

# Delårsrapport

Januari - mars 2010



# Perioden i korthet

Nettoomsättningen ökar med 28% till 13,5 MSEK (10,5)

Nettotillväxt nya abonnenter är 53% till totalt 13 534 st (8 849)

Rörelseresultatet (EBIT) uppgår till 1,4 MSEK (-0,9)

Resultat före skatt uppgår till 1,1 SEK (-1,1)

## Väsentliga händelser

Utökad kreditram till 50 MSEK

Undersökning om brottsförebyggande effekt av hemlarm presenterad

## Försäljning och resultat

	JAN - MARS	JAN - MARS	HELÅR
	2010	2009	2009
Nettoomsättning, KSEK	13 451	10 470	48 139
Rörelseresultat (EBITDA), KSEK	2 746	-116	8 106
Rörelseresultat (EBIT), KSEK	1 380	-891	4 142
Periodens resultat, KSEK	841	-1 091	315
Resultat per aktie, SEK	0,08	-0,12	0,03



# VD kommentar

Trygga Hem har en fortsatt god tillväxt i abonnemangsportföljen med ökad lönsamhet. Nettotillväxten i nya abonnenter är 53 procent. Vår tillväxt är högre än branschen i genomsnitt och vi fortsätter att flytta fram våra positioner. Det goda resultatet är ett kvitto på att vi har en robust verksamhet och en affärsmodell som uppskattas av våra kunder. Min övertygelse är att framförallt vårt arbete med att bygga varumärket och ökad kännedom om vårt erbjudande har bäddat för en mycket lovande utveckling.



## TILLVÄXT MED FÖRBÄTTRAT RESULTAT

Omsättningen ökar med 28 procent jämfört med samma period förra året och resultatmässigt har vi stärkt oss rejält jämfört med 2009. För första gången i bolagets historia kan vi redovisa ett positivt resultat redan under första kvartalet. Överenskommelsen med Svenska Handelsbanken om en ny kreditram om 50 MSEK ger oss goda förutsättningar till fortsatt expansion med nya abonnemangskunder.

## LARM BEVISAT EFFEKTIVT

Nyttan med larm är tydlig. Trygga Hem genomförde under perioden en undersökning där inbrott i larmade hus jämfördes med inbrottsstatistiken för bostäder i allmänhet. Undersökningen visade på en väsentligt lägre risk för att få inbrott bland bostäder med larm. Förutom att man får ett påvisad lägre risk för inbrott så kan man också väsentligt öka sina chanser att rädda sitt hem vid brand.

## NYA MARKNADSKANALER

Framöver kommer vi sannolikt att få se fler konstellationer med hemsäkerhet som en del i erbjudandet. Det är positivt eftersom det aktualiserar hemlarm generellt. Resultatet av de senaste årens satsningar har varit blandat. Det finns goda exempel och det finns andra exempel där satsningar från bolag som Vattenfall och IKEA inte nått fram - istället har man valt att avveckla projekten. Det visar på utmaningen i att framgångsrikt nå fram till kunder som intresserade av att göra affär. Genom att vi redan nu bedriver vår försäljning av hemlarm på distans står vi väl rustade inför en kommande omställning.

## FRAMGÅNGSRIK MARKNADSSTRATEGI

Vi kommer att fortsätta på den inslagna vägen att genom goda samarbeten och allianser erbjuda kunden bra hemsäkerhet. Vi låter kunderna komma till oss när de har ett behov – inte tvärtom. Det innebär att vi kan lägga resurser på annat än en kostsam säljkår och därigenom erbjuda samma kvalitet till ett lägre pris.

## MARKNAD MED NYA KUNDER

Vi ser det som en fördel om fler aktörer aktualiserar larm bland konsumenterna. Det gäller såväl redaktionella som kommersiella initiativ, med andra ord tycker vi att det är bra även när våra kollegor i branschen bearbetar marknaden. Branschen är växande och i synnerhet inom segmentet hemlarm, och det är sällsynt att man tar befintliga kunder från varandra utan ökningen består av nya kunder vilket ger goda möjligheter för en fortsatt tillväxt.

