

Tremånadersrapport

Första kvartalet (2018-12-01 – 2019-02-28)

- H&M-koncernens nettoomsättning ökade med 10 procent till MSEK 51 015 (46 181) under första kvartalet. I lokala valutor ökade nettoomsättningen med 4 procent. Det pågående förändringsarbetet har bidragit till en fortsatt positiv försäljningsutveckling med mer fullpridförsäljning, lägre prisnedsättningar och ökade marknadsandelar på flertalet marknader.
- Under kvartalet genomfördes en lyckad transition av onlineplattformen i Tyskland. För att säkerställa en smidig och väl genomförd transition hölls försäljningsaktiviteterna tillbaka lokalt vilket hade en dämpande effekt på försäljningen. Justerat för Tysklands online-försäljning i kvartalet var koncernens totala nettoförsäljningsökning 6 procent i lokala valutor.
- Bruttoresultatet ökade med 11 procent till MSEK 25 526 (23 040), vilket motsvarar en bruttomarginal om 50,0 procent (49,9).
- Som en följd av ett starkare kunderbjudande i kombination med pågående förbättringar inom inköp och logistik, minskade prisnedsättningarna i relation till omsättningen med cirka 1,5 procentenheter jämfört med motsvarande kvartal föregående år.
- Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 1 043 (1 263).
- Resultatet efter skatt uppgick till MSEK 803 (1 372), motsvarande SEK 0:49 (0:83) per aktie. Föregående år påverkades resultatet efter skatt av en positiv engångseffekt om MSEK 399 till följd av den amerikanska skattereformen (Tax Cuts & Jobs Act).

Första kvartalet 2019

51 miljarder kr

i nettoomsättning



H&M

- Nettoomsättningen under perioden 1 mars 2019 – 27 mars 2019 ökade med 7 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år.
- H&M:s lojalitetsprogram har nu 35 miljoner medlemmar och inom kort lanseras en uppgraderad version.
- H&M lanseras på Myntra och Jabong, Indiens största e-handelsplattformar, senare under 2019.
- Online och de fysiska butikerna integreras alltmer samtidigt som den globala utrollningen av online fortsätter. Idag finns H&M online på 47 marknader och under 2019 tillkommer Mexiko samt även Egypten som öppnar via franchise.
- Fortsatt optimering av butiksportföljen. För 2019 planerar H&M-koncernen ett nettotillskott om 175 nya butiker. Merparten av nya H&M-butiker kommer att öppnas på tillväxtmarknader samtidigt som antalet H&M-butiker i Europa planeras att minska med 50.

Kommentar av Karl-Johan Persson, vd

”Vårt pågående förändringsarbete har bidragit till starkare kollektioner med ökad fullpridförsäljning, lägre prisnedsättningar och ökade marknadsandelar. Vi hade en bra försäljningsutveckling både i butik och online på många marknader, till exempel i Sverige där vi växte med 11 procent, Storbritannien 8 procent, Polen 15 procent, Kina 16 procent och Indien 42 procent i lokal valuta.

I första kvartalet ökade koncernens försäljning med 10 procent, vilket i lokala valutor motsvarar en försäljningsökning om 4 procent.

Under kvartalet genomförde bolaget en lyckad transition av onlineplattformen i Tyskland. En av åtgärderna för att säkerställa en smidig och väl genomförd transition var att medvetet dra ner på försäljningsaktiviteterna i Tyskland, vilket hade en dämpande effekt på onlineförsäljningen. Justerat för Tysklands onlineförsäljning var koncernens totala nettoförsäljningsökning 6 procent i lokala valutor.

Nu är samtliga marknader på den nya onlineplattformen. För våra kunder på den tyska marknaden innebär det till exempel snabbare och flexibla leveranser och en förbättrad integration mellan våra fysiska butiker och onlinebutiken.

Kvartalets vinst före skatt om MSEK 1 043 påverkades negativt av försäljningsbortfallet i Tyskland, men också av kostnader om cirka MSEK 250 kopplade främst till onlineplattformens bytet i Tyskland samt fortsatta kostnader relaterade till genomförda och kommande transitioner av nya logistiksystem. Detta har kortsiktigt en negativ marginalpåverkan men kommer att ha en positiv påverkan på längre sikt då det kommer att medföra ett snabbare, flexibla och mer effektivt produktflöde.

Vi ser att omställningsarbetet ger effekt och vi kommer att fortsätta detta arbete med full kraft inom våra strategiska fokusområden:

Skapa det bästa kunderbjudandet

Sortimentet – säkerställa bästa kombination av mode, kvalitet, pris och hållbarhet för samtliga varumärken.

Fysiska butiker – fortsatt utveckling av nya koncept och optimering av butiksportföljen.

Onlinebutikerna – förbättringar såsom snabbare och mer flexibla leveransalternativ och betalningar.

Fortsatt integration av våra fysiska butiker och onlinebutikerna för att höja kundupplevelsen.

Snabbt, effektivt och flexibelt produktflöde

Varuförsörjningskedjan ska bli ännu snabbare, mer flexibel och effektiv.

Satsningar inom avancerad dataanalys och AI.

Investeringar i infrastruktur – vår ”tech foundation”

Fortsatta investeringar i vår techinfrastruktur med skalbara och stabila plattformar som ger snabbare utveckling av olika kundapplikationer samt nya teknologier.

Addera tillväxt

Digital expansion till nya marknader. I år lanserar H&M-varumärket online i Mexiko och Egypten samt på Myntra och Jabong, Indiens största e-handelsplattformar.

Fysiska butiker - nettotillskott på cirka 175 netto för året. Fokus på tillväxtmarknader för H&M-varumärket.

Utveckla nya koncept och affärsmodeller.

Läs gärna mer om våra satsningar och vårt hållbarhetsarbete på nästa sida och på about.hm.com.

Modebranschens snabba förändring fortsätter och vi ser att vårt omställningsarbete går i rätt riktning även om det fortfarande finns många utmaningar och hårt arbete återstår. De framsteg vi har gjort inom våra strategiska fokusområden är ett kvitto på att vi är på rätt väg och därför fortsätter detta arbete med full kraft framåt och vi ser optimistiskt på framtiden för H&M-gruppen.”

