



Delårsrapport första kvartalet 2022

Första kvartalet (januari – mars 2022)

- Nettoomsättningen för första kvartalet uppgick till 6,0 (5,2) MSEK
- Rörelseresultat (EBITDA) för första kvartalet uppgick till -3,7 (-0,7) MSEK
- Rörelseresultat (EBIT) för första kvartalet uppgick till -5,3 (-1,1) MSEK
- Resultatet per aktie för första kvartalet uppgick till -0,43 (-0,17) SEK
- Likvida medel vid periodens slut uppgick till 7,3 (11,4) MSEK

Väsentliga händelser under perioden

- Kumatana lanserade sin nya plattform med ny funktionalitet, säkerhet och design. All data har framgångsrikt flyttats över till den nya databasen och vi ser en positiv trend vad gäller användaraktivitet
- Unika användare har ökat med 200% under 2021 och vi når genom våra marknadsplatser 3,5 miljoner unika besökare årligen
- Bolaget har byggt ut sin organisation, öppnat ett nytt huvudkontor, skapar strategiska partnerskap och identifierat potentiella företagsförvärv för att stärka bolagets erbjudanden, intäkter och tillväxttakt
- Kumatana hade en officiell lansering av samgåendet mellan Kumatana och Zoomtanzania samt presenterade den nya plattformen vid ett medieevent i Dar es Salaam
- Kumatana har framgångsrikt påbörjat försäljning av webb-butiker samt fått in ett antal annonseringskunder
- Social Media Lab gick live med mikromarknadsföring för mäklarkedjan Properties & Partners genom SaaS plattformen Social Content
- Bolaget avslutade samarbetet kring digital vård i Afrika
- Goodwillavskrivningar uppgick för första kvartalet till ca 1,2 MSEK

Väsentliga händelser efter periodens utgång

- Migrering av Zoomtanzania in i Kumatana-plattformen fortlöper och bolaget räknar med att ha slagit ihop båda plattformarna i juni 2022 för att skapa en bättre användarupplevelse
- Försäljningen på Kumatana plattformen fortsätter att öka
- Bolaget har ingått en avsiktsförklaring om att investera 3,5 MSEK för 51% i det ledande mediebolaget Bongos Media Group. Bongos består av nyhetssajten www.Bongos.com och har över 4,5 miljoner följare på Instagram, Youtube och Facebook. Ledningen i Euroafrica ser starka synergier inom försäljning, marknadsföring och vidareetablering av varumärket

VD har ordet

Under det första kvartalet ökade Kupatana intäkterna. Bolaget sålde annonsering för ca 120 KSEK och under andra kvartalet hittills har vi sålt för ca 300 KSEK. För oss är detta ett kvitto på att annonsörer vill synas på Kupatana och tjänsten kommer att stärkas ytterligare när Zoomtanzania har migrerats in i Kupatana-plattformen. När Kupatana och Zoomtanzania med trafik och annonsinflöde är fullt integrerat i juni månad kommer fokus att ligga på marknadsföring, tillväxt och lönsamhet i plattformen.

Vår långsiktiga strategi är att lägga till många flera vardagstjänster för att växa och utveckla erbjudandet till en super-app. Vi är i långtgående diskussioner med företag om att bland annat erbjuda matleveranser, boka taxi, flyg och buss, köpa biobiljetter, betala elräkningar och skatter. Denna strategi har gjorts framgångsrikt i andra tillväxtmarknader och vi har en bra insikt från att noggrant studerat den tanzaniska marknaden och genomfört marknadsundersökningar. Resultaten är entydiga att marknaden efterfrågar flera tjänster som möjliggör att behålla användare längre. Med vår starka marknadsposition som marknadsplats kan vi korsbefrukta våra miljoner användare med andra tjänster och därmed skapa flera intäktskällor. Samtidigt har vi skrivit en avsiktsförklaring att investera i ett medieföretag, Bongos Media Group, för en majoritet i bolaget som möjliggör att vi kan få ut nyheter och marknadsföring av alla Kupatanas tjänster. Vi skapar ett embryo för ett ekosystem som liknar det Schibstedt har gjort för Blocket med bland annat Aftonbladet. Vi fortsätter att investera i utvecklingen av vår tekniska plattform för att göra det enklare och smidigare för våra användare att köpa och sälja produkter samt förbereder för flera tjänster.