## TYDLIG MÅLSÄTTNING

Självklart står även Trygga Hem inför utmaningar. Vår målsättning är tydlig – vi skall växa. Förutsättningarna är goda, samtidigt är vi medvetna om att vi kommer att behöva arbeta hårt och målmedvetet för att fortsätta den positiva utvecklingen. Min övertygelse är att framför allt vårt arbete med att bygga varumärket och ökad kännedom om vårt erbjudande har bäddat för en mycket lovande utveckling.

Jonas Hallberg, VD Trygga Hem

# Kort om Trygga Hem

Trygga Hem är ett modernt säkerhetsföretag. Med modernt menar vi att vi tror på kundens förmåga att fatta kloka beslut och där vårt uppdrag är att ge det bästa erbjudandet. Därför arbetar vi inte med uppsökande försäljning. Dörrknackning och spring i trapphus lämnar vi åt andra.

*”Produkterna säljs genom olika e-butiker i samarbetet med våra allianspartners. Larmprodukterna levereras med garantier enligt konsumentköplagarna med eller utan installation.”*

## VERKSAMHET

Trygga Hem är ett säkerhetsföretag vars produkter och tjänster riktar sig till innehavare av villor, lantbruk, lägenheter och fritidshus. Produkterna består av larm, lås, brandsläckare, säkerhetsskåp etc. Larmcentralstjänsten utgörs av hemlarm anslutna till SOS Alarm och tillhandahålls genom abonnemang.

## LARMCENTRALSTJÄNSTEN TRYGGHETSABONNEMANG™

Abonnentportföljen har växt kontinuerligt och utgör nu den största intäktskällan i Bolaget. Varje ny kund betalar en startavgift och ett månadsabonnemang. Investeringen i nya kunder motsvarar kostnaden för marknadsföring, hårdvara och installation återbetalas genom intäkter från abonnemangen. Investeringens återbetalningstid är relaterad till månadskostnaden som är bolagets viktigaste intäktsström. Hårdvaran ägs alltid av Trygga Hem.

## PRODUKTFÖRSÄLJNING

Produkterna säljs genom olika e-butiker i samarbetet med våra allianspartners. Larmprodukterna levereras med garantier enligt konsumentköplagarna med eller utan installation. Som komplement till larmprodukterna erbjuds skydd för övriga delar av hemmet såsom brandsläckare och lås till dörrar och fönster. Kunden erbjuds även ett anpassat utbud för personligt skydd med bl a legala självförsvarssprayer och mobila överfallsalarm.

## FÖRSÄLJNINGSTRATEGI

Trygga Hem når sina kunder genom strategiska allianspartners, annonsering, direktutskick och på Internet. Trygga Hem är ett av få företag som följer Svenska Stöldskyddsföreningens rekommendationer att säkerhetsprodukter inte bör säljas med dörrknackning.

Bland Trygga Hems allianspartners kan nämnas Villaägarnas Riksförbund, LRF, Riksbyggen, Hyresgästföreningen och SEB.

Försäljningsstrategin har resulterat i en gedigen kundstock med lojala kunder och låga kundavgångar.

## MARKNAD MED GODA TILLVÄXTMÖJLIGHETER

Marknaden för hemlarm är starkt växande. Den svenska marknaden har de senaste åren växt med ca 25-30 procent per år. Trygga Hem gör bedömningen att av Sveriges 4,4 miljoner hushåll är 7 procent (ca 330 000 hem) anslutna till någon larmcentral.

## OPERATIVA NYCKELTAL

De operativa nyckeltalen ger information om verksamhetens utveckling. Målsättningen är en hög tillväxt med låga kundavgångar och balanserad återbetalningstid.

## FINANSIELLA MÅL

Den långsiktiga målsättningen är en rörelsemarginal överstigande 10 procent. I tillväxtfasen har bolaget möjlighet att växa snabbare än marknaden och bygga abonnentportfölj. I och med att en stor del av kundanskaffningskostnaden tas initialt innebär en hög tillväxt att rörelsemarginalen påverkas negativt. Följaktligen kommer rörelsemarginalen vid kraftig tillväxt att understiga målsättningen om 10 procent.