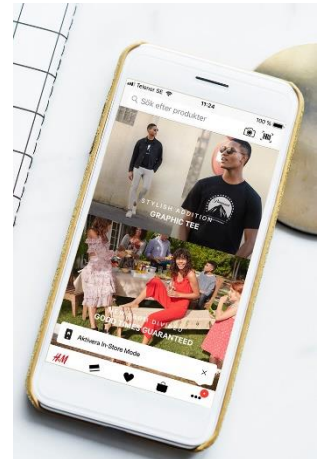


H&M

Initiativ för förbättrad kundupplevelse

H&M-gruppens omställningsarbete fortsätter med fler initiativ för att höja kundupplevelsen. Förbättringarna spänner över hela varuförsörjningskedjan, från produktutveckling till en mer inspirerande butik och ökad kundservice. Här följer några exempel:

- Tester pågår för att förbättra shoppingupplevelsen för kunderna i butik på flera marknader. Vi har fått positiv respons i form av ökad kundnöjdhet och ökad försäljning. Vi utvärderar dessa tester löpande och rullar successivt ut de bästa fungerande lösningarna i takt med att vi uppgraderar och öppnar nya butiker.
- I den ökade integrationen av digitala och fysiska kanaler är mobilen central. Vi fortsätter att uppgradera hm.com och H&M:s mobilapp med förbättrad navigering och produktpresentation samt utökade betalningsalternativ för att stärka kundupplevelsen.
 - **Visual search** finns idag på 29 marknader där bildigenkänning hjälper kunden att gå direkt från inspiration till köp.
 - **Next-day-delivery** erbjuds på 12 marknader, däribland USA, Storbritannien och Sverige. **Same-day-delivery** utvärderas på ett antal av dessa marknader och lanseras på ytterligare 6-7 marknader, bland annat Nederländerna och Storbritannien, under 2019.
 - H&M testar nu en app, **Perfect Fit**, i Sverige som förenklar för kunden att hitta rätt storlek genom att prova virtuellt och handla via mobilsidan eller via appen.
 - I samarbete med Google utvecklade H&M Home förra året en röststyrd app, **H&M Home Gift guide**, som är den första i sitt slag där kunder med hjälp av röststyrning kan genomföra hela köp i appen.
 - **Find-in-store** finns nu på 20 marknader och fler marknader tillkommer under året. Funktionen gör det möjligt att via mobilen hitta en vara kunden sett online i rätt storlek och i rätt butik.
 - **Scan & buy** finns på samtliga 47 onlinemarknader. Genom att scanna QR-koden på en vara i butik kan önskad storlek och färg sökas fram och köpas online.
 - **In-store-mode** gör det möjligt att se vilka varor som finns just i den butik kunden befinner sig i samt också online. Mobiltjänsten finns på 7 marknader och lanseras på fler marknader under 2019.
 - **Click & collect** finns på 7 marknader och ytterligare drygt 10 marknader får tjänsten under 2019.
 - **Onlineretur** i butik finns på 15 marknader och fortsatt utrullning planeras för ett stort antal marknader 2019.
 - För medlemmar i H&M:s kundlojalitetsprogram blir det möjligt att **handla och betala senare** via faktura, oavsett om köpet gjorts i butik eller online. Detta integreras i H&M-appen på 7 marknader 2019.
- Fortsatt global utbyggnad av RFID, finns idag på 15 H&M-marknader. Den globala utrullningen fortsätter till fler marknader 2019.
- 3D-teknik i designprocessen används inom flera produktgrupper. Det innebär en mer effektiv process med både tids- och kostnadsbesparingar samt mindre materialåtgång. Ny teknik, utbildning och fysisk 3D-studio har nu implementerats.
- För att kunna ge våra kunder ännu bättre och mer relevanta erbjudanden uppgraderar vi nu H&M:s kundlojalitetsprogram som redan idag har över 35 miljoner medlemmar. Idag finns kundlojalitetsprogrammet på 16 marknader med utrullning till ytterligare 7 marknader i år, bland annat i USA, Kanada och Ryssland i maj. Till hösten integreras



H&M mobilapp

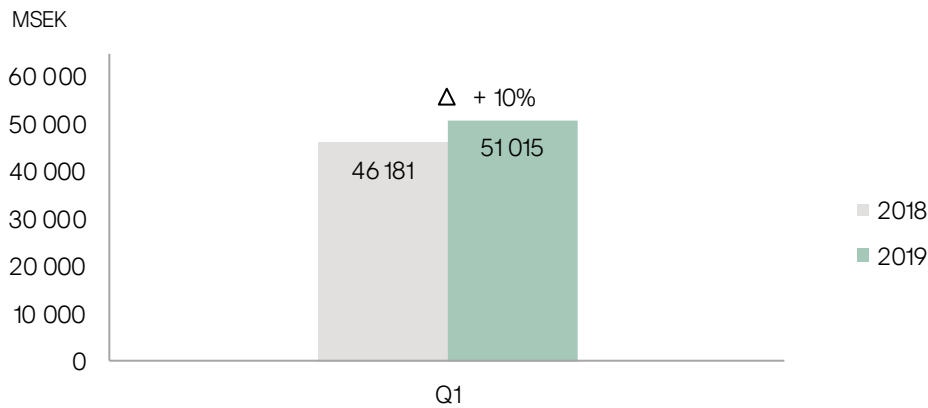
lojalitetsprogrammet i den kinesiska kommunikationsappen WeChat som har cirka en miljard användare.

- Kunder i USA har nu möjlighet att via ett test handla H&M:s varor direkt på Instagram. Från och med förra veckan lanserade Instagram en ny feature på den amerikanska marknaden som gör det möjligt att göra köp direkt via inspirationsbilder utan att behöva lämna Instagram.
- H&M lanseras på Indiens ledande e-handelsplattformar Myntra och Jabong under 2019. Samarbetet innebär att miljontals kunder över hela landet får tillgång till och kan uppleva det bästa av H&M och få varorna levererade direkt hem.
- Ökad automatisering och optimering av logistiknätet för större flexibilitet, samt ökad integration av fysiska butiker och online:
 - Tre nya logistikcenter om totalt cirka 230 000 kvadratmeter öppnades i Kamen, Tyskland samt i Strykow och Boleslawiec, Polen under fjärde kvartalet 2018. Automatisering av logistikcentret i Poznan, Polen. Det möjliggör ökad kapacitet och snabbare leveranser till kund på flera europeiska marknader.
 - Nya logistikcenter om totalt cirka 115 000 kvadratmeter öppnar vid årsskiftet 2019/2020 utanför Madrid samt norr om London.
 - Projekt startat för att etablera ett högteknologiskt logistikcenter om cirka 110 000 kvadratmeter på amerikanska västkusten under 2020.

