

**Delårsrapport
Januari - Juni 2008**



Ökad omsättning och fortsatt stark tillväxt i abonnentportföljen

- Antal nya abonnenter ökar med 121% jämfört med 1 januari - 30 juni 2007
- Omsättningen ökar med 45%
- Återbetalningstiden för investeringar i nya kunder minskar till 3,3 år (3,4)

Delårsrapport 1 Januari - 30 Juni 2008

Försäljningen uppgick till 13,3 MSEK (9,2)

Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till 1,4 MSEK (1,2)

Resultat per aktie uppgick till -0,17 SEK (-0,11)

VD kommentarer

Verksamheten fortsätter att utvecklas positivt. Vi har ett attraktivt erbjudande som ger oss fördelar i jämförelse med våra konkurrenter samtidigt som vi förbättrar våra operativa nyckeltal. Det har visat sig att vi har hittat en modell för att växa snabbt och kostnadseffektivt.

Försäljningen av Trygghetsabonnemang™ ökar med 121 procent jämfört med första halvåret förra året. Aldrig tidigare i företags historia har abonnentportföljen ökat i samma utsträckning. Första halvåret anslöts lika många abonnerande kunder som under hela 2007. Det motsvarar en nettotillväxt om 56 procent på rullande 12 månader vilket visar att vi har en bra takt i vår nyförsäljning. Vi skall fortsätta växa abonnemangsportföljen samtidigt som vi har kontroll över återbetalningstid och kundavgångar. 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. Vi räknar med en fortsatt god efterfrågan för resterande del av året vilket innebär att nettotillväxten för helåret följaktligen kommer att öka ytterligare.

Nettoomsättningen ökar med 45 procent jämfört med första halvåret 2007. Både produktförsäljning och abonnemangsförsäljning ökar. Produktförsäljningen består av lås, larm, bransläckare m m som marknadsförs tillsammans med våra samarbetspartners. En

ny e-butik tillkom under juni månad - SEB Säkerhetsbutik med SEBs bolånekunder som främsta målgrupp.

I tillägg till den starka tillväxten kan vi uppvisa förbättrade operativa nyckeltal med kortare återbetalningstid och en fortsatt låg andel kundavgångar.

Återbetalningstiden för investeringar i nya kunder förbättras till 3,3 år (3,4) andra kvartalet och 3,6 år på rullande 12 månader (3,8 för helåret 2007), trots att vi ökat marknadsföringsinsatserna rejält under perioden. Kundavgångarna är fortsatt låga med 3,2 procent, och är enligt vår uppfattning den lägsta i branschen. Det ger en god marginal till beräkningen att kunderna i genomsnitt stannar ca 15 år. Vi räknar med att kundavgångarna ligger kvar på denna nivå för helåret.

Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) årets första 6 månader ökade till 1,4 MSEK (1,2). Resultatet efter finansiella poster minskade till -1,5 MSEK (-1,1) vilket i jämförelse med föregående år är i linje med omsättningsökningen om 45 procent.

Sammantaget kan vi uppvisa en högre produktförsäljning och en väsentligt högre tillväxttakt av abonnerande kunder, vilket är starkt värdeskapande.



Innehåll

VD kommentar	2
Nyckeltal	4
Kort om Trygga Hem	5
Marknad och försäljning	7
Bolagets utveckling	9
Rapport från styrelsen	11
Resultaträkning	13
Balansräkning	14
Definitioner	15

Nyckeltal

OPERATIVA NYCKELTAL

	1 jan-30 jun 2008	1 jan-30 jun 2007
Nettotillväxt i abonnentportföljen, %	56	37
Abbonentportfölj, antal	6 051	3 870
Kundavgångar, %	3,2	4,8
Återbetalningstid år	3,3	3,4

FINANSIELLA NYCKELTAL

	1 jan-30 jun 2008	1 jan-30 jun 2007
Nettoomsättning, KSEK	13 403	9 226
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA), KSEK	1 358	1 233
Resultat före skatt, KSEK	-1 540	-1 057
Soliditet, %	64	32
Kassaflöde från abonnentportföljen (årstakt, brutto), KSEK	13,6	7,3

Nettotillväxt i kundportföljen och återbetalningstid beräknas på rullande 12 månader. Återbetalningstiden beräknas för innevarande kvartal.

Operativa nyckeltal

Samtliga operativa nyckeltal förbättras. Bolagets abonnentportfölj uppvisar en stark tillväxt samtidigt som återbetalningstiden och kundavgångarna minskar.

Finansiella nyckeltal

Nettoomsättningen ökar med 45 procent till 13,4 MSEK (9,2) och rörelseresultatet stärks. Resultat före avskrivningar (EBITDA) uppgick till 1,4 MSEK (1,2) och resultat före skatt -1,5 MSEK (-1,1). Resultatet före skatt är i jämförelse med föregående år i linje med den ökade omsättningen.