Vårt andra dotterbolag, Social Media Lab, genomgick en större personalomsättning i början av perioden för vilket vi har sett ett utmanade första kvartal. Bolaget har genomfört en rad nyckelrekryteringar för både säljorganisationen och på utförande sidan. Många nya kundmöten har bokats och genomförts med stora varumärken. Ledtiderna i byråbranschen är långa och resultatet och lönsamheten i den nya personalen kommer vi att se längre fram.

Samarbetet med ClearOn och produkten SmartAd fortlöper. Vi har nu genomfört tre projekt med varumärken såsom Dafgård, Findus, Libresse. I den senaste kampanjen för Findus fick vi exceptionellt bra resultat vid sampling av deras nya produkt. Målet är att få SmartAds produkten att bli standard för alla ClearOns kunder som genomför kupongkampanjer. Intresset är högt för tjänsten bland företag som säljer sina produkter i dagligvaruhandeln.

Vår tjänst för automatiserad annonsering för mäklare är igång med Properties and Partners. Tjänsten automatiserar annonsering för bostadsmäklare, och innebär att annonser och optimering skapas helt utan handpåläggning av en människa. Vi ser redan nu att denna teknik kan komma att användas även för andra branscher och kommer därför fortsätta att utveckla tjänsten framåt. Vi lanserar under Q2 en mediaplanner i Social Content, som gör att kunderna får en ännu bättre och smartare vy av de digitala marknadsföringsinsatserna man gör under året. Säljavdelningen har börjat boka möten med nya potentiella kunder i en bra takt och vi kommer att se resultat från det arbetet inom kort.

Sammanfattningsvis är jag mycket positiv med den utveckling vi ser för Kupatana i Tanzania. Efter lanseringen ökar försäljningen och vi kommer att genomföra en större marknadsföringskampanj för tillväxt i både annonser, trafik och intäkter. Vi har satt en super-app strategi baserad på en gedigen studie, vi har skrivit olika former av avtal med företag som möjliggör denna strategi, vi har ett starkt utvecklingsteam och bra ledning i Dar es Salaam. Vi utökar säljavdelningen i Social Media Lab och har rekryterat seniora utförare vilket stärker verksamheten.

Philip Ebbersten, VD

Verksamheten

Euroafrica Digital Ventures i korthet

Euroafrica Digital Ventures AB (publ) är ett techbolag inom digital media. Bolaget har under mer än ett decennium arbetat med marknadsföring i digitala kanaler och utvecklat kundpassade SaaS-lösningar för effektivare och bättre resultat för marknadsföringskampanjer. Med en etablerad verksamhet i Norden har Bolaget tagit beprövade affärskoncept till tillväxtregionen Östafrika. Bolaget driver Tanzanias största digitala köp- och säljplattform och ska stärka denna befintliga plattform genom att nyttja synergier mellan Bolagets tekniska plattformar samt att expandera till andra tillväxtmarknader i Östafrika.

Verksamhetens utveckling

Euroafrica lanserade den nya plattformen för Kupatana med ny funktionalitet, säkerhet och design. Bolaget höll ett välbesökt medieevent i Dar es Salaam för att officiellt deklarerat att Zoomtanzania och Kupatana ingick i samma koncern samt lanseringen av den nya plattformen. Intresset var stort och Kupatana stängde en reklamaffär på 120 KSEK som är den största för Bolaget. Under perioden lanserade Kupatana webb-butiker där flera bilhandlare, fastighetsmäklare och elektronikaffärer har kommit ombord. Detta är det första steget till e-handel och Bolaget fortsätter att utveckla olika tjänster kring webb-butikerna.