Hållbarhet

- Vi har fortsatt öka värdet för kunderna genom vårt hållbarhetsarbete, till exempel genom en ökad andel hållbara material i sortimentet. År 2020 ska 100 procent av den bomull våra egna varumärken använder komma från hållbara källor. Under 2018 uppgick andelen bomull från hållbara källor till 95 procent, en ökning från 59 procent 2017. Detta är ett viktigt steg mot vårt övergripande materialmål att senast år 2030 använda enbart återvunna eller på andra sätt hållbart framställda material.
- Som en del av vårt materialmål att endast använda hållbart framställda material har H&M tagit beslutet att fasa ut konventionell kashmir. Utfasningen har redan påbörjats och innebär att inga nya produkter med konventionell kashmir orderläggs från och med slutet av 2020.
- H&M-gruppen har ett cirkulärt förhållningssätt och strävar också efter att använda enbart förnybar energi. Vårt mål är en klimatpositiv värdekedja senast år 2040.
- Med vår pågående övergång från plast- till papperspåsar har vi nästan halverat (-47 procent) antalet plastpåsar i H&M:s butiker totalt sett mellan åren 2016 och 2018. Samtidigt ser vi över förpackningar inom hela värdekedjan för att minimera åtgången av plast.
- Våra djupt rotade värderingar och vår ambition att leda utvecklingen mot en hållbar modeindustri har gjort att H&M-gruppen utsetts till ett av världens mest etiska företag 2019, enligt Ethisphere Institute.

Försäljning



COS

Nettoomsättningen ökade med 10 procent till MSEK 51 015 (46 181) i första kvartalet. I lokala valutor ökade försäljningen med 4 procent. Justerat för Tyskland vars onlineförsäljning påverkades av onlineplattformbytet under kvartalet ökade koncernens nettoomsättning med 6 procent i lokala valutor.

Onlineförsäljningen ökade med 18 procent i SEK jämfört med första kvartalet föregående år. I lokala valutor var ökningen 10 procent. Justerat för Tyskland ökade koncernens onlineförsäljning med 34 procent i SEK och med 27 procent i lokala valutor.

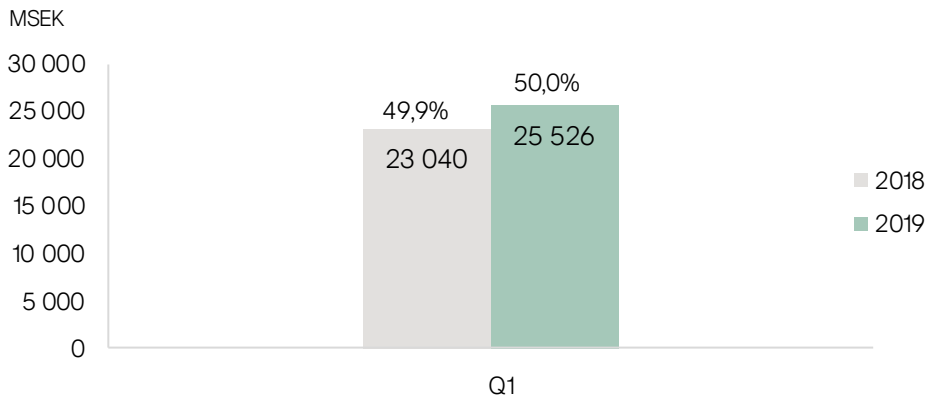
New Business ökade försäljningen med 22 procent i SEK och med 17 procent i lokala valutor.

Försäljning tio största marknaderna, första kvartalet

| | Q1 - 2019 | Q1 - 2018 | Förändring i % | | 28 feb - 19 | Q1 - 2019 |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|--------------|---------------|---------------------|
| | MSEK netto-omsättning | MSEK netto-omsättning | SEK | Lokal valuta | Antal butiker | Nya butiker (netto) |
| Tyskland | 6 744 | 6 845 | -1 | -7 | 466 | -2 |
| USA | 6 532 | 5 699 | 15 | 2 | 575 | -3 |
| Storbritannien | 3 324 | 2 912 | 14 | 8 | 301 | -3 |
| Frankrike | 2 825 | 2 600 | 9 | 3 | 238 | 1 |
| Kina | 2 712 | 2 201 | 23 | 16 | 535 | 5 |
| Sverige | 2 004 | 1 801 | 11 | 11 | 176 | 1 |
| Italien | 1 874 | 1 713 | 9 | 4 | 178 | -1 |
| Spanien | 1 867 | 1 661 | 12 | 7 | 170 | -2 |
| Nederländerna | 1 447 | 1 369 | 6 | 0 | 142 | -2 |
| Polen | 1 327 | 1 124 | 18 | 15 | 186 | 0 |
| Övriga* | 20 359 | 18 256 | 12 | 6 | 1 991 | -4 |
| Totalt | 51 015 | 46 181 | 10 | 4 | 4 958 | -10 |
| * Varav franchise | 1 456 | 1 339 | 9 | -1 | 255 | 0 |

Skillnaden mellan försäljningsökningen i SEK och i lokala valutor beror på hur den svenska kronan har utvecklats gentemot den samlade valutakorgen i koncernen jämfört med motsvarande period föregående år.

Bruttoresultat och bruttomarginal



H&M Home

Bruttoresultatet ökade med 11 procent till MSEK 25 526 (23 040) under första kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 50,0 procent (49,9).

