

BETEILIGUNG AN

DER LOGOENERGIE GMBH,  
EUSKIRCHEN

LogoEnergie GmbH, Euskirchen  
 BILANZ zum 31. Dezember 2015

AKTIVA	31.12.2015		31.12.2014		PASSIVA	31.12.2015		31.12.2014	
	€	€	€	€		€	€	€	€
<b>A. Umlaufvermögen</b>					<b>A. EIGENKAPITAL</b>				
<b>I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>					<b>Gezeichnetes Kapital</b>	25.000,00		25.000,00	
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16.068.585,25		8.541.044,82				25.000,00	25.000,00	
2. sonstige Vermögensgegenstände	212.467,81		1.794.544,98						
		16.281.053,06		10.335.589,80	<b>B. RÜCKSTELLUNGEN</b>				
<b>II. Guthaben bei Kreditinstituten</b>		8.786.800,18		8.243.559,84	sonstige Rückstellungen	3.803.700,00		2.728.800,00	
							3.803.700,00		2.728.800,00
		<b>25.067.853,24</b>		<b>18.579.149,64</b>	<b>C. VERBINDLICHKEITEN</b>				
					1. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	17.881,34		837.807,66	
					2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	483.599,01		730.135,13	
					3. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	15.321.915,99		12.390.765,21	
					- davon gegenüber verbundenen Unternehmen				
					15.321.915,99 EUR (i.Vj. 12.390.765,21 EUR)				
					4. sonstige Verbindlichkeiten	5.415.756,90		1.866.641,64	
					- davon aus Steuern		21.239.153,24	15.825.349,64	
					190.900,36 EUR (i.Vj. 1.518.817,40 EUR)				
							<b>25.067.853,24</b>	<b>18.579.149,64</b>	

**LogoEnergie GmbH, Euskirchen**  
**GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG**  
für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015

	€	2015 €	€	2014 €
1. Umsatzerlöse		113.395.911,59		78.151.247,78
2. Energie- und Stromsteuer		-14.151.607,31		-9.125.662,85
3. sonstige betriebliche Erträge		<u>46.049,67</u>		<u>1.353.635,97</u>
			<u>99.290.353,95</u>	<u>70.379.220,90</u>
4. Materialaufwand				
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	65.800.008,49			47.087.107,91
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>28.306.915,36</u>			<u>19.813.386,33</u>
			94.106.923,85	66.900.494,24
5. sonstige betriebliche Aufwendungen		<u>2.716.919,54</u>		<u>2.535.482,24</u>
			<u>96.823.843,39</u>	<u>69.435.976,48</u>
<b>6. Betriebsergebnis</b>			<u><b>2.466.510,56</b></u>	<u><b>943.244,42</b></u>
7. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		7.637,19		21.124,11
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		<u>13,69</u>		<u>0,00</u>
<b>9. Finanzergebnis</b>			<u><b>7.623,50</b></u>	<u><b>21.124,11</b></u>
<b>10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>			<u><b>2.474.134,06</b></u>	<u><b>964.368,53</b></u>
11. sonstige Steuern			-7,21	45,22
12. aufgrund eines Gewinnabführungsvertrages abgeführter Gewinn			2.474.141,27	964.323,31
			<u>0,00</u>	<u>0,00</u>

## **LogoEnergie GmbH, Euskirchen**

### **LAGEBERICHT für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015**

#### **I. Grundlagen des Unternehmens**

##### **Strom- und Erdgasversorgung in der Bundesrepublik**

Die LogoEnergie GmbH ist ein Handelsunternehmen mit dem Schwerpunkt der Energiebeschaffung und dem Verkauf von Erdgas, Strom und Wärme an Endverbraucher. Dabei haben erneuerbare Energien einen bedeutenden Anteil am Handelsvolumen. Seit Mai 2010 ist das Unternehmen erfolgreich auf dem bundesdeutschen Markt tätig.