## UTDELNINGSPOLICY

Målet för Trygga Hem i finansiella termer är att möjliggöra en fortsatt god tillväxt. Det är angeläget att det liksom hittills kan ske med fortsatt god handlingsfrihet. Med anledning härav förväntas ingen utdelning betalas ut under de närmast kommande åren.



*”Trygga Hem samarbetar med SOS Alarm, som även hanterar det nationella nödnumret 112”*

# Trygga Hems verksamhet

Trygga Hem är ett säkerhetsföretag som riktar sig mot privatmarknaden och mindre företag. Vi erbjuder säkerhetsprodukter så som lås, brandsläckare, säkerhetsskåp och tjänster i form av hemlarm som är anslutna till larmcentral och tillhandahålls genom abonnemang.

## ABONNEMANGSPORTFÖLJ

Trygga Hem erbjuder ett Trygghetsabonnemang™ som utgörs av ett larm anslutet till larmcentral med övervakning, uttryckning och service som del i ett månadsabonnemang. Abonnentportföljen har växt kontinuerligt och utgör den största intäktskällan. Varje ny kund innebär en investering motsvarande kostnaden för marknadsföring, hårdvara och installation. Investeringens återbetalningstid är relaterad till månadsabonnemang som är den viktigaste intäktströmmen. Hårdvaran ägs alltid av Trygga Hem.

## PRODUKTER

Som komplement till tjänsterna erbjuds ett antal säkerhetsrelaterade produkter i samband med att kunden ser över sin hemsäkerhet. Här ingår till exempel larm, säkerhetsskåp, ett urval ur ASSAs sortiment av lås till dörrar och fönster. Vidare är Trygga Hem bland annat en av Sveriges största leverantörer av brandskyddsprodukter till privatmarknaden. Produkterna genererar värdefull merförsäljning som bidrar positivt till Bolagets kassaflöde och finansieringsbehov av investeringar i nya abonnemangskunder.

## VÄSENTLIGA HÄNDELSER

Bolaget har nått en överenskommelse med Svenska Handelsbanken om en kreditram om 50 MSEK.

Trygga Hem genomförde en undersökning som visar på väsentligt lägre risk för inbrott i larmade hus jämfört ett genomsnittligt hushåll.

## FÖRSÄLJNING

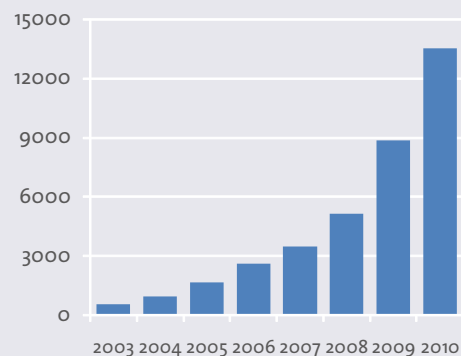
Försäljningen ökade från 10,5 till 13,5 MSEK vilket motsvarar 28 procent. Nettotillväxten i abonnemangsportföljen är 53 procent och antalet abonnenter vid periodens slut uppgår till 13 534 st. Den abonnemangsrelaterade försäljningen ökar till 11,2 MSEK (8,3). Produktförsäljningen, där bl a larm utan abonnemang ingår uppgår till 2,3 MSEK (2,2).

Vid periodens utgång uppgår kassaflödet från abonnemangsportföljen till 31,8 MSEK på årsbasis (20,9).

## KOSTNADER OCH INVESTERINGAR

De investeringar som gjorts har främst bestått i larmanläggningar som installerats hos privatkunder. Dessa investeringar består av aktiverade kostnader för hårdvara och installation.