Utveckling och lokalanpassning har fortsatt samtidigt som integrering av Zoomtanzania i Kupatana plattformen fortlöper. De båda plattformarna tillsammans når mer än 3,5 miljoner unika användare under 2021 vilket är en bra utgångspunkt för bolagets tillväxtplaner. Under perioden har strategin utvecklats till att lansera en super-app vilket betyder att Bolaget lägger till fler tjänster. Det är en strategi som flera bolag har gjort framgångsrikt i framförallt sydost Asien. En super-app möjliggör för våra användare att utföra flera vardagstjänster och där korsbefruktning av tjänster kan göras. Bolaget får flera intäktskällor men framförallt ökar möjligheterna att behålla app-användarna då majoriteten av smartphones inte tillåter ett obegränsat antal appar. Bolaget ingick ett samarbete med Uber Tanzania och har under perioden träffat och förhandlat med flera företag som erbjuder tjänster som passar väl in. Diskussioner med dessa företag innebär potentiellt ett antal förvärv men också genom samarbeten med intäktsfördelning.

Vårt andra dotterbolag, Social Media Lab, genomgick en större personalomsättning i början av perioden för vilket Bolaget har sett ett utmanade första kvartal. Bolaget har genomfört en rad nyckelrekryteringar för både säljorganisationen och på utförande sidan. Det är en startsträcka för den nya säljorganisationen tills vi ser högre tillväxt och lönsamhet i den nya personalen.

Samarbetet med ClearOn och produkten SmartAd fortlöper. Vi har nu genomfört tre projekt med varumärken såsom Dafgård, Findus, Libresse. Den senaste kampanjen för Findus gav exceptionellt bra resultat vid sampling av deras nya produkt. Målet är att få SmartAds produkten att bli standard för alla ClearOns kunder som genomför kupongkampanjer. Intresset är högt för tjänsten bland företag som säljer sina produkter i dagligvaruhandel.

Vår tjänst för automatiserad annonsering för mäklare är igång med Properties and Partners. Tjänsten automatiserar annonsering för bostadsmäklare, och innebär att annonser och annonsering skapas helt utan handpåläggning av en människa. Vi ser redan nu att denna teknik kan komma att användas även för andra branscher och kommer fortsätta utveckla tjänsten framåt.

Händelser efter rapportperiodens utgång

Den positiva utvecklingen för Kupatana fortsätter. Bolaget stängde nyligen affärer för ett värde av ca 300 KSEK vilket är ett kvitto på att annonsörer vill synas på plattformen. Migreringen av Zoomtanzania är i sin slutfas och när den integrationen är klar har plattformen en ännu större räckvidd. När integreringen är klar planerar Bolaget en större marknadsföringskampanj för att öka tillväxten i antal annonser, trafik och intäkter. Bolaget har inlett samarbete med Selcom som är Tanzanias ledande betallösningföretag med +40 olika betalkanaler. Bolaget har fortsatt med förbättringar på plattformen och inom kort kan användarna logga in med sina telefonnummer som verifieras via sms vilket ökar säkerheten och enkelheten. Bolaget utökar organisationen med en försäljningschef och en person inom kundservice.

Bolaget har skrivit en avsiktsförklaring med ett medieföretag, Bongo5 Media Group, om att göra en investeringen på 3,5 MSEK för 51% ägande i företaget. Detta är en strategisk investering som möjliggör för våra användare att få nyheter i Kupatana-appen och samtidigt få ut nyheter i Bongo5 om de bolag och tjänster som finns på Kupatana.

Bolagets strategi för att utveckla en super-app fortsätter. Efter periodens utgång har ett intensivt arbete genomförts för att analysera marknaden, titta på "best practice" från andra marknader och resultaten är uppmuntrande. Bolaget arbetar för att inom en nära framtid att kunna erbjuda köp av telefoni och internet, beställa och betala taxi, köpa bussbiljetter, erbjuda streaming av filmer, köpa biobiljetter, beställa och betala för matleveranser och vidareutveckla e-handeln med 90 000 handlare. Med Bolagets miljontals besökare kommer de att få meddelanden om alla nya tjänster som finns på Kupatana.

Social Media Lab har anställt två nya säljare som har börjat boka kundmöten för att presentera våra tjänster. Det finns ledtider men resultaten förväntas komma inom kort.

Finansiell och övrig information

Nettoomsättning och resultat

Koncernen hade 6,0 MSEK i nettoomsättning under första kvartalet. Resultatet efter skatt under första kvartalet uppgick till -5,3 MSEK.