Mit Anzeigen in Tageszeitungen, Mailings, Bandenwerbung und Fernsehwerbung wurde das Unternehmen und die Produkte LogoGas und LogoStrom im Markt erfolgreich etabliert. Im Jahr 2014 wurde die Strategie zur Werbung in den neuen Medien konkreter gefasst. Hier findet seitdem verstärkt ein crossmedialer Ansatz zur Anhebung der Bekanntheit und zum Vertrieb der verschiedenen Produkte statt.

Der Verkauf von LogoGas und LogoStrom an Haushaltskunden erfolgt seit Ende 2013 fast flächendeckend über die gesamte Bundesrepublik. Seit Ende 2015 wurde das Stromlieferangebot der LogoEnergie in ausgewählten Gebieten von Deutschland um Produkte für Wärmepumpen und Nachtspeicherheizungen ergänzt. Die Vermarktung findet weiterhin ausschließlich über das Medium Internet statt. Großkunden, insbesondere im Bereich Industrie, Gewerbe und öffentliche Einrichtungen, werden direkt vom Vertrieb akquiriert. Für diese Kunden wird in Abstimmung mit dem Energieeinkauf und dem Portfoliomanagement eine individuelle Energiebeschaffung und Preiskalkulation durchgeführt.

##### **Unbundling**

Die Gesellschaft übt von den im § 6b Abs. 3 EnWG genannten Tätigkeiten lediglich „andere Tätigkeiten innerhalb des Elektrizitätssektors und innerhalb des Gassektors“ aus. Dementsprechend wurde kein Tätigkeitsabschluss im Sinne des § 6b Abs. 3 EnWG aufgestellt.

## **II. Wirtschaftsbericht 2015**

### **Gesamtwirtschaftliche, branchenbezogene Rahmenbedingungen**

Die Wettbewerbssituation hat sich sowohl im Erdgas-, als auch im Strommarkt weiter verschärft. Die fallenden Beschaffungspreise, insbesondere im Gasbereich, tragen dazu erheblich bei. So sind insbesondere Unternehmen, die sich in einer Wachstumsstrategie befinden und für die potenziellen Kunden bislang keine Beschaffung durchgeführt haben, in der Lage, sehr günstige Verkaufspreise anzubieten.

Die LogoEnergie versucht weiterhin, mit einfachen Produkten in Verbindung mit fairen Vertragsbedingungen und gutem Service neue Kunden zu gewinnen.

Der Wettbewerb hat sich dadurch verstärkt, dass immer mehr etablierte Unternehmen die Chance wahrnehmen, auch außerhalb des bisherigen Vertriebsgebietes als Energielieferant aufzutreten. Dies führt aufgrund der deutlich steigenden Anzahl an Lieferanten dazu, dass es für die potenziellen Kunden immer schwieriger wird, das beste Unternehmen bzw. Produkt auszuwählen. Im Stromsektor ist darüber hinaus die klare Tendenz in Richtung ökologischer Produkte weiterhin erkennbar. Meist stammt der erzeugte Strom aus Kraftwerken, die mit Wasserkraft gespeist werden.

Generell sind die Energiemärkte weiterhin von starken Unsicherheiten für die Lieferanten geprägt. So verändern sich im Strombereich jährlich die von den Lieferanten unbeeinflussbaren Preisanteile aus der EEG-Umlage sowie den Netzentgelten, so dass Festpreise unter Berücksichtigung dieser Faktoren nur schwer zu kalkulieren sind. Im Vertrieb von Erdgas ist dies ebenfalls bei den Netzentgelten der Fall, die wie im Strom netzbetreiberscharf jährlich neu veröffentlicht werden.

### **Absatzentwicklung**

Am Ende des Geschäftsjahres 2015 versorgte LogoEnergie rd. 38.300 Kunden mit Erdgas, das ist ein Rückgang von rd. 3.400 Kunden im Vergleich zum Jahresbeginn. Der Gasabsatz konnte vor allem durch die Gewinnung von Großkunden in den Segmenten Gewerbe, öffentliche Einrichtungen und Industrie deutlich gesteigert werden. Dagegen war bei den Haushaltskunden aufgrund von Kundenverlusten ein leichter Rückgang der Gasverkaufsmenge zu verzeichnen.

