# L A G E B E R I C H T für das Geschäftsjahr 2025

## I. GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Im abgelaufenen Wirtschaftsjahr 2025 konnte sich das globale Wachstum gegenüber früheren Prognosen wieder etwas verstärken. Allerdings zeigen sich zwischen den Volkswirtschaften deutliche Unterschiede. Während die Wirtschaftsleistung in den USA mit einer Wachstumsrate von 1,8 % expandieren sollte, dürfte die Wirtschaft im Euroraum nur um 1,4 % zulegen. Vor allem Deutschland mit 0,1 % Wachstum im laufenden Jahr liegt hier unter den Erwartungen. Chinas Wirtschaftsleistung dürfte wiederum um 5,0 % wachsen. Somit geht das Wachstum der Weltwirtschaft laut Prognose im Jahr 2025 von zuletzt 3,3 % auf 3,1 % zurück.

In Österreich hat sich der private Konsum im Jahr 2025 wieder deutlich belebt. Einer Erholung von Industrie und Bauwirtschaft stehen allerdings eine verhaltene internationale Konjunktur und heimische Strukturprobleme gegenüber. Die weiterhin hartnäckige Inflation und die notwendige Budgetkonsolidierung dämpfen die Entwicklung der verfügbaren realen Haushaltseinkommen. Die heimische Wirtschaftsleistung wächst laut Prognose im Jahresverlauf lediglich um 0,5 %. Damit bleibt das derzeitige und das prognostizierte Wachstum weiterhin verhalten und jedenfalls geringer als in früheren Aufschwungphasen.

Die Inflation in Österreich wird mit voraussichtlich 3,6 % weiterhin höher als erwartet und auch um 1,4 % höher als im Euroraum ausfallen. Die Ursachen dafür sind vielfältig. Sowohl der Energiebereich (durch das Auslaufen fiskalpolitischer Ausgleichsmaßnahmen) als auch dadurch bedingt gestiegene Lebensmittelpreise und Dienstleistungen, sowie höhere öffentliche Gebühren sind hier die Treiber. Die Arbeitslosenquote steigt voraussichtlich auf 7,4 %. Damit entwickelt sich der Arbeitsmarkt trotz der langen Konjunkturschwäche relativ robust. Nach einem kräftigen Rückgang der Investitionen in den beiden vergangenen Jahren, verbessern sich die Rahmenbedingungen vor allem für Ausrüstungsinvestitionen aktuell wieder. Handelspolitische Unsicherheiten belasten allerdings diese Entwicklung. Unter diesen Voraussetzungen liegt auch das Budgetdefizit für 2025 mit 4,4 % über den festgelegten Kriterien.

## II. ENERGIEWIRTSCHAFTLICHES UND RECHTLICHES UMFELD

Der Geschäftsverlauf der Gesellschaft wird im Wesentlichen energiewirtschaftlich durch die Entwicklung der Großhandelspreise für Strom, Gas und Zertifikate, Ökostromzuschläge und Energieeffizienzmaßnahmen, rechtliche und regulatorische Rahmenbedingungen und die Wettbewerbsintensität am österreichischen Wechselmarkt beeinflusst.

Die Entwicklung der Beschaffungspreise für Strom war im laufenden Geschäftsjahr von hoher Volatilität geprägt. So notierte das AT BASE CAL26 im Jahr 2025 in einer Bandbreite zwischen einen Jahreshöchststand von 103,93 EUR/MWh (Jahreshöchststand) und 82,26 EUR/MWh (Jahrestiefststand).

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei dem Gasprodukt CEHG VTP CAL 26 welches im Jahr 2025 zwischen EUR 46,59/MWh (Jahreshöchststand) und 28,97 EUR/MWh (Jahrestiefststand) notierte.

Im Geschäftsjahr 2025 war die Gesellschaft mit deutlich gestiegenen Strukturierungs- und Ausgleichsenergiekosten sowie mit erhöhten Aufbringungsnebenkosten in einem volatilen Marktumfeld konfrontiert. Die Situation bleibt weiterhin angespannt zumal auch weiterhin von einer unverminderten Zunahme von imponderablen Einflussgrößen auszugehen ist. Dazu zählen die große Unsicherheit rund um das Thema Heizen mit Gas, ein Erneuerbares Gas Gesetz mit der Vorgabe einer Biogasquote, künftige Gasspeicherkosten, die Umsetzung des neuen Elektrizitätswirtschaftsgesetz sowie die kontinuierlich steigenden sonstigen (internen) betrieblichen Aufwendungen. In der Preisgestaltung müssen neben den reinen Aufbringungskosten unter anderem auch alle weiteren Beschaffungsrisiken und Beschaffungsnebenkosten, zum Beispiel im Bereich der Herkunftsnachweise oder Gasspeicherkosten abgedeckt werden. Die geschilderten Einflussfaktoren machten eine Anpassung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen notwendig, welche Ende 2024 mit Geltung ab 01.01.2025 erfolgreich umgesetzt wurde. Die in der Branche angewandten Preisänderungsklauseln werden derzeit juristisch kontrovers mit den Gesellschaften erörtert. Die go green energy GmbH & Co KG hat aus gegebenem Anlass und kaufmännischer Vorsicht eine dementsprechende Rückstellung gebildet.