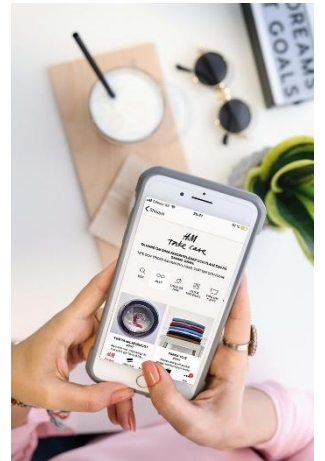
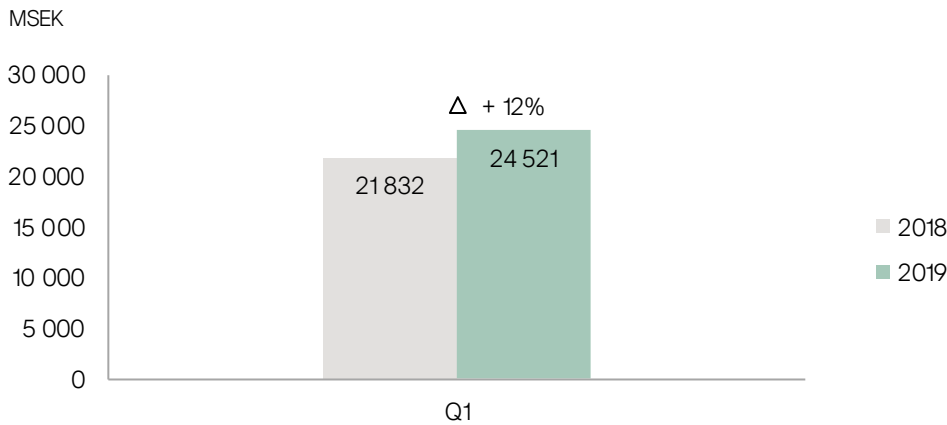
Prisnedläggningarna i relation till omsättningen minskade med cirka 1,5 procentenheter i första kvartalet 2019 jämfört med motsvarande kvartal 2018.

Bruttoresultatet och bruttomarginalen är resultatet av många faktorer, såväl interna som externa, och påverkas främst av de beslut som H&M-gruppen tar utifrån strategin att alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad – utifrån kombinationen mode, kvalitet, pris och hållbarhet.

För det första kvartalet var de sammantagna externa faktorerna på inköpskostnaderna svagt negativa samtidigt som bolaget fortsatte att investera i ett ännu starkare kunderbudande. Förutom detta påverkades bruttomarginalen i kvartalet även av kostnader främst relaterade till genomförandet av onlineplattformbytet i Tyskland men också till att säkerställa kommande transitioner av logistiksystem.

För inköpen till andra kvartalet 2019 bedöms marknadsläget för de externa faktorerna sammantaget att successivt bli mer negativt - främst till följd av att US-dollar har successivt stärkts gentemot koncernens valutakorg - jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.

Försäljnings- och administrationskostnader

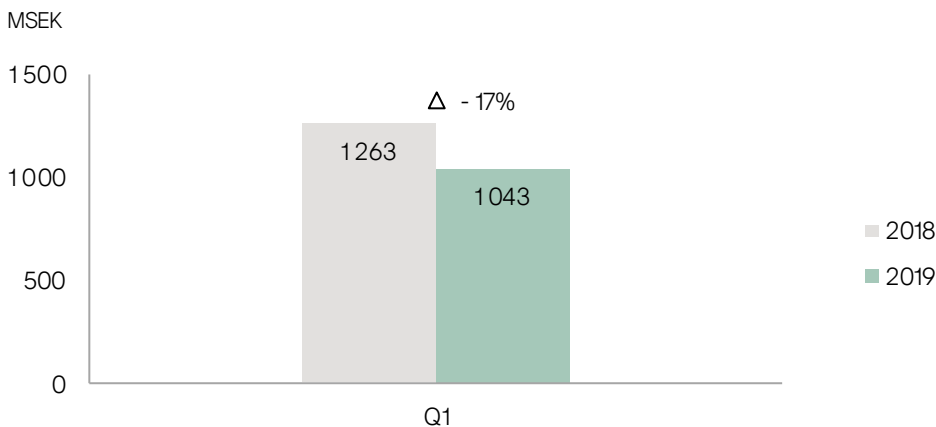


H&M Take Care

I första kvartalet 2019 ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 12 procent i SEK och med 7 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år. Kostnadskontrollen i koncernen är fortsatt god. I jämförbara butiker ökade försäljnings- och administrationskostnaderna marginellt.

Kostnadsökningen i kvartalet förklaras främst av expansionen för butik och online men också av koncernens pågående omställningsarbete med satsningar inom fokusområdena såsom AI, tech, logistik och H&M:s kundlojalitetsprogram. Utöver detta har även fortsatta kostnader relaterade till genomförda och kommande transitioner av logistiksystem påverkat försäljnings- och administrationskostnaderna.

Resultat efter finansiella poster



Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 1 043 (1 263) i första kvartalet.

Koncernens pågående förändringsarbete bidrog till en fortsatt positiv försäljningsutveckling med mer fullpridförsäljning, mindre prisdropsåtgångar och ökade marknadsandelar på flertalet marknader. Kvartalets resultatutveckling påverkades dock negativt av onlineplattformens bytet i Tyskland, som hade en kraftigt dämpande effekt på försäljningen då försäljningsaktiviteter i Tyskland medvetet hölls tillbaka för att säkerställa transitionen. Utöver det påverkades resultatet negativt av kostnader om cirka MSEK 250 kopplade främst till onlineplattformens bytet i Tyskland samt fortsatta kostnader relaterade till genomförda och kommande transitioner av nya logistiksystem.

Varulager

Valutajusterat ökade varulagret med 5 procent. I SEK ökade det bokförda varulagret med 14 procent till MSEK 39 968 (34 959).

Varulagrets sammansättning som till absolut största delen utgörs av nya vår- och sommarvaror, förbättrades ytterligare från det fjärde kvartalet och bolaget bedömer därför att prisedsättningarna i relation till omsättningen kommer att fortsätta att minska i det andra kvartalet jämfört med motsvarande period föregående år.

Det bokförda varulagret i SEK utgjorde 32,9 procent (32,3) av balansomslutningen och 18,6 procent (17,6) av omsättningen rullande tolv månader som uppgick till MSEK 215 234.