Framtidsutsikter

Vi ser ingen avmattning i marknaden, tvärtom, räknar vi med en fortsatt god efterfrågan resterande del av året.

Finansiell kontakt

Jonas Hallberg, VD, 08-625 97 70 alt 070-310 09 01

info@tryggahem.se
www.tryggahem.se

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 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. Abonnentportföljen har växt kontinuerligt och utgör nu den största intäktskällan i Bolaget.

Marknad med goda tillväxtmöjligheter

Marknaden för hemlarm är relativt obearbetad och starkt växande. Den skandinaviska marknaden ökar kraftigt och kombinationen av en låg andel larm där 9 av 10 hushåll saknar ett anslutet larm och en stor målgrupp - 10,5 miljoner hushåll - ger utrymme för en god tillväxt.

Larmcentralstjänsten Trygghetsabonnemang™

Varje ny kund betalar en startavgift och därefter ett månadsabonnemang. Investeringen i nya kunder motsvarar kostnaden för marknadsföring, försäljning, material, installation & support och återbetalas genom intäkter från abonnemangen. Investeringens återbetalningstid är direkt relaterad till månadskostnaden som är bolagets viktigaste intäktström. Hårdvaran ägs alltid av Trygga Hem.

Produktförsäljning

Produkterna säljs genom 6 st olika e-butiker i samarbetet med våra försäljningspartners. 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. Vi har även ett anpassat utbud för personligt skydd med bl a legala självförsvarssprayer och mobila överfallsalarm.

Försäljningsstrategi

Våra kunder hittar oss via våra strategiska försäljningspartners, genom 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), Hyresgästföreningen (535 000) och SEB.

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

Operativa nyckeltal

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

Finansiella mål

Vår långsiktiga målsättning 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.

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.



Marknad och försäljning

Balanserat kassaflöde från produkter och tjänster

Intäktsmodellen består av två delar: dels produktförsäljning som faktureras vid leverans, dels intäkter från Trygghetsabonnemang™ med en startkostnad samt därefter ett löpande månadsabonnemang.

All produktförsäljning påverkar kassaflödet positivt i motsats till Trygghetsabonnemang™ som initialt påverkar kassaflödet negativt eftersom de faktiska kostnaderna för marknadsföring, hårdvara och installation överstiger startkostnaden som kunden betalar. Produktförsäljningen utgör också ett utmärkt komplement i kunderbjudandet.

Ökad försäljning av både tjänster och produkter

Försäljningen av både produkter och tjänster ökar under årets första 6 månader. Omsättningen ökade till 13,4 MSEK (9,2) vilket motsvarar en ökning med 45 procent.

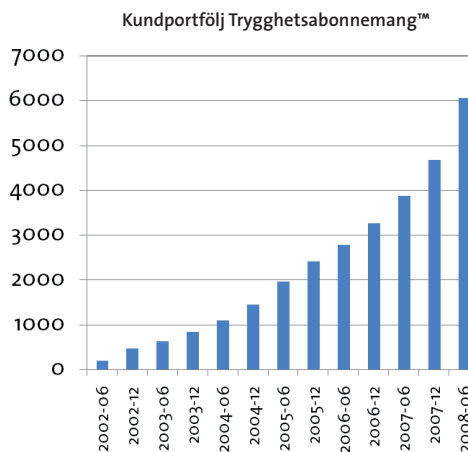
Produktförsäljningen ökar till 3,5 MSEK (3,4) en ökning med 3 procent jämfört med föregående period förra året.

Den kraftigaste ökningen sker på tjänstesidan där omsättningen ökar till 9,9 MSEK (5,8) vilket är en ökning med 71 procent. Den största delen utgörs av kassaflödet från abonnentportföljen som nu uppgår till 6,6 MSEK (4,2) för perioden.

Kundportfölj Trygghetsabonnemang™

Kassaflödet från kundportföljen med Trygghetsabonnemang™ utgör den viktigaste intäktsströmmen för Bolaget. Kundportföljens värde påverkas framförallt av tre faktorer: *nettotillväxten* av nya kunder, *d v s nyetablerade kunder minskat med kundavgångar, bidrag per kund och månad* samt kundernas *genomsnittliga livslängd*.

Nettotillväxten i abonnentportföljen är 56 procent (37) beräknat på rullande 12 månader. Under årets första 6 månader anslöts lika många abonnemangskunder som under hela 2007. Jämfört med motsvarande period förra året innebär det en ökning av antalet nya anslutna kunder med 121 procent.



Målsättningen är att fortsätta växa abonnemangsportföljen samtidigt som vi har kontroll över återbetalningstid och kundavgångar.