ABONNEMANGSPORTFÖLJ, ANTAL ABONNENTER



## RESULTAT

Bolaget har alltid varit lönsamt på helårsbasis och för första gången vändes första kvartalet till vinst. Bolagets målsättning är att prioritera tillväxt av abonnemangsportföljen vilket kortsiktigt påverkar resultatet negativt. Omvänt gäller att abonnemangen genererar ett starkt kassaflöde och positiv resultatpåverkan under perioder med lägre tillskott av nya abonnenter. Resultatet efter finansiella poster blev 1,1 MSEK (-1,1) motsvarande en nettomarginal om 8,5 procent (neg). Rörelseresultatet blev 1,4 MSEK (-0,9).

## FINANSIELL UTVECKLING

Balansomslutningen var 56,6 MSEK (29,5). Den största delen utgörs av investeringar i anläggningstillgångar som efter avskrivningar ökade med 4,0 MSEK under kvartalet. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 2,1 MSEK jämfört med 3,0 MSEK året innan. Kassaflödet exklusive förändring av rörelsekapital var 2,3 MSEK (-0,3). Kassaflödet från investeringsverksamheten var -5,4 MSEK jämfört med -5,8 MSEK året innan. Årets kassaflöde summeras till -4,0 MSEK (-3,0).

## OMVÄND KONJUNKTURPÅVERKAN

Under perioder av lägre kundtillströmning minskar kostnaden avseende installationer hos nya abonnenter. Samtidigt genererar den befintliga kundbasen i det närmaste konstanta månatliga intäkter. Bolagets abonnemangsbaserade affärsmodell innebär således att minskad nyteckning medför en positiv påverkan på det ekonomiska resultatet. Denna effekt förväntas emellertid dämpas något av de sannolikt ökande kundavgångarna vid en långvarig lågkonjunktur.

Trygga Hem besitter även fördelen av att snabbt kunna ställa om sin marknadsföring som man inte har några väsentliga åtaganden på längre sikt än kvartalsbasis.

## OPERATIVA NYCKELTAL

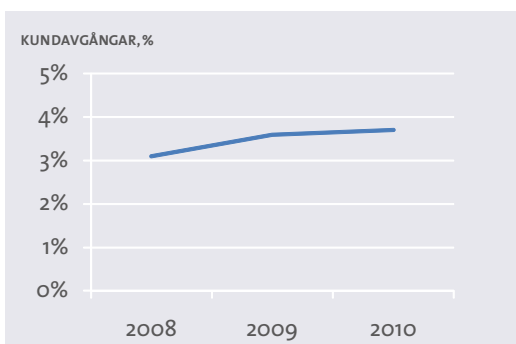
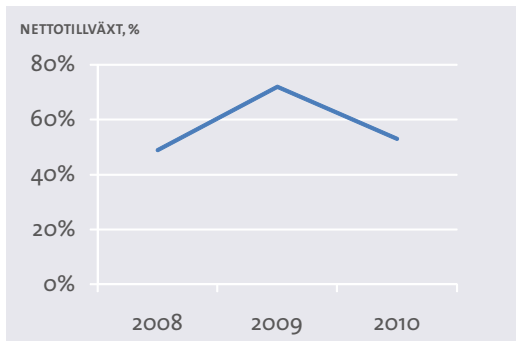
Verksamheten följs fortlöpande upp genom tre nyckeltal ger en indikation om abonnemangsportföljens värde: *Nettotillväxt, kundavgångar och återbetalningstid.*

Nettotillväxten av nya Trygghetsabonnemang är 53 (72) procent på rullande 12 månader motsvarande en ökning med 1259 st (1153) nya kunder under perioden till 13 534 st. Det första kvartalet är den period med lägst efterfrågan under året. Den kommande perioden ökar normalt efterfrågan till följd av semestertider då många hushåll ser över sin hemsäkerhet inför att de reser bort.

Kundavgångarna beror till största delen på att kunden flyttar eller att familje- eller livssituationen förändras. Kundavgångarna har ökat något till 3,7 procent (3,6), men vi ser inga trender utan det ligger inom de senaste årens intervall om 3-4 procent vilket för branschen är att betrakta som lågt. Marginalen är fortsatt god till den beräknade genomsnittliga livslängd om minst 15 år och skall ställas i relation till återbetalningstiden om ca 4 år. Vi räknar inte med några större variationer i kundavgångarna för resterande del av året.

