

Delårsrapport
Januari - mars 2009



Fortsatt kraftig tillväxt

Delårsrapport, 1 januari - 31 mars 2009

- Nettoomsättningen ökar med 85% till 10,5 MSEK (5,7)
- Antal nya abonnenter för perioden ökar med 124% till 8 849 st
- Rörelseresultatet uppgick till -0,9 MSEK (-1,2)
- Resultat före skatt uppgick till -1,1 MSEK (-1,4) motsvarande -0,12 SEK per aktie (-0,34)

Väsentliga händelser

- Starkaste försäljningstillväxten i bolagets historia
- Trygga Hem lanserar nya produkter inom kameraövervakning och designade larm

Försäljning och resultat

| | jan - mars 2009 | jan - mars 2008 | helår 2008 |
|--------------------------------|--------------------|--------------------|---------------|
| Nettoomsättning, MSEK | 10,5 | 5,7 | 30,9 |
| Rörelseresultat (EBITDA), MSEK | -0,1 | 0 | 5,1 |
| Periodens resultat, MSEK | -1,1 | -1,4 | 0,3 |
| Resultat per aktie, SEK | -0,12 | -0,34 | 0,03 |



VD kommentar

VD kommentarer

2009 har inletts starkt. Omsättning och försäljningen av nya larm-abonnemang ökar kraftigt. Det första kvartalet är normalt vårt svagaste och därför är det särskilt glädjande att rapportera försäljningsrekord i antal nya abonnemangskunder jämfört med något annat kvartal tidigare. Nettotillväxten i abonnemangsportföljen ökar till 72 procent (49) och omsättningen för kvartalet ökar med 85 procent.

Under perioden har vi stärkt varumärket Trygga Hem® genom annonsering, utskick och reklam i TV och radio. Vi har fått ett gott gensvar och intresset för vårt erbjudande är stort bland villaägare.

Verksamheten utgörs av två delar, som båda uppvisat god tillväxt under perioden; abonnemangsrelaterad försäljning (hemlarm kopplade till larmcentral) samt övriga säkerhetsprodukter (larm, övervakningskameror, brandskydd, lås och kassaskåp).

Bolagets främsta målsättning är att accelerera tillväxten inom abonnemangsportföljen. En ökad försäljning av abonnemang innebär att vi ökar investeringarna i nya larmanläggningar. Finansieringen av nya larmanläggningar sker genom kassaflöde från existerande kunder och produktförsäljning samt genom upptagande av nya krediter. För 2009 har vi en överenskommelse med finansinstitut om en utökning av kreditutrymmet för årets investeringar.

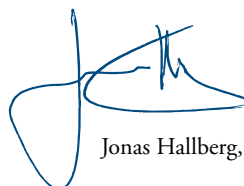
Som ett led i att öka kassaflödet från verksamheten har vi initierat ett antal aktiviteter för att öka försäljningen av övriga säkerhetsprodukter. Introduktion av nya säkerhetsprodukter har ökat försäljningen under första kvartalet och vi räknar med en ökad försäljning för helåret. Produktförsäljningen sker mestadels genom någon av våra 8 st co-brandade e-butiker som drivs i samarbete med våra försäljningspartners som exempelvis Villaägarnas Trygghetsbutik eller LRFs Säkerhetsbutik. Produktförsäljningen ger samtidigt en möjlighet

till korsförsäljning av larmcentralstjänsten, där kundanskaffningskostnaden normalt är en betydande del av investeringen. En ökad produktförsäljning bidrar till ett förstärkt egengenererat kassaflöde, vilket innebär att Bolagets finansieringsbehov minskar alternativt kan vi växa snabbare.

Under slutet av förra året fick vi ökade materialkostnader till följd av en högre dollarkurs. Materialkostnaden påverkar återbetalningstiden för nya investeringar samt vinstmarginalen för de produkter som säljs direkt till kund. För att motverka ökade materialkostnader har vi identifierat ett antal aktiviteter som successivt genomförs för att minska dessa kostnader och förbättra våra marginaler. Höjningen av månadsavgifterna vid årsskiftet motverkar en längre återbetalningstid. Sammantaget var återbetalningstiden jämfört med samma period förra året oförändrad och i jämförelse med utfallet för helåret 2008 minskade återbetalningstiden på rullande 12 månader.