Finansiell ställning och kassaflöde

Koncernens egna kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare uppgick per den 31:a mars till 31,8 MSEK. Det ger en soliditet på 73 %. Likvida medel uppgick till 7,3 MSEK vid periodens slut. Kassaflödet från den löpande verksamheten efter förändringar i rörelsekapital för första kvartalet uppgick till -7,3 MSEK. Kassaflödet från investeringsverksamheten för första kvartalet uppgick till -0,3 MSEK. Kassaflödet från finansieringsverksamheten för första kvartalet uppgick till 2,8 MSEK. Det totala kassaflödet för första kvartalet uppgick till -4,8 MSEK.

Investeringar

Under första kvartalet har bolaget investerat 0,1 MSEK immateriella anläggningstillgångar.

Antal utestående aktier

Antalet utestående aktier i bolaget vid periodens utgång var 12 671 102 stycken.

Personal

I koncernen finns 18 heltidsanställda och ytterligare personal anlitas på konsultbasis.

Transaktioner med närstående

Under rapportperioden januari till och med mars 2022 har transaktioner med närstående skett enligt följande: styrelseledamoten och vice VD Peter Persson, har via bolag erhållit ersättning om 243 KSEK för tjänster relaterade till affärsutveckling.

Moderbolaget

Verksamheten i Euroafrica Digital Ventures AB (publ) är inriktad på tillhandahållande av koncernledningsfunktion, samt koncerngemensam finansiering. För första kvartalet redovisas kostnader om 1,4 (2,0) MSEK och resultatet efter skatt uppgick till -1,4 (-2,0) MSEK.

Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3). Bolaget har under 2020 förvärvat 100% av aktierna i Kupatana AB med dotterföretaget Kupatana Tanzania Limited genom ett så kallat omvänt förvärv. Under första kvartalet 2021 förvärvade bolaget 100 % av aktierna i SocialMediaLab Nordic AB genom ett så kallat omvänt förvärv. I och med förvärven upprättar Bolaget koncernredovisning. Företag där Bolaget innehar majoriteten av rösterna på bolagsstämman och företag där Bolaget genom avtal har ett bestämmande inflytande klassificeras som dotterföretag och konsolideras i koncernredovisningen. Dotterföretagen inkluderas i koncernredovisningen från och med den dag då det bestämmande inflytandet överförs till koncernen. De exkluderas ur koncernredovisningen från och med den dag då det bestämmande inflytandet upphör. I övrigt är redovisningsprinciperna oförändrade jämfört med föregående år.

Risker

Väsentliga risk- och osäkerhetsfaktorer finns i alla bolag. De olika risker som finns rörande koncernens verksamhet diskuteras mer utförligt i Bolagets årsredovisning för 2020 som finns på Bolagets hemsida (www.euroafricadigitalventures.com).

Kommande rapporttillfällen

- Årsstämma 2022 hålls den 3 juni 2022
- Delårsrapport för perioden april – juni 2022 lämnas 25 augusti 2022
- Delårsrapport för perioden juli – september lämnas 24 november 2022
- Bokslutskommuniké för perioden januari – december 2022 lämnas 23 februari 2023

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som koncernen står inför.

Denna information är sådan som Euroafrica Digital Venturas AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående persons försorg, för offentliggörande den 25 maj 2022 kl. 8.45.

Denna delårsrapport har inte granskats av bolagets revisor.

Stockholm, den 25 maj 2022

Philip Ebbersten
VD

Peter Hjorth
Ordförande

Peter Persson
Ledamot

Emelie Smidt
Ledamot

Fredrik Holmström
Ledamot

Johan Nordin
Ledamot

Björn Jonsson
Ledamot

För ytterligare information kontakta:

Philip Ebbersten, VD, Euroafrica Digital Ventures AB (publ)