Återbetalningstiden för nya kunder ökar till 4,1 år (3,9) till följd av ökade kostnader för marknadsföring och varumärkesbyggande. Till viss del kompenseras detta av lägre materialkostnader.

Återbetalningstiden är kostnaden för investering i en ny kund delat med nettobidraget per kund och år. En återbetalningstid i balans samtidigt som vi tar marknadsandelar är ett kvitto på att vi har hittat en modell för att växa snabbt och effektivt.



## RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

De risker och osäkerhetsfaktorer som Bolaget är exponerat för beskrivs i årsredovisningen för 2009.

## REDOVISNINGSPRINCIPER

Bokslutskommunikén är upprättad enligt samma redovisningsprinciper som Bolagets senaste årsredovisning.

## ÅRSSTÄMMAN OCH KOMMANDE RAPPORTER

- Delårsrapport, halvår presenteras 25 augusti
- Delårsrapport, kvartal 3 presenteras 28 oktober
- Bokslutskommuniké 2010, presenteras 17 februari 2011

## ÅRSREDOVISNING

Årsredovisningen finns tillgänglig på hemsidan, [www.tryggahem.se](http://www.tryggahem.se)

## FRAMTIDA UTVECKLING

Trygga Hem planerar för en fortsatt tillväxt. Styrelsens bedömning är att privatmarknaden fortsätter att växa och att Trygga Hem kommer att fortsätta att ta marknadsandelar och att det bör ske utan prioritering av kortsiktig vinstoptimering.

## UTDELNINGSPOLICY

Målet för Trygga Hem i finansiella termer är att möjliggöra en fortsatt god tillväxt. Kassaflödet från befintliga kunder återinvesteras i nya abonnemangskunder. Med anledning härav räknar styrelsen med att inom de närmaste åren inte utge utdelning.

## ANTAL AKTIER

Trygga Hem har 10 700 078 aktier utestående.

## ÄGARFÖRHÅLLANDEN

Trygga Hem Skandinavien AB är ett publikt aktiebolag och är noterat på Nasdaq OMX First North.

## BOLAGERS RESULTAT OCH STÄLLNING

Bolagets resultat och ställning i övrigt framgår av efterföljande resultat- och balansräkning med tilläggsupplysningar.

## RÄTTVISANDE BILD

Styrelsen och verkställande direktören bekräftar härmed att, såvitt vi vet, denna rapport ger en rättvisande bild av Bolagets finansiella ställning och resultat innebärande att det är i överensstämmelse med faktiska förhållanden och att inget av väsentlig betydelse är utelämnat som skulle kunna påverka den bild av Bolaget som skapats av rapporten.

Bolagets resultat och ställning i övrigt framgår av resultat- och balansräkningar.

Denna rapport är inte granskad av Bolagets revisorer.

Sollentuna 2010-04-29

Lisbeth Gustafsson Jonas Gudmunds Andreas Hagegård  
*Ordförande*

Paul Hastings Anders Forssblad Peter Majanen

Jonas Hallberg  
*Verkställande Direktör*



# Resultaträkning

	Jan - mars 2010	Jan - mars 2009	Helår 2009
Nettoomsättning	13 451 314	10 470 417	48 138 753
Förändring av varulager	1 267 120	-644 596	3 149 762
Aktiverade larmanläggningar	5 408 712	5 728 710	23 664 965
	<b>20 127 146</b>	<b>15 554 531</b>	<b>74 953 480</b>
Handelsvaror	-5 976 159	-7 553 477	-28 732 298
Övriga externa kostnader	-8 511 892	-5 641 577	-26 117 894
Personalkostnader	-2 893 507	-2 475 959	-11 996 985
	<b>-17 381 558</b>	<b>-15 671 014</b>	<b>-66 847 177</b>
<b>Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)</b>	<b>2 745 588</b>	<b>-116 482</b>	<b>8 106 303</b>
Avskrivningar och anläggningstillgångar	-1 365 801	-774 892	-3 963 844
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>1 379 787</b>	<b>-891 374</b>	<b>4 142 459</b>
Finansiella intäkter	2 284	1 975	8 693
Finansiella kostnader	-241 010	-201 386	-982 613
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>1 141 061</b>	<b>-1 090 786</b>	<b>3 168 539</b>
Bokslutsdispositioner			-2 725 000
Skatt	-300 099		-128 890
<b>Periodens resultat</b>	<b>840 962</b>	<b>-1 090 786</b>	<b>314 649</b>
Resultat per aktie	0,08	-0,12	0,03
Antal aktier vid periodens slut	10 700 078	9 150 078	10 700 078
Antal aktier vägt genomsnitt	9 632 300	8 881 318	9 244 800

