

27 maj 2016, Bräcke

EasyFill AB (publ.) – kvartalsrapport 1 2016.

Omsättningen i EasyFill AB (publ), org nr 556653-2924, uppgick till 10 116 tsek (6 602 tsek) under kvartal 1 2016. En omsättningsökning med ca 3500 tsek eller 53% under perioden.

Bolaget visar ett resultat före skatt på 244 tsek (- 866 tsek) en vinstökning på 1 100 tsek före avskrivningar och aktiveringar för perioden vilket förklaras med att försäljningen i olika länder nu sakta men säkert kommit igång runt om i världen.

Nyckeltal i koncernen, TSEK

Period: Kvartal 1, 2016 (Kvartal 1, 2015) TSEK

Omsättning: 10 116 (6 602)

Rörelseresultat efter avskrivningar: 453 (- 655)

Resultat efter finansiella poster: 244 (- 866)

Rörelsemarginal: 4,48 (- 9,95)

Antal aktier: 53 538 316 (48 609 379)

Resultat per aktie, kr: 0,0005 (-0,0018)

Soliditet: 47,46 (52,73)

Redovisning av resultat och kommentarer.

Enjoy Sales AB (helägt dotterbolag för försäljning av kylar på den svenska marknaden)

Eftersom Enjoy Sales jobbar med årsbudgetar från våra kunder där kvartal 1 är väntans kvartal inför högsäsong i kvartal 2 och 3, således byggs lager upp kvartal 1 för att klara av att leverera enligt dessa budgetar. För Enjoy Sales har kvartal 1 2016 i princip samma siffror som motsvarande kvartal 1 2015 vilket visar att Enjoy Sales enskilt kommer att gå med ca 3 miljoner i vinst 2015 om inget oförutsett sker.

Ett av flera skäl till Enjoys Sales framgångar är att många butiker helt enkelt inte accepterar att det ställs ut kylskåp för läsk utan RotoShelf vilket även gynnar Enjoy Sales AB som leverantör av kylar till bla Spendrups, Carlsberg, Willys o.s.v. Dock är viktigt att veta att Enjoy Sales konkurrenter på den Svenska marknaden också har tillgång till RotoShelf men med många års



erfarenhet på marknaden för läskedrycksskylskåp och släktskapet till EasyFill har Enjoy Sales klara fördelar.

EasyFill AB (moderbolag i koncernen med produktansvar för RotoShelf)

ÄNTLIGEN! Detta enda ord kan få symbolisera och summera detta första kvartal 2016.

Som det flertalet gånger tidigare har meddelats tar det lång tid från en första kontakt till konkreta beslut och tester av Bolagets produkter. Utvärderingar görs av varje enskild kund då ingen litar på någon annans resultat. EasyFill har skickat produkter för utvärdering till flertalet platser runt jorden, bla till ett flera länder i Europa, Australien/Nya Zeeland, USA, Sydafrika och mellanöstern och det som skett under första kvartalet 2016 är att resultatet av dessa tester och provinstallationer nu börjar bära frukt.

Organisationen hos EasyFill AB har under kvartalet tagit en mer supporterande roll där fokus legat på att underlätta vardagen för dotterbolaget EasyFill GmbH och återförsäljarna samt utveckla nya kontakter och genomföra marknadsbearbetning på olika sätt runt om i världen.

Finansiella kommentarer:

Koncernen har under Q1 upptagit ett lån på 5 miljoner av Nordiska Kreditmarknads aktiebolag. Likviditeten har under många år varit ansträngd och när nu bolaget ökar försäljningen så kommer som ett brev på posten behov av mer likvida medel. Att vi valde Nordiska istället för vår husbank Swedbank är för att våra relationer med dem inte är så bra efter alla år med röda siffror, men det kommer nu förändras när försäljningen skjuter i höjden.

På bolagsstämman i maj 2014 beslutade stämman att teckningsoptioner om 2 500 000 som finns i bolaget skulle förlängas till den 30/6 2016 med en lösenkurs om 2,98 sek. På bolagsstämman gällande 2015 som kommer att hållas i Sollentuna den 2 juni 2016 har styrelsen ett förslag där 1 000 000 av dessa teckningsoptioner förlängs med två eller tre år. Tanken är att dessa kommer att användas i ett optionsprogram för nyckelmedarbetare. De återstående 1 500 000 teckningsoptionerna kommer troligen att tecknas, inget är klart förrän den som har dessa betalt in pengarna, men allt talar för att så kommer att ske och om så sker så kommer bolaget likviditet att förstärkas med 4 500 000 – 7 500 000 beroende på bolagsstämmans beslut.