### Gasverkauf nach Kundengruppen

	2015 Mio. kWh	2014 Mio. kWh	Veränderung	
			Mio. kWh	%
Haushalte	726,9	762,4	- 35,5	- 4,7
Mehrfamilienhäuser	24,0	19,0	+ 5,0	+ 26,3
Gewerbe	116,3	42,5	+ 73,8	+ 173,6
Öffentliche Einrichtungen	912,1	199,2	+ 712,9	+ 357,9
Industrie	689,3	581,3	+ 108,0	+ 18,6
Insgesamt	2.468,6	1.604,4	+ 864,2	+ 53,9

Im Strombereich konnte dagegen der Kundenbestand um rd. 1.300 Kunden auf rd. 10.700 Kunden weiter ausgebaut werden. Entsprechend stieg der Stromabsatz in den einzelnen Kundengruppen.

### Stromverkauf nach Kundengruppen

	2015 Mio. kWh	2014 Mio. kWh	Veränderung	
			Mio. kWh	%
Haushalte	24,1	16,1	+ 8,0	+ 50,0
Gewerbe	3,4	2,3	+ 1,1	+ 47,8
Industrie	2,0	0,5	+ 1,5	+ 300,0
Insgesamt	29,5	18,9	+ 10,6	+ 56,1

### Ertragslage

Die Verkaufspreise werden individuell in Abhängigkeit der verschiedenen Netznutzungsentgelte und der Einkaufskonditionen kalkuliert. Die verschiedenen Preisprodukte werden laufend den veränderten Markt- und Wettbewerbsbedingungen angepasst und erweitert.

Die ausgewiesenen Umsatzerlöse in Höhe von 113,4 Mio. Euro (i.Vj. 78,2 Mio. Euro) setzen sich aus dem Erdgasverkauf in Höhe von 107,0 Mio. Euro (i.Vj. 74,0 Mio. Euro) und dem Stromverkauf in Höhe von 6,4 Mio. Euro (i.Vj. 4,2 Mio. Euro) zusammen.

Die Erdgassteuer erhöhte sich aufgrund der höheren Verkaufsmenge um 4,8 Mio. Euro auf 13,5 Mio. Euro. Die Stromsteuer beträgt für das Geschäftsjahr 0,6 Mio. Euro und liegt damit um 0,2 Mio. Euro über dem Vorjahr.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betreffen im Wesentlichen Zahlungseingänge bereits abgesetzter Forderungen aus den Vorjahren in Höhe von 18 T€ sowie Erlöse aus Mehr-/ Mindermengen Strom aus dem Vorjahr in Höhe von 19 T€.

Der Materialaufwand lag im Geschäftsjahr 2015 bei 94,1 Mio. Euro und damit 27,2 Mio. Euro über dem Vorjahreswert. Davon entfielen 62,7 Mio. Euro (i.Vj. 45,0 Mio. Euro) auf den Gasbezug und 25,8 Mio. Euro (i.Vj. 18,5 Mio. Euro) auf die Netznutzungsentgelte der Gasnetzbetreiber. Der Strombezug einschließlich der EEG-Umlage hatte einen Anteil von 3,1 Mio. Euro (i.Vj. 2,1 Mio. Euro). Auf die Netznutzungskosten der Stromnetzbetreiber entfielen 2,5 Mio. Euro (i.Vj. 1,3 Mio. Euro).

Im Wege der gemeinsamen Erdgasbeschaffung mit der Regionalgas Euskirchen GmbH & Co. KG besteht ein umfangreiches Portfoliomanagement. Zur preislichen Absicherung von Haushaltskunden mit Preisgarantie werden sowohl Terminprodukte kontrahiert, als auch Festpreisverträge über verschiedene Vorlieferanten eingekauft. Darüber hinaus ergänzen flexible Mengen an den Handelsbörsen die Einkaufssituation. Somit findet eine ständige Optimierung und Diversifizierung des Erdgaseinkaufs statt.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen liegen mit 2,7 Mio. Euro um 0,2 Mio. Euro über dem Vorjahr.