Framtiden

2009 har inletts starkt och vi ser med tillförsikt på framtiden. Vi bedömer att den svenska marknaden har stora tillväxtpotentialer och vi planerar för en fortsatt tillväxt och att öka våra marknadsandelar.



Jonas Hallberg, Verkställande Direktör

Kort om Trygga Hem

Trygga Hem är en etablerad leverantör av larmtjänster och säkerhetsprodukter på den svenska privatmarknaden. Bolaget har varje år sedan starten 2000 uppvisat en kraftig organisk tillväxt med bibehållen lönsamhet.

Verksamhet

Trygga Hem är ett säkerhetsföretag som riktar sig mot privatmarknaden och mindre företag. Bolaget tillhandahåller larm anslutna till larmcentral och olika typer av säkerhetsprodukter för hemmet.

Larmcentraltjänsten Trygghetsabonnemang™

I ett Trygghetsabonnemang™ ingår installation, service, materialgaranti, väktarutryckningar och larmcentral. Kunden betalar en startavgift och därefter ett månadsabonnemang. Investeringen i nya kunder motsvarar kostnaden för marknadsföring, försäljning, material, installation och support som återbetalas genom intäkter från abonnemangen. Hårdvaran ägs alltid av Trygga Hem.

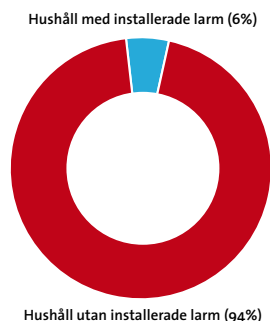
Produktförsäljning

Produkterna säljs genom 8 st olika e-butiker i samarbete med Trygga Hems försäljningspartners. Larmprodukterna levereras med eller utan installation. Som komplement till larmprodukterna erbjuds säkerhetsprodukter såsom GSM-kameror, brandsläckare, kassaskåp och lås.

Försäljningsstrategi

Trygga Hem når kunden genom försäljningspartners, annonsering, direktutskick, och på Internet. Trygga Hem är ett av få företag som följer Svenska Stöldskyddsforeningens rekommendationer att säkerhetsprodukter inte bör säljas med dörrknackning. Bland Trygga Hems försäljningspartners kan nämnas Villaägarnas Riksförbund (330 000 medlemmar), LRF (165 000), Riksbyggen (180 000), Hyresgästföreningen (535 000) och SEB (800 000).

Valet av marknadskanal har resulterat i en gedigen kundstock med lojala kunder och låga kundavgångar.



Marknad med goda tillväxtpotentialer

Marknaden för hemlarm är starkt växande. Den svenska marknaden har de senaste åren växt med ca 30 procent per år. Trygga Hem gör bedömningen att av Sveriges 4,4 miljoner hushåll är 6% (ca 270 000 hem) anslutna till någon larmcentral.


Operativa nyckeltal

Bolaget mäter kontinuerligt verksamheten genom tre operativa nyckeltal - *nettotillväxt, kundavgångar och återbetalningstid*. Nyckeltalen ger information om verksamhetens utveckling. Målsättningen är en hög tillväxt med balanserad återbetalningstid och kundavgångar.

Finansiella mål

Den långsiktiga målsättningen är en rörelsemarginal överstigande 10 procent. I tillväxtfasen har vi 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.

Målet i finansiella termer är att möjliggöra en fortsatt god tillväxt med fortsatt god handlingsfrihet. Med anledning härav förväntas ingen utdelning betalas ut under de kommande åren.

A woman with blonde hair, wearing a blue short-sleeved uniform shirt and a headset, is seated at a workstation in a control room. She is looking at a large computer monitor and has her hands on a keyboard. The workstation is equipped with multiple monitors on adjustable arms. The room is brightly lit with overhead lights and has a clean, professional appearance. In the background, there are other workstations and a window with a view of the outdoors.

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

Bolagets utveckling

Abonnemangsportfölj

Kundportföljen med abonnemang har utvecklats starkt under det inledande kvartalet. Intresset att skaffa larm bland villaägare är fortsatt stort och antalet kunder ökar kontinuerligt. Nettotillväxten i nya kunder accelererar samtidigt som återbetalningstiden är oförändrad jämfört samma period föregående år.