Täckningsbidraget på Bolagets produkter är högre än vad som är normalt skälet till det är att bolaget under alla år utvecklat produkter, patenterat och tillverkat produktionsverktyg har detta kostat stora pengar som nu skall återbetalas till bolaget. Samtliga produktionsverktyg bolaget tagit fram



produktionsverktyg för ca 12 miljoner dessa investeringar har betalats kontant vilket kan tyckas fel men den som inte har skulder är fri i sina beslut.

Bolagets långfristiga skulder exklusive fakturakrediter är i dag ca 7 miljoner vilket får betraktas som ytterst lite. Man skall betänka att Bolaget äger produktionsverktyg för ett tillverkningsvärde av ca 12 miljoner, har för närvarande färdiga patent i 16 länder för RotoShelf Mono, 26 länder för RotoShelf Multi samt i 27 länder för SwingOut Ambient. Nya länder tillkommer hela tiden allt eftersom de patent pending-ansökningarna som finns inlämnade konverteras till färdiga patent. Bolagets har färdiga patent och patent pending i följande regioner: Europa, USA, Ryssland, Turkiet, Brasilien och ett flertal andra länder. Bolagets patent gäller till mellan åren 2027-2030 i många länder. Utöver detta har bolaget producerat många hundra kompletta RotoShelf hyllsystem och skickat ut gratis för tester runt om i världen.

Allt i ovanstående betalat och klart.

Försäljning:

Bolagets strategi för att nå försäljningstillväxt är att:

- **Patentera unika lösningar för att revolutionera marknaden för kommersiella kylskåp, öppna kylmöbler och butiksinredning.**
- **Etablera starka kundrelationer med internationella kunder på hemmamarknaden.**
- **Sälja och distribuera sina egenutvecklade produkter i egen regi samt genom sina samarbetspartners och återförsäljare.**

Under det första kvartalet 2016 har Bolaget mottagit fler ordrar till ett större värde än någonsin tidigare på likvärdig period.

Momentum kommer från de strategiskt viktiga ordrar som tidigare rapporteras. Det mest glädjande med dessa ordrar är att alla inblandade parter säger att det är bara första, mindre, beställningar och att den stora volymen kvarstår. Detta grepp i marknaden har alla på Bolaget jobbat hårt för och sammantaget är känslan att ketchupeffekten är påtaglig.

Kunder och status på pågående projekt

EasyFill GmbH – marknad Tyskland

Det tyska bolaget har sedan starten hösten 2015 snabbt accelererat och har redan etablerat viktiga kontakter i butiksledet och hos de största tillverkarna.

De första installationerna av RotoShelf genomfördes under kvartalet. Några av de största butikskedjorna i Tyskland genomför nu marknadstester på Bolagets produkter, RotoShelf och SwingOut i så väl kylskåp för dryck, kyldiskar för dryck och mejeri, som ej kylda varor exempelvis glaskonservor och bröd. Tidiga återkopplingar talar om belåtna kunder och goda resultat.

RotoShelf 1250/2 testas i kyldiskar sedan slutet av Q1 och fortgår en bit in i Q2. SwingOut Ambient för en stor variation av varor bland annat färskt bröd,



glaskonserver etc. är installerade och utvärderas fortlöpande i flera butiker i Tyskland, installationerna är gjord hos de två stora butikskedjorna på marknaden Edeka med ca 5000 butiker och Rewe med ca 3000 butiker, utfallet på testerna är överväldigande och en stor butiksägare med 12 butiker Edeka kedjan med omsättningar på flera miljarder har kontaktat bolaget och lämnat beställning till samtliga sina tolv butiker.

Tack vare de väletablerade relationerna med Frigoglass har Bolaget sålt ett antal kylskåp med RotoShelf till butikskedjorna och detta har fått Frigoglass Tyskland att få upp ögonen för intresset från marknaden. Frigoglass har därefter placerat ett kylskåp med RotoShelf hos den Tyska grenen av världens största läskedryckstillverkare.

EasyFill GmbH har även funnit en samarbetspartner för installationer i butik samt en logistikpartner för att genomföra förmontering och transporter. Detta gör att man kan fokusera ytterligare på kundbearbetning och försäljning.