Expansion

Den globala integrationen av butik och online fortsätter. Arbetet med att rulla ut online globalt fortsätter med full kraft till samtliga befintliga H&M-marknader och fler därtill. I dagsläget finns H&M:s onlinebutik på 47 marknader. Under 2019 fortsätter online-expansionen, bland annat till Mexiko samt även Egypten via franchise. Under 2019 kommer H&M att lanseras på Mynta och Jabong, Indiens största e-handelsplattformar.

H&M blev mycket väl mottaget i Bosnien-Hercegovina vid öppningen av den första H&M-butiken i Banja Luka den 21 mars. Nya H&M-butiksmarknader under 2019 blir även Belarus samt via franchise Tunisien.

För räkenskapsåret 2019 planeras cirka 335 nya butiker att öppnas varav cirka 240 är H&M-butiker. Cirka 95 av årets butiksöppningar kommer att utgöras av COS, & Other Stories, Monki, Weekday, ARKET och Afound. Under 2019 planeras tre fristående H&M Home-butiker att öppna. Av de nya H&M-butikerna som öppnas under 2019 kommer cirka 25 att ha H&M Home shop-in-shops. De allra flesta H&M-butiksöppningarna sker på marknader utanför Europa och USA.

Totalt sett planeras cirka 160 butiker att stängas inom koncernen vilket är en del av den intensifierade butiksoptimeringen som genomförs där även omförhandlingar, ombyggnad och anpassning av butiksytor ingår för att säkerställa rätt butiksportfölj på respektive marknad. Nettotillskottet av nya butiker blir därmed cirka 175 för helåret 2019. I Europa sker fler H&M-butiksstängningar än öppningar vilket kommer innebära cirka 50 färre H&M-butiker vid slutet av räkenskapsåret 2019 jämfört med utgången av 2018.



ARKET

| Varumärke | Antal marknader | | Expansion Nya marknader |
|-----------------|-----------------|--------|---|
| | 28 feb - 2019 | | |
| | Butik | Online | |
| H&M | 71 | 47 | Butik: Bosnien-Hercegovina*, Belarus, Tunisien (franchise) Online: Mexiko, Egypten (franchise) |
| COS | 41 | 21 | Butik: Island, Litauen Online: Norge |
| Monki | 16 | 19 | Butik: Island Online: Norge* |
| Weekday | 10 | 18 | Butik: Island, Luxemburg Online: Norge* |
| & Other Stories | 18 | 15 | Butik: Luxemburg Online: Norge |
| ARKET | 6 | 18 | Online: Norge* |
| Afound | 1 | 1 | |
| H&M HOME | 50 | 40 | Online: Mexiko |

* Öppnat under mars 2019

Butiksantal per varumärke

Exklusive franchise öppnade koncernen 26 (32) butiker och stängde 36 (34) butiker under första kvartalet, vilket gav ett nettotillskott om -10 (-2) nya butiker. Via franchise öppnades 3 (6) butiker och 3 (0) butiker stängdes. Av koncernens totalt 4 958 (4 743) butiker per den 28 februari 2019 drevs 255 (225) butiker av franchisepartners.

Som tidigare har kommunicerats kommer Cheap Monday att avvecklas under 2019. H&M-gruppens omställningsarbete för att möta de stora förändringar som modebranschen genomgår innebär att bolaget gör prioriteringar med fokus på kärnverksamheten. Cheap Mondays affärsmodell bygger på traditionell grossistverksamhet som har haft stora utmaningar på grund av skiftet i branschen. H&M-gruppen har därför valt att avveckla verksamheten för Cheap Monday.

| Varumärke | Nya butiker (netto) | Totalt antal butiker | |
|-----------------|------------------------|----------------------|---------------|
| | Q1 - 2019 | 28 feb - 2019 | 28 feb - 2018 |
| H&M | -13 | 4 420 | 4 293 |
| COS | 2 | 272 | 231 |
| Monki | 0 | 127 | 118 |
| Weekday | 0 | 38 | 33 |
| & Other Stories | -1 | 69 | 60 |
| Cheap Monday | -1 | 0 | 3 |
| ARKET | 2 | 18 | 5 |
| Afound | 1 | 6 | 0 |
| H&M HOME* | 0 | 8 | 0 |
| Totalt | -10 | 4 958 | 4 743 |

* Konceptbutiker, H&M HOME ingår med shop-in-shop i 365 H&M-butiker.



Monki

Butiksantal per region

| Region | Nya butiker (netto) | Totalt antal butiker | |
|--------------------|------------------------|----------------------|---------------|
| | Q1 - 2019 | 28 feb - 2019 | 28 feb - 2018 |
| Europa & Afrika | -14 | 3 055 | 2 988 |
| Asien & Oceanien | 8 | 1 159 | 1 062 |
| Nord- & Sydamerika | -4 | 744 | 693 |
| Totalt | -10 | 4 958 | 4 743 |

Skatt

Skattesatsen för koncernen för räkenskapsåret 2018/2019 beräknas bli 22,0 – 23,0 procent. Under årets första tre kvartal används en skattesats om 23,0 procent för att beräkna skattekostnaden på respektive periods resultat. Skattesatsens utfall för året beror på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land.

Innevarande kvartal

Nettoförsäljningen under perioden 1 mars 2019 – 27 mars 2019 ökade med 7 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år.

Finansiering

Per den 28 februari 2019 hade koncernen MSEK 8 336 (9 770) i lån från kreditinstitut med löptider upp till 1 år, MSEK 9 219 (1 008) i lån från kreditinstitut med löptider 1 till 3 år samt MSEK 2 110 (0) med löptider 3 till 5 år.

Under första kvartalet 2019 genomförde H&M-koncernen finansieringsaktiviteter med syfte att förbättra likviditeten och öka den genomsnittliga löptiden. Likvida medel uppgick till MSEK 11 851 (10 003) och genomsnittliga löptiden på lån till kreditinstitut uppgick till 1,9 (0,7) år. Koncernens kreditfacilitet (RCF) om MEUR 700 som tecknades 2017 med förfall 2024 är fortfarande outnyttjad.

Nettoskuld i förhållande till EBITDA uppgick till 0,3.