Tillväxten i abonnemangsportföljen följs kontinuerligt genom nyckeltalet *nettotillväxt*. Nettotillväxten beräknas som antalet kunder i abonnemangsportföljen i slutet av perioden jämfört med antalet abonnerande kunder för 12 månader sedan.

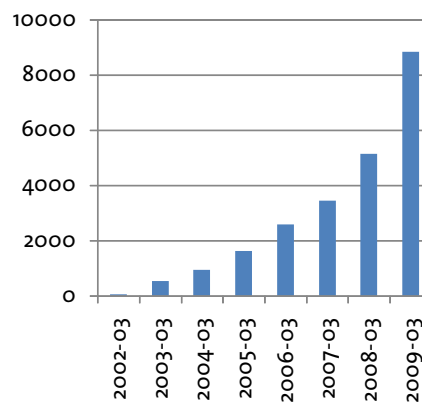
Antalet nya kunder ökar med 124 procent jämfört med samma period förra året vilket innebär att nettotillväxten i kundportföljen nu uppgår till 72 procent. Omsättning och nettotillväxt av nya kunder ökar samtidigt som Bolaget har god kontroll över de operativa nyckeltalen. Omsättningen relaterat till abonnerande kunder ökade med 108 procent jämfört med samma period förra året och det är inom detta segment som Bolagets gör sina investeringar.

Vid periodens utgång uppgår kassaflödet från abonnemangsportföljen till 20,9 MSEK (11,6) på årsbasis.

Produkter

Introduktionen av nya produkter och större exponering har resulterat i ökad försäljning. Produktförsäljningen ökar för perioden med 38 procent jämfört med samma period förra året.

Abonnemangsportfölj 2002-2009 (antal)



“Kraftig tillväxt i kundportföljen med låga kundavgångar och kortare återbetalningstid är starkt värdeskapande”



Bolagets utveckling (forts)

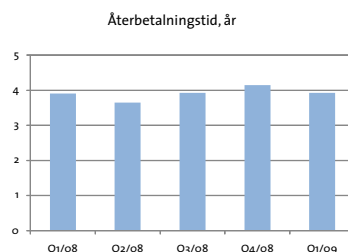
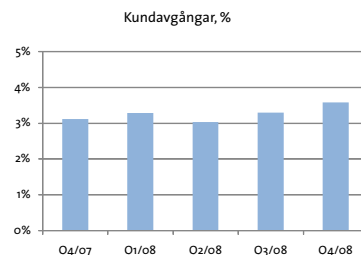
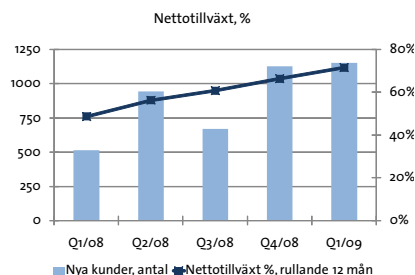
Operativa nyckeltal

Trygga Hem följer upp verksamheten genom tre operativa nyckeltal: *nettotillväxt*, *kundavgångar* och *återbetalningstid*.

Trygga Hem fortsätter att öka kundintaget. Nettotillväxten i kundportföljen som beräknas på rullande 12 månader ökar till 72 procent (43). Antalet nya kunder för perioden ökade med 1153 st till 8 849 st vilket motsvarar en ökning med 124 procent jämfört med samma period föregående år.

Kundavgångarna har de senaste åren varierat mellan 3 och 5 procent, vilket är lägre än vad branschen rapporterar. För perioden ökade kundavgångarna till 3,6 procent (3,1), fortfarande med god marginal till våra beräkningar om en genomsnittlig abonnemangstid om 15 år. Ledningen erfar att Trygga Hems kundavgångar är de lägsta i branschen och det indikerar att våra kunder är väldigt nöjda. Det låga kundtappet är också en följd av att kunderna själva har gjort ett aktivt val att gå till Trygga Hem, till skillnad från övriga aktörer i branschen som i allt väsentligt jobbar med uppsökande försäljning.

Återbetalningstiden beräknas som den tid som förflyter från installation till dess intäkterna från larmabonnemanget uppnår de samlade kostnaderna för Bolagets investering i hårdvara, installation, marknadsföring och fördelning av fasta kostnader. Den högre materialkostnaden kompenseras av en högre månadsintäkt. Det större kundintaget innebar att marknadsföringskostnaden per ny kund sjönk jämfört med tidigare. Återbetalningstiden var oförändrad jämfört med samma period förra året och minskade jämfört med utfallet för helåret 2008 från 4,1 till 3,9 år.