Tack vare goda befintliga relationer med tillverkarledet har samarbeten med tre stora tillverkare av kyldiskar påbörjats och trots att samarbetena är i sin linda har redan mycket positiva signaler framkommit. Dock inga konkreta ordrar men då Bolaget av erfarenhet av dylika samarbeten vet att det tar förhållandevis lång tid att åstadkomma något konkret är läget bättre än förväntat. Den största producenten av kyldiskar (ett stort USA ägt företag) har meddelat att man kommer att anpassa produkter för att optimera RotoShelf vilket är att ses som ett genombrott då det tidigare varit tvärt om, RotoShelf har anpassats till kyldisken.

EasyFill AB – marknad Sverige

Då den svenska organisationen fokuserat på att assistera internationell försäljning har den Svenska delen till viss del blivit eftersatt. Den säljare som Bolaget hade på den svenska marknaden fram till slutet av 2015 har inte ersatts. Men rekrytering av en försäljningschef Norden har inletts.

Trots detta har ett större antal RotoShelf för kyldiskar sålts till den största butikskedjan via den största tillverkaren av kyldiskar där det även hållits ett längre möte för att fördjupa samarbetet.

Även en ny aktör har tillkommit och en första, mindre, order har mottagits.

De marknadsaktörer som placerar ut läskedryckskylskåp på den Svenska marknaden fortsätter oförtrutet med utplaceringar. I dag är det svårare att finna en butik i Sverige som inte har en läskedryckskyl med RotoShelf än att finna en utan.

EasyFill AB – marknad Globalt:

Samarbetspartners:

USA:

Utvecklingen i USA EasyFill har under de senaste två åren varit i kontakt med tre olika företag i USA som alla önskat skriva ensamrättsavtal med EasyFill för



den amerikanska marknaden. Ett av de företag som känts mest intressant på grund av deras breda kontaktnät inom livsmedelsbranschen är Marco Company med säte i Fort Worth (Texas). Efter möten i Europa, mail och telefonkonferenser beslutades att VD i EasyFill, Håkan Sjölander, och styrelseledamoten Hans Bergh skulle åka och besöka dem vilket skedde i mars 2016. Fabriksbesök, möte med ägare och företagsledning var positivt och efter noggrant övervägande har EasyFills företagsledning beslutat om att starta ett samägt företag med Marco Company.

Under mer än 30 år har Marco Company försett den nordamerikanska livsmedelsindustrin med innovativa och kostnadseffektiva merchandising produkter. Företaget är familjeägt och har idag cirka 1 000 anställda i Nordamerika och 750 st i Asien. Företaget har sex fabriker i USA en i Brasilien och två i Asien. Marco Company säljer produkter på en marknad med ca 700 miljoner människor. (obs Asien är inte med i dessa siffror) Marco Company har idag avtal med de 25 största livsmedelsbutikskedjorna i USA.

Marco Company har med sina företag nästan alla verktyg som behövs för att producera, marknadsföra och sälja EasyFills produkter. De båda företagen har beslutat att starta ett företag tillsammans med en Joint venture-lösning innebärande en ägarandel på 50 procent vardera som kommer att sälja EasyFills produkter på den nordamerikanska marknaden under företagsnamnet EasyFill America LLC. All produktion kommer att ske i USA på Marco Companys fabriker.

Sydafrika:

Bolagets återförsäljare i Sydafrika har bearbetat den lokala marknaden och fört diskussioner med samarbetspartners och butikskedjor i regionen. Under 2015 genomfördes längre omfattande tester tillsammans med en större livsmedelsbutikskedja. Dessa tester har fallit väl ut och data från dessa installationer visar på massiva minskningar av svinn på grund av utgången datum och i slutet av Q1 2016 fattade butikskedjan beslut om att gradvis rulla ut RotoShelf till sin närmare 400 butiker. Butikskedjan driver även 1600 bensinstationer i södra Afrika och intresset för EasyFills produkter är mycket stort även där.

Under Q1 har diskussioner förts med de tre största livsmedelsbutikskedjorna och under Q2 planeras det för flertalet installationer, initialt för test och utvärdering då butikerna vill samla in sin egen data.