Mit Bundesgesetz Blatt I Nr. 91/2025, ausgegeben am 23.12.2025 wurde ein Bundesgesetz zur Regelung der Elektrizitätswirtschaft (Elektrizitätswirtschaftsgesetz-ElWG) erlassen. Die darin enthaltenen §§ 36 - 40 EIWG („Sozialtarif") wurden entsprechend bilanziell gewürdigt. Lieferanten zu deren Tätigkeitsbereich die Belieferung von Haushaltskundinnen/-kunden zählt, sind gesetzlich verpflichtet, „begünstigte Haushalte" mit einem gestützten Preis mit Strom zu versorgen (§ 36 Abs. 1). Diese über den Gesamtzeitraum bestehenden Verpflichtungen lt. § 36 - 40 bestehen gemäß § 188 (2) bis zum 31.3.2036. Die aus dieser Verpflichtung resultierenden Konsequenzen sind dem Grunde, der Höhe und ihrem Charakter nach in den Bilanzen zum jeweiligen Stichtag zu würdigen. Die unternehmensspezifischen Berechnungen der go green energy GmbH & Co KG wurden daher im Jahresabschluss entsprechend in Form einer Rückstellung zugrunde gelegt.

Die Gesellschaft setzte auch im Jahr 2025 die Forcierung der Neukundengewinnung, die Entwicklung des Bestandskundengeschäfts in Richtung Deckungsbeitragsoptimierung in Verbindung mit umfangreichen Bindungsmaßnahmen im Kundenbestand konsequent fort. Dies wurde durch zahlreiche Marketingaktivitäten unterstützt sowie die Weiterentwicklung der Marke go green energy forciert. Auch der Ausbau der erfolgreichen Vertriebskooperationen mit Drei und Lidl konnte fortgesetzt werden.

Weitere Fokusthemen waren mit Hilfe von State-of-the-Art-Prozessen und Systemen das Einkaufs- und Serviceerlebnis aller Kunden laufend zu verbessern und die Marktposition auf Basis der Multi-Brand-Strategy zu stärken.

## III. WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG DES UNTERNEHMENS

Die Gesellschaft betreibt auf der gleichen IT-Plattform eine Mehrmarkenstrategie mit unterschiedlichen Positionierungen bzw. Kundenzielgruppen:

- go green energy mit maßgeschneiderten Produkten zu transparenten, marktkonformen und (langfristig) fairen Preisen (ohne einmalige Rabattierungen)
- Unsere Wasserkraft mit maßgeschneiderten Produkten und attraktiven Einstiegsbedingungen, vor allem an Erstwechsler gerichtet (mit einmaligen Rabattierungen).
- Lidl-Energie beziehungsweise Drei-Energie sind an und für sich ähnlich positioniert wie die Marke go green energy, allerdings auf die Kundschaft des jeweiligen Partners gerichtet.

Die Gesellschaft sah sich auch im laufenden Geschäftsjahr mit volatilen Beschaffungspreisen und einem intensiven Wettbewerb konfrontiert. Vor diesem Hintergrund wurden insbesondere Maßnahmen zur Steigerung der Kundengewinnung sowie die konsequente Fortsetzung von Maßnahmen zur Neukunden-, Bestandskunden- und Margensicherung, in Verbindung mit der optimalen Servicierung der Kunden umgesetzt.

Im Ergebnis führten diese Maßnahmen zu einem Bestandskundenzuwachs im Ausmaß von rund 7.800 Zählpunkten, sodass die Gesellschaft per 31.12.2025 rund 224.900 Zählpunkte unter Vertrag genommen hat. Somit wurde ein neues All-Time-High im Bestand der Zählpunkte erreicht und das gesteckte Jahresziel (Basis: Mittelfristplanung) von rund 207.000 Zählpunkten deutlich übertroffen.