Bolagets utveckling (forts)

Väsentliga händelser

Starkaste försäljningstillväxten av abonnemang i Bolagets historia.

Trygga Hem introducerar en kamera med inbyggt GSM modem för hem, fritidshus och lantbruk. Trygga Hem tecknar samarbetsavtal med Lansens om att sälja ett designlarm för hemmamiljö.

Försäljning

Nettoomsättningen för perioden ökar med 85 procent till 10,5 MSEK. Antalet nya kunder ökar med 124 procent jämfört med samma period förra året vilket innebär att nettotillväxten i kundportföljen nu uppgår till 72 procent. Den abonnemangsrelaterade försäljningen stiger till 8,3 MSEK (4,0). Produktförsäljningen, där bl a larm utan abonnemang ingår ökar till 2,2 MSEK (1,6).

Resultat

Första kvartalet är normalt det svagaste under året. Kvartalets resultat är en förbättring jämfört med året tidigare samtidigt som verksamhetens omfattning ökar.

Bolagets målsättning är att prioritera tillväxt av abonnemangsportföljen. I tillväxtfasen påverkas kassaflödet och resultatet negativt eftersom investeringen tas direkt medans intäkterna kommer genom månadsabonnemangen. Kassaflödet från abonnemangsportföljen utgör bolagets viktigaste kassaflöde. Lönsamheten är god med en marginal efter direkta kostnader om 49 procent. Abonnemangsportföljen har visat sig stabil med låga kundavgångar vilket indikerar på en framtida god avkastning. Resultatet efter finansiella poster blev -1,1 MSEK (-1,4). Bruttoresultatet uppgick till 8,0 MSEK (5,1). Efter avdrag för försäljnings- och administrationskostnader blev rörelseresultatet -0,1 MSEK (0).

Omvänd konjunkturpåverkan

Under perioder av lägre kundtillströmning minskar behovet av investeringar i nya kunder samtidigt som den befintliga kundbasen genererar i det närmaste konstanta månatliga intäkter.

Den abonnemangsbaserade affärsmodellen innebär således att en minskad nyteckning medför en positiv inverkan på kassaflödet och det ekonomiska resultatet.

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.

Resultat och finansiell utveckling

Balansomslutningen var 32,9 MSEK (16,1). Den största delen utgörs av investeringar i anläggningsstillgångar som efter avskrivningar ökade med 5,0 MSEK under kvartalet. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 3,4 MSEK (1,8). Kassaflödet exklusive förändring av rörelsekapital var 0,1 MSEK (-0,5). Kassaflödet från investeringsverksamheten var -5,8 MSEK jämfört med -2,4 MSEK året innan. Årets kassaflöde summeras till -3,0 MSEK (-3,0).

Bolagets utveckling (forts)

Risker och osäkerhetsfaktorer

De risker och osäkerhetsfaktorer som Bolaget är exponerat för beskrivs i årsredovisningen för 2008.

Redovisningsprinciper

Bokslutskommunikén är upprättad enligt samma redovisningsprinciper som Bolagets senaste årsredovisning.

Årsstämma och kommande rapporter

- Delårsrapport, halvår presenteras 27 augusti
- Delårsrapport, kvartal 3 presenteras 29 oktober
- Bokslutskommuniké 2009, presenteras 18 februari 2010

Årsredovisning

Årsredovisningen finns tillgänglig på hemsidan, www.tryggahem.se

Framtida utveckling

Trygga Hem ser med tillförsikt på framtiden och 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 9 150 078 aktier utestående.

Ägarförhållanden

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

Bolagets 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 överensstämmande 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 balansräkning.

Denna rapport är inte granskad av Bolagets revisorer.