Norge:

I Norge har bolagets återförsäljare, M&F Systemer, under kvartalet som passerat gjort ett antal installationer på marknaden. Man har också fokuserat på centrala diskussioner och avtal med de stora livsmedelsbutikskedjorna. Först när central avtal finns på plats kommer volymen att öka, då eftermontering i enskilda butiker är tidskrävande och ingen långsiktigt hållbar strategi.

Övriga:

Bolagets övriga listade återförsäljare har fortsatt att bearbeta sina respektive marknader och har kommit olika långt. Förutom dessa, etablerade, partners



har Bolaget letat nya lämpliga samarbetspartners i, i första hand, de stora Europeiska marknaderna. Diskussioner har påbörjats i bla Spanien och Storbritannien.

Tillverkare:

På den europeiska marknaden har Bolaget fortsatt samarbeta med de ledande tillverkarna av kylskåp för dryck och under det gångna kvartalet har, strategiskt viktiga, ordrar tagits.

Leveranser kommer att ske under Q2 och köpare är de två största tillverkarna av läskedrycker i världen. Bland annat kommer besökare vid årets Europamästerskap i fotboll att kunna förfriska sig med väl kylda drycker från kylskåp med RotoShelf. Dessutom kommer man att vid besök i Storbritannien och världens största snabbmatskedja kunna välja sin dryck från kylskåp med RotoShelf, både dubbeldörrskylskåp och singeldörrskylskåp.

Flertalet tillverkare av både kylskåp och kyldiskar uttrycker intresse för Bolagets produkter och detta beror på de framgångsrika marknadstesterna som genomförts – livsmedelsbutikerna ställer krav på tillverkarna om att kunna erbjuda Bolagets produkter i större volymer.

Att samarbete med tillverkarna är viktigt då de står för stora försäljningsvolymer är uppenbart, men den mest betydelsefulla parten att bearbeta är butiken där kylan och inredningen används då det är användaren som drar nytta av Bolagets lösningar.

Framåt:

Utveckling av produkterna fortgår löpande och under Q2 kommer de första enheterna av Bolagets nya produkt, ColdFront, att levereras ut. Som tidigare informerats är ColdFront en ersättningsprodukt till dagens omoderna och onödigt komplicerade kyldiskar. ColdFront med dörrar i kombination med hyllsystemet SwingOut gör varuhanteringen betydligt effektivare och med minskning av svinn och ökad försäljning är ColdFront på allvar en resurssnål butikslösning.

Bolaget har många järn i elden och organisationen gör sitt yttersta för att ta hand om ordrar, leveranser, inköp och vidare försäljning. Organisationen stärks med en ny CFO med start på heltid från första juni men deltid från mitten av april. Ytterligare en resurs till utvecklingsavdelningen tas in och denna kommer primärt att avlasta konstruktionsarbete och CAD-ritning.

Det tyska bolaget har anställt ytterligare en säljare med anställningsstart första april 2016. Den lätta lastbil som Bolaget dekorerade och använder som rullande exponering har sedan slutet av 2015 rullat i Tyskland och har varit mycket framgångsrik. Detta framgångsrecept tar nu vår återförsäljare i Sydafrika efter och även där kommer en EasyFill brandad lastbil att rulla. De positiva resultaten av marknadstesterna har resulterat i att butikskedjan som genomförde testerna har beslutat om en omfattande utrullning av RotoShelf till sina omkring 400 butiker. Initialt kommer det att ske stegvis men



Bolaget arbetar med att analysera tänkbara återförsäljare i två av de största europeiska länderna för att ytterligare öka trycket mot marknaden.

För den nordiska marknaden kommer Bolaget att påbörja rekryteringen av en säljare som, med utgångspunkt från kontoret i Stockholm, kommer att bearbeta de nordiska länderna.

När det gäller Nordamerika har det, för några dagar sedan, rapporterats om färdigt avtal med Marco Company. Under mer än 30 år har Marco Company försett den nordamerikanska livsmedelsindustrin med innovativa och kostnadseffektiva merchandising-produkter. Företaget är familjeägt och har idag mer än 1 000 anställda i Nordamerika och ca 750 st i Asien. Företaget har sex fabriker i USA, ett i Brasilien samt två i Asien. Marco har idag avtal med de 25 största livsmedelsbutikskedjor i USA, där de två största kunderna är Kroger och Walmart.

Marco Company kommer att tillverka samtliga produkter i sina egna fabriker och via sin egen försäljningsorganisation marknadsföra, sälja och installera EasyFills samtliga patenterade produkter på den nordamerikanska marknaden. Marco Company har i sitt företag i princip allt som behövs för att producera, marknadsföra och sälja EasyFills produkter, och det man inte har kommer man investera i.