H&M-koncernens starka kreditprofil möjliggör en kostnadseffektiv finansiering. För att skapa ytterligare flexibilitet och kostnadseffektivitet i finansieringen ser koncernen löpande över möjligheten att komplettera med andra finansieringskällor på kreditmarknaden.

Redovisningsprinciper

Koncernen tillämpar International Financial Reporting Standards (IFRS) såsom de är antagna av EU. Denna rapport är upprättad enligt IAS 34 Delårsrapportering samt årsredovisningslagen.

Redovisningsprinciper och beräkningsmetoder som tillämpas i denna rapport är oförändrade från dem som användes vid upprättandet av års- och koncernredovisningen för år 2018 och som framgår i not 1 Redovisningsprinciper, förutom tillämpning av IFRS 9 Finansiella instrument och IFRS 15 Intäkter från avtal med kunder som började tillämpas från och med 1 december 2018. IFRS 9 och 15 och dess effekter på H&M kommenteras nedan. Beskrivning av H&M-koncernens redovisningsprinciper till följd av införandet av IFRS 9 och 15 finns i H&M-koncernens årsredovisning 2018.

H & M Hennes & Mauritz AB:s finansiella instrument består huvudsakligen av kundfordringar, övriga fordringar, likvida medel, leverantörsskulder, upplupna leverantörskostnader, räntebärande värdepapper och skulder samt valutaderivat. Valutaderivat värderas till verkligt värde baserat på indata motsvarande nivå 2 enligt IFRS 13. Per 2019-02-28 uppgår terminskontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 437 (332) vilket redovisas inom posten övriga kortfristiga fordringar. Terminskontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 1 137 (977) vilket redovisas inom övriga kortfristiga skulder. Övriga finansiella tillgångar och skulder har korta löptider och värderas till upplupet anskaffningsvärde. Därför bedöms de verkliga värdena på dessa finansiella instrument approximativt motsvara bokförda värden.

Moderbolaget tillämpar årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer, vilket i huvudsak innebär att IFRS tillämpas. I enlighet med RFR 2 tillämpar moderbolaget inte IAS 39 vid värdering av finansiella instrument och aktiverar inte heller utvecklingsutgifter.

För definitioner, se års- och koncernredovisningen för 2018.

Nya redovisningsprinciper

- IFRS 9 Finansiella instrument ersätter IAS 39 Finansiella instrument: Redovisning och värdering från och med 1 december 2018. Standarden är uppdelad i tre delar; klassificering och värdering, säkringsredovisning och nedskrivning.

IFRS 9 klassificerar finansiella tillgångar i tre olika värderingskategorier; upplupet anskaffningsvärde, verkligt värde via övrigt totalresultat eller verkligt värde via resultatet. Klassificering fastställs vid första redovisningstillfället utifrån tillgångens egenskaper och företagets affärsmodell. För finansiella skulder sker inga stora förändringar jämfört med IAS 39.

H&M tillämpar från och med 1 december 2018 säkringsredovisning enligt IFRS 9. Samtliga säkringsförhållanden som förelåg vid övergången till IFRS 9 kvalificerade för fortsatt säkringsredovisning och medförde inte någon övergångseffekt. Koncernen har inte justerat jämförelseåret, som redovisas enligt IAS 39. Slutligen har nya principer introducerats avseende nedskrivningar av finansiella tillgångar, där modellen baseras på förväntade förluster. Syftet med den nya modellen är bland annat att reserveringar för kreditförluster ska göras i ett tidigare skede. För H&M påverkas värdering av osäkra

kundfordringar endast oväsentligt av övergången. Totalt sett har införandet av IFRS 9 inte medfört någon väsentlig förändring på koncernredovisningen.

- IFRS 15 Intäkter från avtal med kunder - standarden tillämpas av H&M från och med 1 december 2018. Standarden ersätter samtliga tidigare utgivna standarder och tolkningar som hanterar intäkter (dvs IAS 11 Entreprenadavtal, IAS 18 Intäkter, IFRIC 13 Kundlojalitetsprogram, IFRIC 15 Avtal om uppförande av fastighet, IFRIC 18 Överföringar av tillgångar från kunder och SIC 31 Intäkter – bytestransaktioner som avser reklamtjänster).

IFRS 15 innehåller en samlad modell för intäktsredovisning avseende kundkontrakt. Allt tar sin början i ett avtal om försäljning av en vara eller tjänst, mellan två parter. Inledningsvis ska ett kundavtal identifieras, vilket hos säljaren genererar en tillgång (rättigheter, ett löfte om erhållande av ersättning) och en skuld (åtagande, ett löfte om överföring av varor/tjänster). Företaget redovisar enligt modellen sedan en intäkt och påvisar därigenom att företaget uppfyller ett åtagande att leverera utlovade varor eller tjänster till kunden, vilket för H&M huvudsakligen sker vid en tidpunkt. Intäkten utgörs av det belopp som företaget förväntar sig erhålla som ersättning för överförda varor eller tjänster. För att bedöma huruvida införandet av IFRS 15 påverkar koncernen har en förstudie av bolagets intäktsströmmar genomförts. Förstudien visar att koncernens resultaträkning inte väsentligt påverkas av införandet av IFRS 15, enda undantaget är att koncernen bruttoredovisar reserven för förväntade returerna. Koncernen har valt att använda framåtriktad övergångsmetod varför jämförelsetalen inte har omräknats.

Framtida redovisningsprinciper

Ett antal nya standarder, ändringar och tolkningar av befintliga standarder har publicerats men ännu inte trätt i kraft för H&M-koncernen. Av dessa bedöms endast nedanstående standarder kunna medföra någon effekt på koncernredovisningen.

- IFRS 16 Leasingavtal - standarden träder i kraft för räkenskapsåret som påbörjas den 1 december 2019 för H&M och kommer att ersätta IAS 17 Leasingavtal samt tillhörande tolkningar. Standarden kräver att leasetagare redovisar tillgångar och skulder hänförliga till alla leasingavtal, med undantag för avtal som är kortare än 12 månader och/eller avser små belopp. Koncernen har påbörjat sin utvärdering av den nya standarden och bedömer att den kommer att leda till redovisning av väsentliga tillgångar och skulder hänförliga till koncernens lokalhyresavtal. Då standarden kommer att tillämpas första gången under räkenskapsåret 2019/2020 görs bedömningen att en beloppsmässig uppfattning och beräkning ännu inte kan fastställas med säkerhet.