### **Finanzwirtschaftliche Lage**

Das Bilanzvolumen zum 31.12.2015 liegt bei 25,1 Mio. Euro und damit um 6,5 Mio. Euro über dem Vorjahr. Auf der Vermögensseite entfallen 16,3 Mio. Euro auf Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sowie 8,8 Mio. Euro auf Guthaben bei Kreditinstituten.

Auf der Passivseite bleibt das Eigenkapital im Vergleich zum Vorjahr mit 25 T€ unverändert. Die kurzfristigen Fremdmittel erhöhten sich um 6,5 Mio. Euro auf 25,1 Mio. Euro im Wesentlichen durch höhere Verbindlichkeiten im Verbundbereich sowie bei den sonstigen Verbindlichkeiten durch Überzahlungen von Kunden.

Die Liquidität zum Bilanzstichtag erhöhte sich um 0,6 Mio. Euro auf rund 8,8 Mio. Euro. Die Liquidität 1. Grades liegt bei 35,1 %.

Die Umsatzrentabilität liegt mit 2,2 % um 1,0 % über dem Vorjahreswert. Die Gesamtkapitalrentabilität erhöhte sich von 5,2 % auf 9,9 %.

## **Ergebnis**

Im Geschäftsjahr 2015 konnte ein Jahresergebnis von 2.474 T€ (i.Vj. 964 T€) erwirtschaftet werden. Gemäß Gewinnabführungsvertrag wird das Jahresergebnis an die Regionalgas Euskirchen GmbH & Co. KG abgeführt.

## **III. Nachtragsbericht**

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

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

## **IV. Prognosebericht**

### **Geschäftsverlauf 2016 und 2017**

Im Januar 2016 konnten rd. 360 neue Gaskunden und rd. 100 neue Stromkunden akquiriert werden. Für das Geschäftsjahr 2016 rechnet die Geschäftsführung im Gasbereich mit einer Absatzmenge von rd. 2.294 Mio. kWh mit Umsatzerlösen von 99,4 Mio. Euro. In der Sparte Strom wird mit einer Verkaufsmenge von 33 Mio. kWh gerechnet, die zu Umsatzerlösen von 7,1 Mio. Euro führen werden.

Die Gasbezugskosten wurden entsprechend des Bezugsportfolios mit 56,4 Mio. Euro kalkuliert. Die spezifischen Gasbezugskosten werden voraussichtlich leicht unter den Preisen von 2015 erwartet. Bei den Netznutzungskosten wird mit einer Erhöhung der spezifischen Kosten gerechnet.

Die Strombezugskosten einschl. EEG-Umlage von 3,4 Mio. Euro sind ebenfalls anhand des Bezugsportfolios kalkuliert worden. Auch im Strombereich wird mit einem leichten Rückgang der Beschaffungspreise gerechnet. Die EEG-Umlage steigt zum 1. Januar 2016 von 6,17 Cent/kWh auf 6,354 Cent/kWh. Bei den spezifischen Netznutzungskosten wird mit steigenden Kosten geplant.

Für die Geschäftsjahre 2016 und 2017 rechnet die Geschäftsführung mit einem Jahresergebnis vor Gewinnabführung von jeweils rd. 3,0 Mio. Euro.



## **Erdgas- und Strompreise**

Die Erdgaspreise der LogoEnergie bewegen sich leicht unterhalb des Niveaus der vergangenen Jahre. Dies hat insbesondere mit den fallenden Beschaffungspreisen zu tun, die aufgrund der sukzessiven Eindeckung über einen längeren Zeitraum nach und nach auch bei der LogoEnergie ankommen. Im Vergleich mit anderen Anbietern von Erdgas im Internet liegt die LogoEnergie mit ihrem günstigsten Produkt auf dem Wettbewerbsniveau vergleichbarer seriöser Angebote. Im Stromvertrieb ist die Situation vergleichbar. Auch hier sind fallende Beschaffungspreise zu verzeichnen, während die Netzentgelte eher eine steigende Tendenz aufzeigen.