För EasyFill koncernen betyder avtalet med Marco Company ett enormt stort steg mot det globala företags styrelsen och ledningen i bolaget har siktat mot.

EasyFill Holding LLC och EasyFill America LLC startas omedelbart och redan innan alla avtal var klara har Marco Company startat marknadsföringen av EasyFills produkter, och mottagandet hos de stora amerikanska butikskedjorna är enormt.

Bolagen kommer även att visa upp EasyFills produkter för dem Amerikanska marknaden vid FMI show i Chicago under slutet av juni och detta är att se som startskottet samarbetet bolagen emellan.

Kommentar från VD:

USA

Se pressmeddelande 2016-05-23 (EasyFills sida på Aktietorget under fliken Nyheter)

EasyFills kostnader för att driva EasyFill America kommer att vara ytterst begränsat eftersom all tillverkning, försäljning och marknadsföring kommer att ske genom Marco Company´s organisation. EasyFill America kommer enbart att betala en procentsats på försäljningspriset till Marco Company för det jobbet, dessutom kommer EasyFill America att erhålla en licensavgift på samtliga tillverkade EasyFill produkter.

Tyskland

Se pressmeddelande 2015-05-21 (EasyFills sida på Aktietorget under fliken Nyheter)



Som vi skriver ovan under Tyskland så har EasyFill flera tester med RotoShelf och SwingOut ute för test hos de två största butikskedjorna i Tyskland, Edeka med ca 5000 butiker och Rewe med ca 3000 butiker. Ägaren av Edeka butikerna där test sker har tolv butiker och omsättning på flera miljarder beställde x antal hyllsystem till sina samtliga 12 butiker under föregående vecka men den viktigaste frågan mannen i fråga ställde var om han kunde få köpa in sig som en av huvudägarna i bolaget. Svaret på frågan var nej men vem vet kanske skall vi starta upp ytterligare ett bolag i Tyskland och låta herrar med makt och pengar bli delägare, tveklöst kommer dylika tilltag öka EasyFills möjligheter ytterligare.

Sydafrika

Se pressmeddelande 2016-04-28 (EasyFills sida på Aktietorget under fliken Nyheter)

Jag var för fyra veckor sedan i Sydafrika på mäsas och kundbesök, tillsammans med vår återförsäljare hade vi kundmöte med en stor butikskedja, mötet varade i ca tre timmar. Efter en halvtimme visste jag inte vem som sålde till vem eftersom köparen var lika exalterad över våra produkter som vår man på plats.

Business Case (Marknadstest)

Se pressmeddelande 2016-04-28 (EasyFills sida på Aktietorget under fliken Nyheter)

Marknadstest från verkligheten som bör läsas

Övrigt

Utöver dessa länder har EasyFill affärer på gång i flera andra länder och världsdelar något som jag hoppas på att få presentera i flera kvartalsrapporter framåt.

I ett stycke ovan skriver jag: De marknadsaktörer som placerar ut läskedrycksskåp på den Svenska marknaden fortsätter oförtrutet med utplaceringar. I dag är det svårare att finna en butik i Sverige som inte har en läskedrycksskyl med RotoShelf än att finna en utan.

Världsmarknaden på läskedrycksskåp är enorm och i Sverige placeras ut tusentals årligen med RotoShelf, den Svenska marknaden är inte unik på något sätt vilket ger enorm potential World Wide för EasyFill, saker och ting tar tid men med patenterade produkter är inte tiden vår fiende.

Ny förändrad logo

Vår nya logo syns i huvudet på varje sida

Bolagsstämma

Se pressmeddelande om Bolagsstämman 2016-05-03 (EasyFills sida på Aktietorget under fliken Nyheter)



På Bolagsstämman i Sollentuna den 2 Juni kommer vi för första gången offentligt visa vår nya produkt ColdFront, samt delar av vårt övriga sortiment.

Vi bjuder på lättare förtäring, produktpresentationer av mig och Jens Nisu marknadsdirektör, Oliver Eischeid vår VD i EasyFill GmbH berättar om framgångarna i Tyskland, jag själv kommer att berätta om vår USA satsning och mycket, mycket mer.