Sollentuna 2009-04-29

Lisbeth Gustafsson Jonas Gudmunds Andreas Hagegård
Ordförande

Paul Hastings Anders Forssblad Peter Majanen

Jonas Hallberg
Verkställande Direktör

Resultaträkning

| | jan - mars 2009 | jan - mars 2008 | Helår 2008 |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|
| Nettoomsättning | 10 470 417 | 5 671 657 | 30 905 736 |
| Förändring av varulager | -644 596 | - 126 040 | 544 729 |
| Aktiverade installerade larmanläggningar | 5 728 710 | 2 351 641 | 14 761 642 |
| | 15 554 531 | 7 897 258 | 46 212 107 |
| Handelsvaror | -7 553 477 | -2 749 040 | -15 784 290 |
| Övriga externa kostnader | -5 641 577 | -3 482 791 | -16 833 054 |
| Personalkostnader | -2 475 959 | -1 678 821 | -8 507 854 |
| | -15 671 014 | -7 910 652 | -41 125 198 |
| RÖRELSERESULTAT FÖRE AVSKRIVNINGAR (EBITDA) | -116 482 | -13 394 | 5 086 909 |
| Avskrivningar och nedskrivningar av anläggningstillgångar | -774 892 | -1 174 324 | -3 906 520 |
| RÖRELSERESULTAT | -891 374 | -1 187 718 | 1 180 389 |
| Ränteutgifter och liknande resultatposter | 1 975 | 151 | 45 487 |
| Räntekostnader och liknande resultatposter | -201 386 | -230 974 | -493 433 |
| RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER | -1 090 786 | -1 418 541 | 732 443 |
| Bokslutsdispositioner | - | - | -290 695 |
| Skatt | - | - | -136 129 |
| PERIODENS RESULTAT | -1 090 786 | -1 418 541 | 305 619 |
| RESULTAT PER AKTIE | -0,12 | -0,34 | 0,03 |
| ANTAL AKTIER VID PERIODENS SLUT | 9 150 078 | 7 000 000 | 9 150 078 |
| ANTAL AKTIER VÄGT GENOMSNITT | 8 881 318 | 4 156 250 | 8 075 039 |

Balansräkning

| | 2009-03-31 | 2008-03-31 | 2008-12-31 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| TILLGÅNGAR | | | |
| ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR | | | |
| Immateriella anläggningstillgångar | | | |
| Dataprogram | - | 10 311 | - |
| Goodwill | - | 81 858 | - |
| | - | 92 169 | - |
| Materiella anläggningstillgångar | | | |
| Inventarier, verktyg och installerade larmanläggningar | 27 512 884 | 12 512 048 | 22 500 495 |
| Finansiella anläggningstillgångar | | | |
| Andra långfristiga värdepappersinnehav | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR | 27 522 884 | 12 614 217 | 22 510 495 |
| OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR | | | |
| Varulager m m | | | |
| Färdiga varor och handelsvaror | 2 009 631 | 1 890 736 | 2 554 414 |
| Kortfristiga fordringar | | | |
| Kundfordringar | 2 087 168 | 1 443 207 | 2 841 748 |
| Skattefordringar | 369 096 | - | 174 888 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | 785 057 | 194 478 | 949 334 |
| | 3 241 321 | 1 637 685 | 3 965 970 |
| Kassa och bank | 167 558 | 8 021 | 95 474 |
| SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR | 5 418 510 | 3 536 442 | 6 615 858 |
| SUMMA TILLGÅNGAR | 32 941 394 | 16 150 659 | 29 126 353 |

Balansräkning (forts)

| | 2009-03-31 | 2008-03-31 | 2008-12-31 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| EGET KAPITAL OCH SKULDER | | | |
| EGET KAPITAL | | | |
| Bundet eget kapital | | | |
| Aktiekapital | 2 287 519 | 1 750 000 | 2 287 519 |
| Reservfond | 75 700 | 75 700 | 75 700 |
| | 2 363 219 | 1 825 700 | 2 363 219 |
| Fritt eget kapital | | | |
| Överkursfond | 11 437 373 | - | 11 437 373 |
| Balanserat resultat | 1 373 503 | 1 067 884 | 1 067 884 |
| Periodens/årets resultat | -1 090 786 | -1 418 541 | 305 619 |
| | 11 720 090 | -350 657 | 12 810 876 |
| SUMMA EGET KAPITAL | 14 083 309 | 1 475 043 | 15 174 095 |
| Obeskattade reserver | | | |
| Obeskattade reserver | 2 025 000 | 1 734 305 | 2 025 000 |
| Långfristiga skulder | | | |
| Checkräkningskredit | 3 118 603 | 2 966 978 | 2 448 610 |
| Övriga skulder | 2 785 575 | 3 561 027 | 631 410 |
| | 5 904 178 | 6 528 005 | 3 080 020 |
| Kortfristiga skulder | | | |
| Förskott från kunder | 75 650 | 11 274 | 20 839 |
| Leverantörsskulder | 8 750 550 | 5 678 978 | 6 421 151 |
| Skatteskulder | 10 498 | 43 407 | - |
| Övriga skulder | 1 564 464 | 679 647 | 1 240 382 |
| Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter | 527 745 | - | 1 164 866 |
| | 10 928 907 | 6 413 306 | 8 847 238 |
| SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER | 32 941 394 | 16 150 659 | 29 126 353 |
| Ställda säkerheter | | | |
| För egna skulder och avsättningar | | | |
| Företagsinteckningar | 7 920 000 | 7 170 000 | 7 170 000 |
| Ansvarsförbindelser | inga | inga | |