## Förändring av eget kapital

	Jan - mars 2010	Jan - mars 2009	Helår 2009
Eget kapital vid periodens ingång	32 538 744	15 174 095	15 174 095
Nyemission			17 050 000
Emissionskostnader			-
Årets / periodens resultat	840 962	-1 090 786	314 649
<b>Eget kapital vid periodens utgång</b>	<b>33 379 706</b>	<b>14 083 309</b>	<b>32 538 744</b>

# Balansräkning

TILLGÅNGAR	Jan - mars 2010	Jan - mars 2009	Helår 2009
<b>Anläggningstillgångar</b>			
<b>Immateriella anläggningstillgångar</b>			
Dataprogram	110 932	-	117 211
	<b>110 932</b>	<b>-</b>	<b>117 211</b>
<b>Materiella anläggningstillgångar</b>			
Inventarier, verktyg och installationer	46 369 014	27 512 884	42 319 824
<b>Finansiella anläggningstillgångar</b>			
Andelar i intresseföretag	10 000	10 000	10 000
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>46 489 946</b>	<b>27 522 884</b>	<b>42 447 035</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	6 971 296	2 009 631	5 704 176
<b>Kortfristiga fordringar</b>			
Kundfordringar	2 217 068	2 087 168	3 362 955
Skattefordringar	82 061	369 096	179 099
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	844 025	785 057	681 694
	<b>3 143 154</b>	<b>3 241 321</b>	<b>4 223 748</b>
Kassa, bank	58 719	167 558	4 063 932
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>10 173 169</b>	<b>5 418 510</b>	<b>13 991 856</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>56 663 115</b>	<b>32 941 394</b>	<b>56 438 891</b>

# Balansräkning (fortsättning)

EGET KAPITAL OCH SKULDER	Jan - mars 2010	Jan - mars 2009	Helår 2009
<b>Eget kapital</b>			
<b>Bundet eget kapital</b>			
Aktiekapital	2 675 019	2 287 519	2 675 019
Reservfond	75 700	75 700	75 700
	<b>2 750 719</b>	<b>2 363 219</b>	<b>2 750 719</b>
<b>Fritt eget kapital</b>			
Överkursfond	28 099 873	11 437 373	28 099 873
Balanserat resultat	1 688 152	1 373 503	1 373 503
Årets / periodens resultat	840 962	-1 090 786	314 649
	<b>30 628 987</b>	<b>11 720 090</b>	<b>29 788 025</b>
<b>Summa eget kapital</b>	<b>33 379 706</b>	<b>14 083 309</b>	<b>32 538 744</b>
<b>Obeskattade reserver</b>			
Akkumulerade överavskrivningar	4 750 000	2 025 000	4 750 000
<b>Långfristiga skulder</b>			
Checkräkningskredit		3 118 603	-
Övriga skulder	8 321 500	2 785 575	8 321 500
	<b>8 321 500</b>	<b>5 904 178</b>	<b>8 321 500</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Förskott från kunder	33 045	75 650	45 582
Leverantörsskulder	6 153 156	8 750 550	4 890 251
Skatteskulder	-	10 498	-
Övriga skulder	1 934 877	1 564 464	3 694 317
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2 090 831	527 745	2 198 497
	<b>10 211 909</b>	<b>10 928 907</b>	<b>10 828 647</b>
<b>SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL</b>	<b>56 663 115</b>	<b>32 941 394</b>	<b>56 438 891</b>
<b>Ställda säkerheter</b>			
För egna skulder och avsättningar	-	-	-
Företagsinteckningar	18 500 000	7 920 000	18 500 000
<b>Ansvarsförbindelser</b>	<b>Inga</b>	<b>Inga</b>	<b>Inga</b>

