Bilanzgewinn/-verlust			<u>0,00</u>	<u>0,00</u>

LogoEnergie GmbH, Euskirchen

LAGEBERICHT für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2012 bis zum 31. Dezember 2012

I. Geschäftsentwicklung 2012

Erdgasversorgung in 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 2012 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 erfolgreich etabliert.

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

Gasabsatz und Kundenentwicklung

Am Ende des Geschäftsjahres 2012 versorgte LogoEnergie 37.733 Kunden mit Erdgas. Dies führte zu einem Gasabsatz in Höhe von 1.287 Mio. kWh.

Gasverkauf nach Kundengruppen

	2012 Mio kWh	2011 Mio kWh	Veränderung	
			Mio kWh	%
Haushalte	775,0	650,8	+ 124,2	+ 19,1
Mehrfamilienhäuser	28,6	19,9	+ 8,7	+ 43,7
Gewerbe	53,6	44,6	+ 9,0	+ 20,2
Industrie	430,3	105,2	+ 325,1	+ 309,0
Insgesamt	1.287,5	820,5	+ 467,0	+ 56,9

Ertragslage

Die Verkaufspreise wurden individuell in Abhängigkeit der verschiedenen Netznutzungsentgelte und der Einkaufskonditionen kalkuliert. Um die Auswahlmöglichkeiten für die Kunden zu erweitern, wurden neben den bereits bestehenden Produkten weitere entwickelt und über das Internet angeboten. Hierbei werden zukünftig auch noch stärker ökologisch ausgerichtete Kunden mit dem neuen Produkt „Natur“ angesprochen. Dieses Produkt beinhaltet neben einer langen Preisgarantie eine fünfprozentige Biogasbeimischung. Das Biogas stammt aus einer eigenen Aufbereitungsanlage in der Nordeifel, die von der Muttergesellschaft betrieben wird. Weiterhin fand eine Produktausweitung im Hinblick auf die Langfristigkeit von Preisgarantien und Bonuszahlungen statt. Die Stiftung Warentest hat in diesem Zusammenhang das Produkt „Standard“ in ihrer Ausgabe 12/2012 unter 6.000 Tarifen in 20 deutschen Städten am häufigsten mit dem Platz 1 bewertet.

Die ausgewiesenen Umsatzerlöse in Höhe von 58.995 TEUR sind ausschließlich Umsatzerlöse aus dem Erdgasverkauf.

Die Erdgassteuer erhöhte sich um 2.456 TEUR auf 6.969 TEUR entsprechend der gestiegenen Gasverkaufsmenge.

Der Materialaufwand lag im Geschäftsjahr 2012 bei 49.807 TEUR und damit um 19.771 TEUR über dem Vorjahr. Davon entfielen 36.587 TEUR (i. Vj. 20.188 TEUR) auf den Gasbezug und 13.220 TEUR (i. Vj. 9.848 TEUR) auf die Netznutzungsentgelte der Netzbetreiber.

Im Wege der gemeinsamen Erdgasbeschaffung mit der Regionalgas Euskirchen ist ein umfangreiches Portfoliomanagement aufgebaut worden. Zur preislichen Absicherung von Haushaltskunden mit Preisgarantie wurden sowohl Terminprodukte kontrahiert, als auch Festpreisverträge über verschiedene Vorlieferanten eingekauft. Darüber hinaus ergänzten flexible Mengen an den Handelsbörsen die Einkaufssituation. Somit fand eine weitere Optimierung und Diversifizierung des Erdgaseinkaufs statt.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 1.393 TEUR um 435 TEUR über dem Vorjahr. Maßgeblich für den Anstieg waren im Wesentlichen die Anpassung der Betriebsführungspauschale für die Regionalgas Euskirchen GmbH & Co. KG um 290 TEUR sowie höhere Marketingausgaben von 133 TEUR.

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

Finanzwirtschaftliche Lage

Das Bilanzvolumen zum 31.12.2012 liegt bei 11.553 TEUR und damit um 1.008 TEUR unter dem Vorjahr. Auf der Vermögensseite entfallen 10.651 TEUR auf die Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände und 902 TEUR auf die Guthaben bei Kreditinstituten.

Auf der Passivseite blieb das Eigenkapital im Vergleich zum Vorjahr mit 25 TEUR unverändert. Die kurzfristigen Fremdmittel reduzierten sich um 1.008 TEUR auf 11.528 TEUR im Wesentlichen durch weniger offenstehende Gasbezugsrechnungen und Netzkostenabrechnungen.