Kassaflöde

| (SEK) | jan - mars 2009 | jan -mars 2008 | helår 2008 |
|--|--------------------|-------------------|--------------------|
| Den löpande verksamheten | | | |
| Rörelseresultat | -891 374 | -1 187 718 | 1 180 389 |
| Ej likviditetspåverkande poster | 408 644 | -44 252 | 780 240 |
| Återföring avskrivningar | 774 892 | 1 174 324 | 3 906 520 |
| Erhållna ränteintäkter | 1 975 | 151 | 45 487 |
| Betalda räntekostnader | -201 386 | -230 975 | -493 433 |
| Betald skatt | 19 075 | -255 331 | -649 779 |
| KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN | 111 826 | -543 801 | 4 769 423 |
| Förändring av rörelsekapital | | | |
| Förändring av varulager | 644 596 | 118 949 | -544 729 |
| Förändring av kundfordringar | 754 580 | 1 033 268 | -365 273 |
| Förändring av övriga rörelsefordringar | -204 819 | -299 554 | -896 254 |
| Förändring av leverantörsskulder | 2 229 586 | 1 624 705 | 2 366 880 |
| Förändring av övriga rörelseskulder | -91 918 | -138 424 | 851 492 |
| KASSAFLÖDE EFTER FÖRÄNDRING AV RÖRELSEKAPITAL | 3 443 851 | 1 795 143 | 6 181 539 |
| Investeringsverksamheten | | | |
| Investering i materiella anläggningstillgångar | -5 787 281 | -2 400 691 | -15 029 165 |
| KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN | -5 787 281 | -2 400 691 | -15 029 165 |
| Finansieringsverksamheten | | | |
| Nyemission | - | - | 11 974 892 |
| Förändring räntebärande lån | 2 154 165 | -37 500 | -2 340 000 |
| KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN | 2 154 165 | -37 500 | 9 634 892 |
| SUMMA | -189 265 | -643 048 | 787 266 |
| Årets / periodens kassaflöde | -189 265 | -643 048 | 787 266 |
| Likvida medel vid årets /periodens början | -2 353 136 | -2 360 162 | -2 360 162 |
| Kursdifferens i likvida medel | -408 644 | 44 253 | -780 240 |
| LIKVIDA MEDEL VID ÅRETS/ PERIODENS SLUT | -2 951 045 | -2 958 957 | -2 353 136 |
| Likvida medel, specifikation | | | |
| - Kassa och bank | 167 558 | 8 021 | 95 474 |
| - Checkräkningskredit | -3 118 603 | -2 966 978 | -2 448 610 |
| | -2 951 045 | -2 958 957 | -2 353 136 |

Förändring av eget kapital

| (SEK) | jan - mars 2009 | jan -mars 2008 | Helår 2008 |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|
| Eget kapital vid periodens ingång | 15 174 095 | 2 893 584 | 2 893 584 |
| Nyemission | - | - | 13 867 866 |
| Emissionskostnader | - | - | -1 892 974 |
| Årets / periodens resultat | -1 090 786 | -1 418 541 | 305 619 |
| EGET KAPITAL VID PERIODENS UTGÅNG | 14 083 309 | 1 475 043 | 15 174 095 |

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.

Abbonentportfölj

Antal abonnerande kunder vid periodens utgång.

Kassaflöde från abonnentportföljen

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

Återbetalningstid för investeringar i nya kunder (år)

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

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