# Kassaflöde

	Jan - mars 2010	Jan - mars 2009	Helår 2009
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Rörelseresultat	1 379 787	-891 374	4 142 459
Ej likviditetspåverkande poster*	18 138	-	99 722
Återföring avskrivningar	1 365 801	774 892	3 963 844
Erhållna ränteintäkter	2 284	1 975	8 693
Betalda räntekostnader	-241 010	-201 386	-982 613
Betald skatt	-203 061	19 075	-133 126
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>2 321 939</b>	<b>-296 818</b>	<b>7 098 979</b>
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>			
Förändring av varulager	-1 267 120	644 596	-3 149 762
Förändring av kundfordringar	1 145 887	754 580	-521 207
Förändring av röreslefordringar*	-667 590	-204 819	170 111
Förändring av leverantörsskulder	1 262 905	2 229 586	-1 530 900
Förändring av rörelseskulder	-697 084	-91 919	1 649 674
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>2 098 937</b>	<b>3 035 206</b>	<b>3 716 895</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>			
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-5 408 712	-5 787 281	-23 900 359
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-5 408 712</b>	<b>-5 787 281</b>	<b>-23 900 359</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>			
Nyemission	-	-	17 050 000
Förändring räntebärande lån	-695 438	2 154 165	9 552 725
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamhet</b>	<b>-695 438</b>	<b>2 154 165</b>	<b>26 602 725</b>
<b>Årets kassaflöde</b>	<b>- 4 005 213</b>	<b>-597 910</b>	<b>6 419 261</b>
Årets kassaflöde	-4 005 213	-597 910	6 419 261
Likvida medel vid årets början	4 063 932	-2 353 136	-2 353 136
Kursdifferens likvida medel*	-	-	-2 193
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	<b>58 719</b>	<b>-2 951 046</b>	<b>4 063 932</b>

\*Delposterna har ändrats varvid posterna föregående år anpassats till det nya året för att vara jämförbart.

# Definitioner

## **NETTOTILLVÄXT I ABONNENTPORTFÖLJEN (%)**

Antalet kunder i abonnentportföljen för perioden jämfört med antalet abonnerande kunder för 12 månader sedan. Beräknas på rullande 12 månader.

## **KUNDAVGÅNGAR (%)**

Kundavgångar de senaste 12 månaderna i förhållande till Abonnentportföljen för 12 månader sedan. Beräknas på rullande 12 månader.

## **ÅTERBETALNINGSTID FÖR INVESTERINGAR I NYA KUNDER (ÅR)**

Genomsnittlig nettoinvestering per ny kund i förhållande till genomsnittligt nettobidrag per kund och år. Beräknas på rullande 12 månader.

## **ABONNENTPORTFÖLJ**

Antal abonnerande kunder vid periodens utgång.

## **KASSAFLÖDE FRÅN ABONNENTPORTFÖLJEN**

Kassaflöde från kundportföljen med abonnerande kunder. Värdet av totala intäker vid utgången av perioden.

**HUVUDKONTOR**

Besöksadress

Orrvägen 26–28, 192 55 Sollentuna

Postadress

Box 779, 191 27 Sollentuna

Växel 08-625 97 70

**REGION VÄST**

Postadress

Box 5144, 412 00 Göteborg

Tel 031-40 43 10

**REGION SYD**

Postadress

Box 60082, 216 10 Limhamn

Tel 040-16 31 70

Kundtjänst 020-48 49 10

Larmcentral 020-48 49 50

[www.tryggahem.se](http://www.tryggahem.se)



**Trygga Hem**  
Trygghet med omtanke