Die Liquidität zum Bilanzstichtag reduzierte sich um 2,3 Mio. EUR auf 0,9 Mio. EUR im Wesentlichen durch einen niedrigeren Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit. Die Liquidität 2. Grades blieb dagegen unverändert bei 100,2 %.

Die Umsatzrentabilität lag mit 1,5 % ebenfalls auf Vorjahresniveau. Verbessert hingegen hat sich die Gesamtkapitalrentabilität von 4,2 auf 7,5.

Ergebnis

Im Geschäftsjahr 2012 konnte ein Jahresergebnis von 869 TEUR (i. Vj. 522 TEUR) erwirtschaftet werden. Damit wurde auch für das Jahr 2012 der Ansatz des mit Gründung der Gesellschaft aufgestellten Businessplans deutlich übertroffen. 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 Anfang 2012 rund 37.200 Kunden von der LogoEnergie mit Erdgas beliefert wurden, hat sich dieser Kundenbestand bis Ende 2012 auf diesem Niveau stabilisiert. Kundenverluste wurden in etwa gleicher Größenordnung mit Zugewinnen kompensiert, wobei insgesamt das Niveau an Kundengewinnen und -verlusten abgenommen hat. Zum Jahresanfang 2013 konnte der Kundenbestand dann durch eine Ausweitung der Produktpalette um ca. 9.000 Kunden erhöht werden. Für das Geschäftsjahr 2013 rechnet die Geschäftsführung mit einer Absatzmenge von rd. 1,8 Mio. kWh entsprechend einem Anstieg um 36 % gegenüber 2012. Die Absatzsteigerung wird auch zu einem höheren Jahresergebnis führen, der für 2013 mit 1,1 Mio. Euro prognostiziert ist.

Ab April 2013 startete die LogoEnergie zusätzlich mit dem Vertrieb von Strom. Hierbei werden in ausgesuchten größeren Netzgebieten zwei ökologische Produkte mit und ohne Grundpreis freigeschaltet. Die Kundengewinne im ersten Vertriebsjahr werden dabei mit 2.000 eher konservativ eingeschätzt. Dies auch vor dem Hintergrund, dass im Kalenderjahr 2013 nur noch mit wenigen Preisanpassungen anderer Versorger gerechnet wird, die in aller Regel Kunden zum Wechsel anregen.

Erdgasverkaufspreise

Die Erdgaspreise der LogoEnergie bewegen sich in etwa auf dem Niveau zum Ende des Jahres 2012. Im Vergleich mit anderen Anbietern von Erdgas im Internet liegt die LogoEnergie mit Ihrem günstigsten Produkt auf dem Wettbewerbsniveau vergleichbarer seriöser Angebote. Allerdings gibt es weiterhin sehr günstige Angebote von Erdgaslieferanten, die durch Bonuszahlungen im ersten Jahr für LogoEnergie nicht wirtschaftlich darstellbar sind.

Marktentwicklung und Wettbewerb

Nachdem im Jahr 2012 einige Erdgasversorger ihre Verkaufspreise angehoben haben, geht die Geschäftsführung davon aus, dass im Laufe des Jahres 2013 nur noch wenige Versorger ihre Preise anpassen werden. Vor diesem Hintergrund wird sich die Anzahl der Kunden lediglich im überschaubaren Rahmen erhöhen. Zur weiteren Optimierung des Kundenservices wurde 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. Nach den ersten Erfahrungen aus 2012 stellt sich diese Erweiterung sehr positiv dar.

Chancen und Risiken

Die Anzahl der bundesweiten Gas- und Stromanbieter wird weiter zunehmen und damit zu einer weiteren Verschärfung des Wettbewerbs führen. Der Vertrieb über das Internet beinhaltet zusätzlich eine Schnelllebigkeit, 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 und ab 2013 auch im Stromgeschäft angestrebt. Aufgrund ständiger Marktbeobachtungen und -auswertungen werden auch zukünftig neue Produkte von LogoEnergie entwickelt und auf die Kundenanforderungen angepasst. Zusammen mit der Muttergesellschaft Regionalgas Euskirchen wird ein effizientes Beschaffungsportfolio sowohl gas- als auch stromseitig bewirtschaftet. In den jeweiligen Risikohandbüchern 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. Industriekunden und öffentliche Einrichtungen werden weiterhin überwiegend über Ausschreibungen akquiriert. Der zunehmende Bekanntheitsgrad und die Etablierung von LogoEnergie im Markt führt zu vermehrten Belieferungsanfragen aus diesen Sektoren.

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, 31. Mai 2013

LogoEnergie GmbH
Die Geschäftsführung

Peter Möltgen Ludger Ridder