Håkan Sjölander
VD
EasyFill AB

Denna rapport är inte granskad av företagets revisor

Nästa rapportdatum: 2016-08-31 Halvårsrapport

För mer information kontakta:

Håkan Sjölander
CEO
+46 70 59 444 69

hakan.sjolander@easyfill.se

Jens Nisu
Marketing Director
+46 70 660 58 82

jens.nisu@easyfill.se

James Gray
CFO
+46 70 660 54 94

james.gray@easyfill.se

www.easyfill.se

Kort om EasyFill

EasyFill AB (publ) är ett skandinaviskt utvecklingsbolag där huvudfokus är utveckling av produkter som förenklar hanteringen av varor i butiker och restauranger. De produkter som utvecklas skall patenteras och lanseras med världen som marknad tillsammans med samarbetspartners.

EasyFill har sin bas i Bräcke i Jämtland där utveckling, försäljning och administration sker. EasyFill AB är från den 22 maj 2007 listat på Aktietorget.

RESULTATRÄKNING	Koncernen		EasyFill	
	2016-01-01 2016-03-31	2015-01-01 2015-03-31	2016-01-01 2016-03-31	2015-01-01 2015-03-31
Belopp i KSEK				
Nettoomsättning	10 116	6 046	2 713	416
Övriga rörelseintäkter	0	556		
	10 116	6 602	2 713	416
Rörelsens kostnader				
Direkta varukostnader	-6 321	-4 912	-488	-513
Kostnader för dotterbolag Tyskland	-662		-662	
Personalkostnader	-1 162	-972	-621	-548

Övriga rörelsekostnader	-1 518	-1 373	-913	-728
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar.	0		0	0
Rörelseresultat	453	-655	29	-1 373
Resultat från finansiella poster				
Finansiella kostnader	0	-154		
Ränteintäkter och liknande resultatposter	1		1	1
Räntekostnader och liknande resultatposter	-210	-57	-59	-38
Resultat efter finansiella poster	244	-866	-29	-1 410
Extraordinära poster				
Resultat före skatt	244	-866	-29	-1 410
Skatt på årets resultat				
Dispositioner		0		
Årets resultat	244	-866	-29	-1 410

BALANSRÄKNING	Koncernen		EasyFill	
Belopp i SEK	2016-03-31	2015-03-31	2016-03-31	2015-03-31
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar	23 128	23 352	22 929	23 352
	23 128	23 352	22 929	23 352
Materialla anläggningstillgångar				
Inventarier, verktyg och installationer	2 719	2 325	2 719	2 325

	2 719	2 325	2 719	2 325
Finansiella anläggningstillgångar				
Finansiella anläggningstillgångar	533	900	1 182	950
	533	900	1 182	950
Summa anläggningstillgångar	26 380	26 577	26 830	26 627
Omsättningstillgångar				
Varulager mm				
Färdiga varor och varor på väg	9 110	8 887	1 662	1 075
Kortfristiga fordringar	13 433	7 891	6 148	8 317
Kassa o bank	634	1 694	23	1 035
Summa omsättningstillgångar	23 177	18 472	7 833	10 427
SUMMA TILLGÅNGAR	49 557	45 049	34 663	37 054

BALANSRÄKNING	Koncernen		EasyFill	
Belopp i SEK	2016-03-31	2015-03-31	2016-03-31	2015-03-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Aktiekapital	5 347	4 861	5 347	4 861
Pågående emission	0	9 926		9 926
Bundna reserver	1 151	0	476	
Fritt eget kapital	17 170	8 969	17 769	9 885
Summa eget kapital	23 668	23 756	23 592	24 672

Minoritetsintressen	0	0		
Långfristiga skulder				
Skulder till kreditinstitut	8 747	2 670	3 747	2 670
Konvertibel lån	2 516	2 516	2 516	2 516
	11 263	5 186	6 263	5 186
Kortfristiga skulder	14 626	16 107	4 808	7 196
	14 626	16 107	4 808	7 196
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	49 557	45 049	34 663	37 054

Nyckeltal i koncernen	2016-03-31	2015-03-31
Omsättning, KSEK	10 116	6 602
Rörelseresultat, KSEK	453	-655
Resultat före skatt, KSEK	244	-866
Rörelsemarginal %	4,48	-9,92
Antal utestående aktier vid periodens slut	53 538 316	48 609 379
Resultat per aktie, kr	0,0005	-0,018
Soliditet %	47,76	52,73%