Kostnadseffektiv försäljningsstrategi

Trots att vi ökar vår marknadsföring och fördubblar intaget av nya kunder sjunker återbetalningstiden vilket är ett resultat av en kostnadseffektiv försäljningsstrategi. Vi räknar med en fortsatt god efterfrågan för resterande delen av året vilket innebär att nettotillväxten för helåret följaktligen ökar ytterligare.



Bolagets utveckling

“ 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. ”

Operativa nyckeltal

Verksamheten fortsätter att utvecklas positivt med en mycket god kundtillströmning. Under årets första 6 månader anslöts lika många abonnerande kunder som under hela 2007.

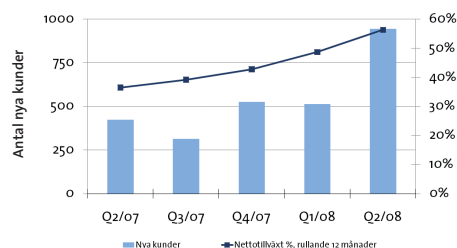
Nettotillväxten i kundportföljen med Trygghetsabonnemang™ är 56 procent (37), på rullande 12 månader. Efterfrågan är fortsatt god och med en bibehållen tillväxttakt resterande del av året så kommer följaktligen nettotillväxten för helåret att öka ytterligare.

Kundavgångarna är fortsatt låga med 3,2 procent (4,8). De låga kundavgångarna indikerar stabiliteten i kundportföljen och ger god marginal till våra beräkningar om en genomsnittlig livslängd om ca 15 år. De högre kundavgångarna historiskt härör från f.d Svenska Direktlarmkunder som vi förvärvade 2004. Den kvarvarande andelen av dessa kunder i kundportföljen är ca 1,5 procent.

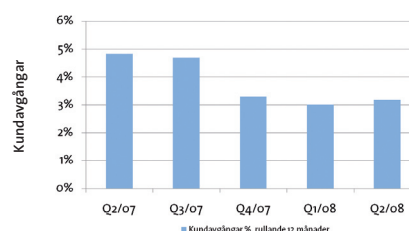
En låg andel kundavgångar är en viktig faktor för lönsamhetsutvecklingen och vi erfar att våra kundavgångar är de lägsta i branschen. Det indikerar att våra kunder är väldigt nöjda. Det låga kundtappet är också en följd av att våra kunder själva har gjort ett aktivt val att använda oss som leverantör till skillnad från våra kollegor som i allt väsentligt jobbar med uppsökande försäljning. Vi räknar med att kundavgångarna för helåret kommer att ligga kvar på denna nivå.

Återbetalningstiden för nya kunder minskar till 3,3 år (3,4) för andra kvartalet, trots att marknadsföringsinsatserna ökade väsentligt. Beräknat på rullande 12 månader blir återbetalningstiden 3,6 år att jämföra med 3,8 år för helåret 2007. Beträffande materialkostnad, installation & support har det inte skett några väsentliga förändringar. Återbetalningstiden är kostnaden för investering i en ny kund delat med nettobidraget per kund och år. När kundintaget ökar fördelas gemensamma kostnader på fler abonnenter, vilket minskar återbetalningstiden av värvningskostnaden för varje nytt abonnemang. 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.

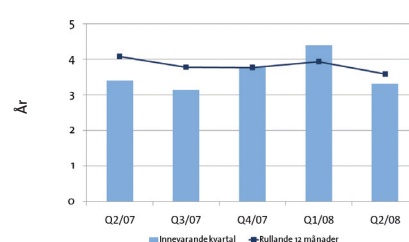
Kundportfölj, nya kunder och nettotillväxt



Kundavgångar



Återbetalningstid, nya kunder



Bolagets utveckling (forts)

Väsentliga händelser

Under perioden har en spridningsemission genomförts och bolagets aktie noterades på OMX First North. Certified advisor på First North är G & W Kapitalförvaltning. Emissionen 13,8 MSEK blev fulltecknad och Lannebo Fonder Micro Cap gick in som tredje största ägare. Antal aktier efter emissionen uppgår till 9 150 078 st. Kursen vid emissionen var 6,43 kr per aktie och vid senaste handel 2008-08-26 noterades kursen till 7,60 kr per aktie.

Bolaget försätter att utöka och stärka närvaron med egna filialer i tre nya regioner: Jönköping och tidigare kommunicerade etableringar i region Värmland (Karlstad) och Mälardalen (Köping).

Antalet anställda ökar till 21 personer (12).

En ny e-butik tillkom under juni månad - SEB Säkerhetsbutik med SEBs bolånekunder som främsta målgrupp.

Händelser efter periodens utgång

Inga väsentliga händelser har inträffat efter periodens utgång.