Der Fokus bei den Werbe- und Marketingaktivitäten lag im laufenden Jahr vor allem darauf, im Bereich der Neukundengewinnung (Basis: Zählpunkte) deutlich zu wachsen. Um diese Zielsetzungen zu erreichen, wurde die Umsetzung von umfangreichen Werbe- und Marketingkonzepten mit Performancefokus weitergeführt und intensiviert. Darüber hinaus galt es weiterhin auch im Bereich der Bestandskunden, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und die Bindung der Kunden an das Unternehmen zu forcieren.

Des Weiteren konzentrierte sich die Gesellschaft auf die Digitalisierung und Automatisierung systemrelevanter Prozesse. Hierbei standen vor allem die Weiterentwicklung digitaler Kanäle sowie Prozessautomatisierungen insbesondere zur Unterstützung des (Self) Service Bereichs im Fokus.

Im Jahr 2025 wurde ein Unternehmensergebnis deutlich über dem Budgetniveau erreicht, was zum einen auf deutliche Mehrmengen auf Grund der starken Neukundengewinne (im Vorjahr und aktuellen Jahr) in Verbindung mit einer kalten Witterung zurückzuführen ist. Zum anderen konnten die neuen Allgemeinen Geschäftsbedingungen per 01.01.2025 umgesetzt werden.

## 1. Geschäftsverlauf

Die Umsatzerlöse betragen im Berichtszeitraum 120,76 MEUR, das ist gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 2 %. Die Steigerung der Umsatzerlöse resultiert aus deutlich höheren Absatzmengen bei Gas in Höhe von 97 GWh und bei Strom in Höhe von 82 GWh. Gegenläufig und somit teilweise kompensierend wirkte ein im Vergleich zum Vorjahr gesunkenes Strom- und Gaspreisniveau. Der Materialaufwand in Höhe von -100,74 MEUR sank gegenüber dem Vorjahr um 7 % aufgrund niedrigerer Bezugspreise. Die Bruttogewinnspanne stieg gegenüber dem Vorjahr aufgrund höherer Deckungsbeiträge bei Gas und Strom.

Das Finanzergebnis beträgt 1,33 MEUR und sank gegenüber dem Vorjahr aufgrund von niedrigeren Zinserträgen. Das Ergebnis vor Steuern liegt bei 11,16 MEUR (Vorjahr -0,24 MEUR).

## 2. Finanzielle Leistungsindikatoren

Für das Geschäftsjahr 2025 wurden folgende finanziellen Leistungsindikatoren errechnet:

| | |
|---|---|
| EBITDA (Betriebsergebnis + Abschreibung) | 9,86 MEUR (2024: -2,75 MEUR) |
| EBIT-Marge (Betriebsergebnis / Umsatzerlöse) | 8,1 % (2024: -2,4 %) |
| Return on Invested Capital (ROIC: NOPAT / ø Capital Employed 1)[1] | 22,7% (2024: -5,3 %) |
| Return on Equity (ROE: Versteuertes Ergebnis / ø Eigenkapital) | 25,8 % (2024: -0,5 %) |
| Eigenkapitalquote (Eigenkapital / Gesamtkapital) | 45,8 % (2024: 56,1 %) |

## 3. Strom- und Gasbereich

### 3.1. Strom- und Gasaufbringung

Die Energie Steiermark Business GmbH ist die zentrale Beschaffungs- und Vermarktungsstelle für Strom und Gas innerhalb des Konzerns. Für die Strombelieferung im Jahr 2025 konnte durch Zukauf von österreichischen Herkunftsnachweisen eine 100 % atomfreie und CO2-freie Belieferung der go green energy GmbH & Co KG durchgeführt werden.

### 3.2. Privatkunden/Kleinunternehmen

Im Vergleich zum Vorjahr zeigte der österreichische Wechselmarkt im Bereich der Stromkunden im Betrachtungszeitraum Quartal 1 bis Quartal 3 des Jahres 2025 einen deutlichen Anstieg, während im Bereich der Gaskunden die Anzahl der Wechsel rückläufig war.

Gemäß der Marktstatistik der österreichischen Regulierungsbehörde für Strom und Gas wechselten rund 242.500 Strom- und Gaskunden in den ersten neun Monaten 2025 ihren Lieferanten.

[1] NOPAT (Net operating profit after taxes): Betriebsergebnis + Beteiligungsergebnis + (Betriebsergebnis + Beteiligungsergebnis) x effektiver Steuersatz
Capital Employed 1 = Eigenkapital + lf. und kf. Finanzverbindlichkeiten + lf. und kf. Verbindlichkeiten gegenüber EFG + lf. Personalrückstellungen

Die Gesellschaft nutzte diese gebotenen Chancen am Wechselmarkt, um zu wachsen. Im Jahr 2025 entschieden sich rund 66.000 Neukunden für eines der Energieangebote der Marken „go green energy“, „Unsere Wasserkraft“, „Drei Energie“ oder „Lidl Energie“.