E-post: philip.ebbersten@kapatana.com

www.euroafricadigitalventures.com

Koncernresultaträkning

	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01
(Belopp i KSEK)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	6 023	5 182	23 517
Aktiverat arbete för egen räkning	0	99	1 577
Övriga rörelseintäkter	0	535	744
Summa intäkter	6 023	5 815	25 838
Rörelsens kostnader			
Varu- och materialkostnader	-3 762	-2 593	-14 076
Övriga externa kostnader	-2 581	-2 012	-9 794
Personalkostnader	-3 363	-1 932	-10 443
Av- och nedskrivningar materiella och immateriella anläggningstillgångar	-1 629	-413	-4 133
Summa kostnader	-11 334	-6 950	-38 446
Rörelseresultat	-5 311	-1 135	-12 608
Resultat från finansiella investeringar			
Resultat från andelar i intresseföretag	0	0	-88
Finansiella intäkter	1	0	5
Finansiella kostnader	-22	-10	-99
Resultat efter finansiella poster	-5 331	-1 145	-12 791
Skatt	0	0	-16
PERIODENS RESULTAT	-5 331	-1 145	-12 807
Resultat per aktie före utspädning, SEK	-0,43	-0,17	-1,69
Genomsnittligt antal aktier, st	12 377 610	6 576 012	7 564 003
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	-0,38	-0,14	-1,40
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning, st ¹⁾	13 940 110	8 138 512	9 126 503

1) Vid fulltäckning av TO1 tillkommer 1 562 500 aktier.

Koncernbalansräkning

Koncernbalansräkning	Koncern	Koncern	Koncern
(Belopp i KSEK)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
Tecknat ej inbetalt kapital	0	9 862	0
Tillgångar			
Immateriella tillgångar	30 847	28 277	32 365
Inventarier, verktyg och installationer	144	7	114
Aktier i intresseföretag	26	99	26
Andra långfristiga fordringar	486	17	348
Kundfordringar	3 001	3 935	2 957
Skattefordringar	60	0	54
Övriga kortfristiga fordringar	831	1 534	1 281
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	641	134	819
Kassa och Bank	7 317	11 375	12 152
Summa tillgångar	43 354	55 240	50 116
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	31 772	37 266	34 122
Checkräkningskredit	1 272	2 000	1 191
Leverantörsskulder	3 015	3 459	3 471
Andra långfristiga skulder	1 989	0	1 122
Övriga kortfristiga skulder	3 235	9 957	7 774
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2 072	2 557	2 436
Summa eget kapital och skulder	43 354	55 240	50 116

Förändring i eget kapital

Förändringar av eget kapital	Koncern 2022-01-01	Koncern 2021-01-01	Koncern 2021-01-01
(Belopp i KSEK)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
Ingående balans	34 122	662	662
Nyemissioner	2 982	-	31 000
Ej registrerad nyemission	-	20 000	-
Nyemissionskostnader	-	-373	-2 867
Erhållna aktieägartillskott	-	-	-
Omvänt förvärv	-	18 122	18 122
Rättelse av tidigare år	-	-	8
Omräkningsdifferens	-	-	3
Periodens resultat	-5 331	-1 145	-12 806
Utgående balans	31 773	37 266	34 122

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalys	Koncern 2022-01-01	Koncern 2021-01-01	Koncern 2021-01-01
(Belopp i KSEK)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
Kassaflödet från den löpande verksamheten efter förändringar i rörelsekapital	-7 349	-4 797	-7 696
Kassaflödet från investeringsverksamheten	-279	-5 099	-4 474
Kassaflödet från finansieringsverksamheten	2 793	19 627	23 515
Periodens kassaflöde	-4 835	9 731	11 345
Likvida medel vid periodens början	12 152	1 644	807
Likvida medel vid periodens slut	7 317	11 375	12 152
Förändring i periodens kassaflöde	-4 835	9 731	11 345