## **V. Chancen und Risikobericht**

### **Risikomanagement**

Das Risikomanagement der LogoEnergie ist im Risikohandbuch der Regionalgas Euskirchen GmbH & Co. KG integriert. Es ist darauf ausgerichtet, Risiken möglichst zu vermeiden bzw. früh zu erkennen. Zu Beginn des Jahres 2015 wurde eine Neubewertung der Risiken in Form einer systematischen Risikoinventur vorgenommen. Hierbei wurden Risiken identifiziert, bewertet und dokumentiert sowie geeignete Maßnahmen zur Vorsorge getroffen. Die Rückstellung für allgemeine energiewirtschaftliche Risiken wurde im Berichtsjahr weiter ausgebaut. Darüber hinausgehende oder sogar bestandsgefährdende Risiken werden nicht gesehen.

Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat nach § 53 HGrG bereits festgestellt, dass die LogoEnergie in geeigneter Weise entsprechende Maßnahmen zur Einrichtung eines Überwachungssystems getroffen hat. Das Überwachungssystem ist geeignet, Entwicklungen, die den Fortbestand der Gesellschaft gefährden, frühzeitig zu erkennen.

### **Chancenbericht**

Nachdem in den Jahren 2012 und 2013 eine spürbare Anzahl an Erdgasversorgern ihre Verkaufspreise angehoben haben, geht die Geschäftsführung aufgrund der fallenden Beschaffungspreise davon aus, dass im Laufe des Jahres 2016 nachhaltige Preissenkungen stattfinden werden. Darüber hinaus ist die LogoEnergie bestrebt, die Anzahl der Kunden spürbar auszubauen.

Die Anzahl der bundesweiten Gas- und Stromanbieter wird in 2016 weiter zunehmen und damit den Wettbewerbsdruck auf hohem Niveau halten. Dies ist bereits auf den einschlägigen Vergleichsportalen deutlich erkennbar. Der Vertrieb über das Internet beinhaltet darüber hinaus eine Schnellebigkeit, die hohe Anforderungen an die Flexibilität der Unternehmensentscheidungen stellt. Beinahe täglich verändert sich die Wettbewerbsfähigkeit der eigenen Produkte, da täglich neue bzw. veränderte An-

gebote von unterschiedlichen Wettbewerbern im Internet auftauchen. Die LogoEnergie stellt sich diesen Herausforderungen, indem umfangreiche und im engen Zeitabstand Analysen darüber durchgeführt werden, wie sich die eigenen Preise und Produkte im Wettbewerb darstellen.

Trotz der zuvor genannten verschärften Wettbewerbssituation hält die LogoEnergie an ihrer Wachstumsstrategie fest und die Geschäftsführung geht von einer positiven Mengen- und Ergebnisentwicklung in den nächsten Jahren aus.

Aufgrund ständiger und weiter verbesserter Marktbeobachtungen und -auswertungen werden darüber hinaus auch zukünftig neue Produkte von LogoEnergie entwickelt und auf die Kundenanforderungen angepasst. Zusammen mit der Muttergesellschaft Regionalgas Euskirchen GmbH & Co. KG wird ein effizientes und sich ständig entwickelndes Beschaffungsportfolio sowohl gas- als auch stromseitig bewirtschaftet. Die dabei entstehenden Synergien werden für beide Unternehmen und im Sinne der Kunden positiv genutzt. In den jeweiligen Risikohandbüchern sind die Risiken im Bereich Beschaffung und Vertrieb klar identifiziert sowie die Regeln und Richtlinien festgeschrieben. Damit ist die Gesellschaft in der Lage, wettbewerbsgerechte Preise anzubieten, die einen steigenden Ergebnisbeitrag liefern.

Euskirchen, den 24. März 2016

LogoEnergie GmbH  
Die Geschäftsführung

Peter Möltgen

Ludger Ridder