Der kumulierte Marktanteil der Gesellschaft im laufenden Geschäftsjahr per Ende Quartal 3 des Jahres 2025 entsprach im Durchschnitt 11,46 % (vgl. Vorjahr 2024: 16,87 %) des gesamten Wechselmarktes (nur Wechsel, ohne Anmeldung) im Privatkundensegment Haushaltswechsler in Österreich. Im Jahresverlauf betrug der Marktanteil im ersten Quartal 9,67 %, im zweiten Quartal 11,89 % und im dritten Quartal 13,31 %.

Ein zentraler Punkt in der bisherigen Strategie der go green energy GmbH & Co KG ist die effiziente und dynamische Preisstrategie, welche - je nach Markenpositionierung - mittels laufendem Monitoring beziehungsweise ausgerichtet auf die Marktsituation sowie auf Kundenbedürfnisse flexibel angepasst wird. Dies führte dazu, dass die Verkaufspreise der Neukundenprodukte während des Jahres 2025 je nach Marke laufend in Abhängigkeit zur Marktsituation angepasst worden sind.

Ein weiterer Fokus des Erfolgskonzepts der go green energy GmbH & Co KG ist die Ausrichtung als digitaler Energieanbieter und somit die Verwendung von digitalen und automatisierten Prozessen. In diesem Zusammenhang stand der barrierefreie Zugang der Websites und Portale im Zentrum der Weiterentwicklungen. Des Weiteren wurde das digitale Geschäftsmodell beispielsweise durch die Einführung digitalisierter Abmeldeprozesse oder automatisierte Antworten bei Standardprozessen erfolgreich erweitert und die digitalen Kanäle mit Fokus auf der Stärkung und den Ausbau des Self-Service Bereiches weiterentwickelt.

Darüber hinaus wurde das Kundenportal inklusive der App für alle vier Marken kontinuierlich erweitert und zahlreiche Weiterentwicklungen in den Bereichen Usability und Funktionalität durchgeführt. Neben dem barrierefreien Zugang wurden Standardprozesse in das Portal integriert und dieses als Kommunikations- und Interaktionsplattform gestärkt.

Besonders erfreulich ist auch, dass die Gesellschaft als Testsieger sowohl in der ÖGVS-Stromanbieter Studie als auch in der ÖGVS-Gasanbieter Studie 2025 hervorging. Darüber hinaus waren alle Marken in den Top 10 platziert.

## IV. ZWEIGNIEDERLASSUNGEN

Die go green energy GmbH & Co KG hat keine im Firmenbuch eingetragenen Zweigniederlassungen.

## V. NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

### 1. Personal

Die Gesellschaft beschäftigt kein Personal.

### 2. Umwelt/Nachhaltigkeit

**Energieeffizienz/Nachhaltigkeit**

Für die go green energy GmbH & Co KG entsteht aus dem mit 15. Juni 2023 in Kraft getretenen Bundes-Energieeffizienzgesetz (EEffG) keine Lieferantenverpflichtung hinsichtlich EEff-Maßnahmenbringung. Die go green energy GmbH & Co KG hat jedoch die Verpflichtung nach § 39 (Beratungsstellen für Haushalte) sowie nach § 60 (Daten zur Übermittlung des Energieabsatzes mit Stichtag 30.6.) sicherzustellen.

## VI. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG, RISIKEN UND KONZERNKRISENMANAGEMENT

### 1. Voraussichtliche Entwicklung und Ausblick

Die Gesellschaft verfügt zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts über mehr als 220.000 Zählpunkte und damit über ein solides Kundenportfolio und setzt sich für die kommenden Jahre als Ziel, einerseits dieses wirtschaftlich zu konsolidieren, und anderseits es weiterhin stabil aus-zubauen.

Die Weiterentwicklung der Gesellschaft wurde im Rahmen der Mittelfristplanung auf Basis einer Detailplanung modelliert, in der Kundenwachstum, Kundenverlust, sowie Energiemengen, Erlöse und Aufbringungsaufwendungen Monat für Monat auf die gesamte Planungsdauer für jedes einzelne Produkt der Gesellschaft abgebildet wurden.