Nyckeltal

Nyckeltal	Koncern	Koncern	Koncern
	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01
	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
Marginaler			
Summa rörelsens intäkter, KSEK	6 023	5 815	25 838
Bruttomarginal, %	37,5	50,0	40,1
Rörelsemarginal, %	neg	neg	neg
Vinstmarginal, %	neg	neg	neg
Räntabilitet			
Avkastning på totalt kapital, %	neg	neg	neg
Avkastning på eget kapital, %	neg	neg	neg
Kapitalstruktur			
Eget Kapital, KSEK	31 772	37 266	34 122
Balansomslutning, KSEK	43 354	55 240	50 116
Soliditet, %	73%	67%	68%
Investeringar			
Nettoinvesteringar i immateriella tillgångar, KSEK	105	99	7 904
Nettoinvesteringar i materiella tillgångar, KSEK	36	0	109
Medarbetare			
Antal anställda vid periodens slut, st	18	11	16
Data per aktie			
Aktier vid periodens slut, st	12 671 102	10 108 137	12 084 117
Genomsnittligt antal aktier, st	12 377 610	6 576 012	7 564 003
Resultat per aktie, SEK	-0,43	-0,17	-1,69
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	-0,38	-0,14	-1,40
Eget kapital per aktie, SEK	2,51	3,69	2,82
Aktiernas kvotvärde/nominellt värde, SEK	1,84	1,84	1,84
Totalt aktiekapital, SEK	23 314 828	18 598 972	22 234 776

Moderbolagets resultaträkning

Resultaträkning - moderbolag	3 mån	3 mån	12 mån
	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01
(Belopp i KSEK)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	20	0	875
Summa intäkter	20	0	875
Rörelsens kostnader			
Övriga externa kostnader	-653	-1 976	-6 055
Personalkostnader	-619	0	-1 985
Av- och nedskrivningar materiella och immateriella	-106	0	0
Summa kostnader	-1 378	-1 976	-8 040
Rörelseresultat	-1 358	-1 976	-7 166
Resultat från finansiella investeringar			
Finansiella intäkter	0	0	0
Finansiella kostnader	0	-1	-4
Resultat efter finansiella poster	-1 359	-1 977	-7 170
Skatt	0	0	0
PERIODENS RESULTAT	-1 359	-1 977	-7 170

Moderbolagets balansräkning

Balansräkning - moderbolag

(Belopp i KSEK)

	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
Tillgångar			
Tecknat ej inbetalt kapital	0	9 862	0
Immateriella anläggningstillgångar	6 266	0	6 327
Aktier i dotterföretag	47 951	42 570	46 451
Aktier i intresseföretag	0	0	0
Fordringar hos koncernföretag	1 260	325	260
Övriga kortfristiga fordringar	294	262	38
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	98	6	101
Kassa och Bank	5 810	9 908	10 538
Summa tillgångar	61 680	62 933	63 716
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	60 665	55 839	59 152
Leverantörsskulder	324	1 492	238
Skulder till koncernföretag	309	320	280
Övriga kortfristiga skulder	90	5 013	3 321
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	292	268	726
Summa eget kapital och skulder	61 680	62 933	63 716

Definitioner av nyckeltal för koncernen

Nyckeltal

Marginaler

Rörelsemarginal, %

Rörelseresultat i procent av totala intäkter.

Vinstmarginal, %

Resultat efter finansnetto i procent av totala intäkter.

Räntabilitet

Avkastning på eget kapital, %

Nettoresultat i procent av genomsnittligt eget kapital.

Genomsnittligt eget kapital beräknas som ingående plus utgående eget kapital dividerat med två.

Avkastning på totalt kapital, %

Rörelseresultat plus finansiella intäkter i procent av genomsnittligt balansomslutning.

Genomsnittligt balansomslutning har beräknats som ingående plus utgående sysselsatt kapital dividerat med två.

Kapitalstruktur

Eget kapital, tkr

Eget kapital vid periodens slut.

Soliditet, %

Eget kapital inkl. minoritet i procent av balansomslutningen.

Investeringar

Nettoinvesteringar i immateriella och materiella anläggningstillgångar

Periodens investeringar i immateriella och materiella anläggningstillgångar minskat med periodens försäljningar och utrangeringar.

Medarbetare

Antal anställda, st

Antal anställda beräknad utifrån arbetad heltid vid periodens slut.

Data per aktie

Antal aktier, st

Antal utestående aktier vid periodens slut.

Genomsnittligt antal aktier, st

Genomsnittligt antal aktier under perioden.

Resultat per aktie, kr

Resultat efter skatt, dividerat med genomsnittligt antal aktier för perioden.

Eget kapital per aktie, kr

Eget kapital vid periodens slut dividerat med antal aktier vid periodens slut.