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten ökar under årets första 6 månader till 1,2 MSEK (0,5) Kassaflödet från investeringsverksamheten blev -6,3 MSEK jämfört med -2,8 MSEK samma period förra året. De ökade investeringarna består i allt väsentligt av nya larmanläggningar - Trygghetsabonnemang™. Kassaflödet från finansieringsverksamheten ökade till 11,7 MSEK (2,3) och utgörs av det kapitaltillskott som tillfördes bolaget genom spridningsemissionen minskat med amorteringar av upptagna krediter.

Periodens kassaflöde ökade till 6,5 MSEK (0,1). Likvida medel vid periodens slut var 4,4 MSEK (-2,2).

Finansiell ställning

Den spridningsemission som genomfördes tidigare under året har stärkt bolagets egna kapital och ökat soliditeten till 64 procent (32). Bolagets disponibla medel för perioden uppgick till 7,3 MSEK (0,8) och utgörs av bolagets krediter och likvida medel. Nettotillgångar vid periodens slut är 1,2 MSEK (-6). Finansnettot blev -0,4 MSEK (-0,2) för perioden.

Risker och osäkerhetsfaktorer

De risker och osäkerhetsfaktorer som Bolaget är exponerat för beskrivs i årsredovisningen för 2007. Inga väsentliga förändringar har skett som ändrat redovisade risker.

Redovisningsprinciper

Principerna är oförändrade jämfört med föregående år. Periodisering av intäkter och utgifter samt aktivering av installerade larmanläggningar har skett enligt god redovisningssed. Övriga tillgångar och skulder har upptagits till anskaffningsvärde där inget annat anges.

Rapport från styrelsen

Rättvisande bild

Styrelsen och verkställande direktören bekräftar härmed att, såvitt vi vet, denna halvårsrapporten 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 balansräkningar.

Denna rapport är inte granskad av Bolagets revisorer.

Sollentuna 2008-08-29

Lisbeth Gustafsson Jonas Gudmunds Andreas Hagegård Paul Hastings
Ordförande

Anders Forssblad Peter Majanen

Jonas Hallberg
Verkställande Direktör

Kommande rapporter

Trygga Hems bokslutskommuniké presenteras 12 februari 2009.



Trygga Hem 5000 för anslutning till larmcentral alternativt uppringt larm till kundes egna telefonnummer

Resultaträkning

	2008-06-30	2007-06-30
Nettoomsättning	13 402 702	9 225 522
Förändring av varulager	- 126 040	3 376
Övriga rörelseintäkter	285 844	4 186
Aktiverade installerade larmanläggningar	6 175 877	2 768 253
	19 738 383	12 001 337
Handelsvaror	-6 530 838	-3 550 242
Övriga externa kostnader	-7 934 884	-4 731 713
Personalkostnader	-3 914 407	-2 486 103
	-18 380 129	-10 768 058
RÖRELSERESULTAT FÖRE AVSKRIVNINGAR (EBITDA)	1 358 254	1 233 279
Avskrivningar och nedskrivningar av anläggningstillgångar	-2 522 836	-2 038 617
RÖRELSERESULTAT	-1 164 582	-805 338
Finansiella intäkter och kostnader		
Ränteintäkter och liknande resultatposter	22 499	837
Räntekostnader och liknande resultatposter	-397 494	-245 542
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	-1 539 577	-1 050 043
Skatt	-	-
PERIODENS RESULTAT	-1 539 577	-1 050 043

	2008-06-30	2007-06-30
TILLGÅNGAR		
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR		
Installerade larmanläggningar och övriga anläggningar	15 120 463	9 842 434
Goodwill	54 584	163 677
Finansiella anläggningstillgångar	10 000	10 000
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	15 185 047	10 016 111
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR		
Varulager	2 337 425	142 892
Kundfordringar	2 190 453	2 111 646
Övriga fordringar	1 307 508	213 030
Likvida medel	4 330 440	22 755
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	10 165 826	2 490 323
SUMMA TILLGÅNGAR	25 350 873	12 506 434
	2008-06-30	2007-06-30
EGET KAPTITAL OCH SKULDER		
Eget kapital	15 066 016	2 692 618
SUMMA EGET KAPITAL	15 066 016	2 692 618
Obeskattade reserver		
Obeskattade reserver	1 734 305	1 734 305
Periodens resultat	-1 539 577	-1 056 875
	194 728	677 430
Långfristiga skulder		
Checkräkningskredit	-	2 239 149
Övriga skulder	3 098 527	3 804 000
	3 098 527	6 043 149
Kortfristiga skulder		
Leverantörsskulder	5 729 021	2 030 620
Övriga kortfristiga skulder	1 262 581	1 062 617
	6 991 602	3 093 237
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	25 350 873	12 506 434

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 innevarande kvartal.

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