### 2. Wesentliche Risiken

**Verstärkter Energiewettbewerb, dezentrale Erzeugung, Energieeffizienz**
Der intensive Wettbewerb am Energiemarkt, insbesondere durch neue Marktteilnehmer im Bereich Retail, Smart Metering und digitale Energiedienstleistungen, stellt ein zentrales Risiko dar. Die go green energy GmbH begegnet diesem Risiko durch einen modernen, digitalen Vertrieb mit attraktiven, kundenorientierten Produkten und Services. Das digitale Geschäftsmodell und eine bewährte Einkaufsstrategie sichern die Wettbewerbsfähigkeit auch bei volatilen und hohen Energiepreisen.

**Marktanteile im Business to Consumer (B2C) Segment für den Strom- und Gasbereich**
Trotz starker Preisbewegungen am Markt besteht das Risiko, dass die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität der Tarife für Bestandskunden beeinträchtigt werden. Durch kontinuierliche Marktbeobachtung, Anpassung der Einkaufsstrategie und gezielte Kundenaktionen werden Marktanteile gehalten und ausgebaut.

**Energiepreise abgesichert**
Starke Preisschwankungen an den Energiemärkten bergen ein erhebliches Preisrisiko. Dieses wird durch eine mittelfristige Rückdeckungsstrategie minimiert, sodass Preisanpassungen nachvollziehbar und zeitnah umgesetzt werden können. Dies verschafft einen Marktvorteil gegenüber kurzfristig agierenden Wettbewerbern.

**Ausfallsrisiken**
Im B2C-Bereich werden Zahlungsausfallsrisiken durch Pauschal- und Einzelwertberichtigungen in einem in Relation zu den zugrundeliegenden Umsatzerlösen geringem und stabilem Umfang berücksichtigt. Für kleine Geschäftskunden werden diese Risiken durch Bonitätsprüfungen und laufendes Monitoring minimiert. Trotz schwieriger Marktlage sind keine erhöhten Zahlungsausfälle zu verzeichnen.

**Keine derivativen Finanzinstrumente**
Die go green energy GmbH setzt keine derivativen Finanzinstrumente ein. Originäre Finanzinstrumente werden risikoavers innerhalb eines strengen Limitsystems über das zentrale Treasury abgewickelt, wobei das S&P A-Rating der Energie Steiermark AG eine dementsprechende Risikominimierung gewährleistet.

**Gesamtrisikoposition und -beurteilung**
Im unternehmensweiten Risikomanagementsystem wurden keine wesentlichen Risiken, Bedrohungen und Ungewissheiten identifiziert, die für das Geschäftsjahr 2026 sowie in der Mittelfristsicht einzeln oder in ihrem Wirkungszusammenhang für die go green energy GmbH bestandsgefährdende Wirkung haben könnten.

## 3. Professionelles Konzernkrisenmanagement

Im Jahr 2008 hat die Energie Steiermark als eines der ersten Unternehmen in der Energiebranche Österreichs ein professionelles **Konzernkrisenmanagement** (KM) aufgebaut. Alle Bedrohungsszenarien, welche auf Basis von Business Impact Analysis ermittelt wurden, werden regelmäßig und intensiv durch das KM-Team beübt und extern evaluiert (Übungsbericht durch externe AuditorInnen).

Der Vorstand hat 2024 den Generationswechsel in den Funktionen „Leiter Krisenmanagement“ und „Krisenstabschef“ inkl. Ausbildung und Beübung eingeleitet. Die bisherigen Funktionsträger stehen bis zu ihrem Ausscheiden als Einsatzreserve zur Verfügung.

## VII. FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Im Konzern wurde für Forschung, Innovation und Entwicklung ein konzernübergreifendes Team F&E eingerichtet, das die Potenziale der Tochterunternehmen bündelt und im Rahmen einer Gesamtstrategie umsetzt.

Die go green energy GmbH & Co KG ist über den Teilkonzern Vertrieb eingebunden, betreibt jedoch keine eigenständige F&E.

Graz, am 30. Jänner 2026

Die Geschäftsführung

| | | |
|---|---|---|
| SIGNATURINFORMATION | **Unterzeichner** | René Otto Huber |
| | **Datum/Zeit-UTC** | 30.01.2026 11:42:59 |
| **Prüfinformation** | Rechtskräftig signiert mit PrimeSign, einem Produkt der PrimeSign GmbH.<br>Informationen zur Prüfung finden Sie unter http://www.signaturpruefung.gv.at | |

René Huber, MBA

*Die mit dem Dokument verknüpften elektronischen Signaturen decken den Jahresabschluss und Lagebericht ab und können über die Bildmarke im Dokument überprüft werden. Die Rechtswirkung ist durch die eIDAS-VO (Art 25 eIDAS-VO) sowie das österreichische Signatur- und Vertrauensdienstegesetz (SVG) geregelt.*