Risker och osäkerhetsfaktorer

Det finns ett flertal faktorer som kan påverka H&M-koncernens resultat och verksamhet. Många av dessa kan hanteras genom interna rutiner, medan vissa i högre utsträckning styrs av yttre faktorer. Risker och osäkerhetsfaktorer som rör H&M-koncernen finns relaterade till det stora skiftet i branschen, mode, vädersituationer, makroekonomi och geopolitiska händelser, hållbarhetsfrågor, valutor, cyberattacker, skatter och olika regleringar men kan även uppkomma vid etablering på nya marknader, lansering av nya koncept och hantering av varumärken.

För ytterligare beskrivning avseende risker och osäkerhetsfaktorer hänvisas till förvaltningsberättelsen och not 2 i års- och koncernredovisningen för 2018.

Kalendarium

| | |
|-------------------|---|
| 7 maj 2019 | Årsstämma |
| 17 juni 2019 | Andra kvartalets försäljningsutveckling, 2019-03-01 – 2019-05-31 |
| 27 juni 2019 | Sexmånadersrapport, 2018-12-01 – 2019-05-31 |
| 16 september 2019 | Tredje kvartalets försäljningsutveckling, 2019-06-01 – 2019-08-31 |
| 3 oktober 2019 | Niomånadersrapport, 2018-12-01 – 2019-08-31 |

Tremånadersrapporten har inte granskats av bolagets revisorer.

Stockholm den 28 mars 2019
Styrelsen

Telefonkonferens i samband med tremånadersrapporten

Med anledning av publiceringen av tremånadersrapporten den 29 mars 2019 hålls en telefonkonferens på engelska för finansmarknad och media kl 09.00 där vd Karl-Johan Persson, finanschef Jyrki Tervonen och IR-chef Nils Vinge medverkar.

För inloggningsuppgifter till telefonkonferensen vänligen registrera er på:

<http://emea.directeventreg.com/registration/6756665>

För bokning av intervjuer med vd Karl-Johan Persson och IR-chef Nils Vinge i samband med tremånadersrapporten vänligen kontakta:

Kristina Stenvinkel, kommunikationsdirektör
Telefon: 08-796 39 08
E-mail: stenvinkel@hm.com

Kontakt

| | |
|----------------------------|----------------------|
| Nils Vinge, IR-ansvarig | 08-796 52 50 |
| Karl-Johan Persson, vd | 08-796 55 00 (växel) |
| Jyrki Tervonen, finanschef | 08-796 55 00 (växel) |

H & M Hennes & Mauritz AB (publ)
106 38 Stockholm
Tel: 08-796 55 00, fax: 08-24 80 78, e-mail: info@hm.com
Styrelsens säte: Stockholm, org.nr. 556042-7220

Informationen i denna delårsrapport är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden och EU:s marknadsmissbruksförordning (EU) nr 596/2014. Informationen lämnades, genom ovanstående personers försorg för offentliggörande den 29 mars 2019 kl 08.00 (CET). Denna delårsrapport, liksom ytterligare information om H&M-gruppen finns tillgänglig på about.hm.com.

H & M Hennes & Mauritz AB (publ) grundades i Sverige 1947 och är noterat på Nasdaq Stockholm. H&M:s affärsidé är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris på ett hållbart sätt. I koncernen ingår förutom H&M, varumärkena COS, Monki, Weekday, Cheap Monday, & Other Stories, H&M HOME, ARKET samt Afound. I dagsläget har H&M-koncernen 47 onlinemarknader och mer än 4 900 butiker på 72 marknader, inklusive franchise-marknader. 2018 uppgick nettoomsättningen till SEK 210 miljarder. Antalet anställda uppgår till cirka 177 000. Ytterligare information finns på about.hm.com.

KONCERNENS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

| | Q1 2019 | Q1 2018 | 2017-12-01- 2018-11-30 |
|--|---------------|---------------|---------------------------|
| Nettoomsättning | 51 015 | 46 181 | 210 400 |
| Kostnad sålda varor | -25 489 | -23 141 | -99 513 |
| BRUTTORESULTAT | 25 526 | 23 040 | 110 887 |
| <i>Bruttomarginal, %</i> | 50,0 | 49,9 | 52,7 |
| Försäljningskostnader | -22 423 | -19 976 | -87 512 |
| Administrationskostnader | -2 098 | -1 856 | -7 882 |
| RÖRELSERESULTAT | 1 005 | 1 208 | 15 493 |
| <i>Rörelsemarginal, %</i> | 2,0 | 2,6 | 7,4 |
| Finansnetto | 38 | 55 | 146 |
| RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER | 1 043 | 1 263 | 15 639 |
| Skatt | -240 | 109 | -2 987 |
| PERIODENS RESULTAT | 803 | 1 372* | 12 652 |

* Resultatet efter skatt för Q1 2018 påverkades av en positiv engångseffekt om MSEK 399 från den amerikanska skattereformen, Tax Cuts & Jobs Act.

Periodens resultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.

| | | | |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Resultat per aktie, SEK** | 0,49 | 0,83 | 7,64 |
| Antal aktier, tusental** | 1 655 072 | 1 655 072 | 1 655 072 |
| Avskrivningar, totalt | 2 677 | 2 279 | 9 671 |
| därav kostnad sålda varor | 171 | 151 | 558 |
| därav försäljningskostnader | 2 355 | 1 984 | 8 566 |
| därav administrationskostnader | 151 | 144 | 547 |

** Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

| | Q1 2019 | Q1 2018 | 2017-12-01- 2018-11-30 |
|---|--------------|--------------|---------------------------|
| PERIODENS RESULTAT | 803 | 1 372 | 12 652 |
| Övrigt totalresultat | | | |
| <i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i> | | | |
| Omräkningsdifferenser | 1 272 | 606 | 1 895 |
| Förändring i såringsreserv | -752 | 38 | 535 |
| Skatt hänförlig till förändring i såringsreserver | 173 | -9 | -123 |
| <i>Poster som inte kommer att omföras till årets resultat</i> | | | |
| Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner | - | - | 14 |
| Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering | - | - | -3 |
| ÖVRIGT TOTALRESULTAT | 693 | 635 | 2 318 |
| TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN | 1 496 | 2 007 | 14 970 |

Periodens totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.

KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

| TILLGÅNGAR | 2019-02-28 | 2018-02-28 | 2018-11-30 |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Anläggningstillgångar | | | |
| Immateriella anläggningstillgångar | 10 059 | 7 482 | 9 618 |
| Materiella anläggningstillgångar | 42 757 | 39 570 | 42 439 |
| Finansiella anläggningstillgångar | 485 | 257 | 478 |
| Övriga anläggningstillgångar | 4 330 | 3 378 | 4 679 |
| | 57 631 | 50 687 | 57 214 |
| Omsättningstillgångar | | | |
| Varulager | 39 968 | 34 959 | 37 721 |
| Kortfristiga fordringar | 12 076 | 12 646 | 12 265 |
| Likvida medel | 11 851 | 10 003 | 11 590 |
| | 63 895 | 57 608 | 61 576 |
| SUMMA TILLGÅNGAR | 121 526 | 108 295 | 118 790 |
| EGET KAPITAL OCH SKULDER | | | |
| Eget kapital | 60 042 | 61 720 | 58 546 |
| Långfristiga skulder* | 16 572 | 6 713 | 16 025 |
| Kortfristiga skulder** | 44 912 | 39 862 | 44 219 |
| SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER | 121 526 | 108 295 | 118 790 |

* Räntebärande långfristiga skulder uppgår till MSEK 12 090 (1 818).

** Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 8 472 (9 898).

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL I SAMMANDRAG (MSEK)

| | 2019-02-28 | 2018-02-28 | 2018-11-30 |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|
| Eget kapital vid periodens början | 58 546 | 59 713 | 59 713 |
| Totalresultat för perioden | 1 496 | 2 007 | 14 970 |
| Utdelning | - | - | -16 137 |
| Eget kapital vid periodens slut | 60 042 | 61 720 | 58 546 |

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)

| | Q1 - 2019 | Q1 - 2018 |
|---|------------------|------------------|
| Den löpande verksamheten | | |
| Resultat efter finansiella poster* | 1 043 | 1 263 |
| - Avsättning till pensioner | 12 | 11 |
| - Avskrivningar | 2 677 | 2 279 |
| - Betald skatt | -514 | 257 |
| - Övrigt | 8 | -6 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet | 3 226 | 3 804 |
| Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet | | |
| Rörelsefordringar | 879 | -807 |
| Varulager | -1 745 | -1 037 |
| Rörelseskulder | -528 | -653 |
| KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN | 1 832 | 1 307 |
| Investeringsverksamheten | | |
| Investeringar i immateriella anläggningstillgångar | -715 | -615 |
| Investeringar i materiella anläggningstillgångar | -1 663 | -1 493 |
| Övriga investeringar | -19 | -101 |
| KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN | -2 397 | -2 209 |
| Finansieringsverksamheten | | |
| Förändring av räntebärande skulder | 306 | 1 003 |
| KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN | 306 | 1 003 |
| PERIODENS KASSAFLÖDE | -259 | 101 |
| Likvida medel vid räkenskapsårets början | 11 590 | 9 718 |
| Periodens kassaflöde | -259 | 101 |
| Valutakurseffekt | 520 | 184 |
| Likvida medel vid periodens slut** | 11 851 | 10 003 |

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 44 (15).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid periodens slut till MSEK 11 851 (10 003).

FEM ÅR I SAMMANDRAG**Q1, 1 december - 28 februari**

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Nettoomsättning, MSEK | 40 276 | 43 691 | 46 985 | 46 181 | 51 015 |
| Ändring nettoomsättning från föregående år i SEK, % | 25 | 8 | 8 | -2 | 10 |
| Ändring nettoomsättning från föregående år i lokala valutor, % | 15 | 9 | 4 | 0 | 4 |
| Rörelseresultat, MSEK | 4 637 | 3 270 | 3 159 | 1 208 | 1 005 |
| Rörelsemarginal, % | 11,5 | 7,5 | 6,7 | 2,6 | 2,0 |
| Periodens avskrivningar, MSEK | 1 556 | 1 819 | 2 106 | 2 279 | 2 677 |
| Resultat efter finansiella poster, MSEK | 4 723 | 3 327 | 3 212 | 1 263 | 1 043 |
| Resultat efter skatt, MSEK | 3 613 | 2 545 | 2 457 | 1 372 | 803 |
| Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK | 20 026 | 14 571 | 8 437 | 10 003 | 11 851 |
| Varulager, MSEK | 20 266 | 25 153 | 32 692 | 34 959 | 39 968 |
| Eget kapital, MSEK | 56 933 | 59 401 | 63 395 | 61 720 | 60 042 |
| Antal aktier, tusental* | 1 655 072 | 1 655 072 | 1 655 072 | 1 655 072 | 1 655 072 |
| Resultat per aktie, SEK* | 2:18 | 1:54 | 1:48 | 0:83 | 0:49 |
| Eget kapital per aktie, SEK* | 34:40 | 35:89 | 38:30 | 37:29 | 36:28 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK* | 2:98 | 2:61 | 1:43 | 0:79 | 1:11 |
| Andel riskbärande kapital, % | 73,0 | 72,1 | 69,9 | 61,5 | 53,1 |
| Soliditet, % | 68,9 | 67,2 | 64,8 | 57,0 | 49,4 |
| Totalt antal butiker | 3 551 | 3 970 | 4 393 | 4 743 | 4 958 |
| Rullande 12 månader | | | | | |
| Resultat per aktie, SEK* | 12:65 | 11:98 | 11:21 | 9:12 | 7:30 |
| Avkastning på eget kapital, % | 40,1 | 34,1 | 30,2 | 24,1 | 19,8 |
| Avkastning på sysselsatt kapital, % | 51,5 | 44,1 | 38,2 | 27,2 | 20,3 |

* Före och efter utspädning.

För definitioner, se årsredovisningen

SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

| | Q1 - 2019 | Q1 - 2018 |
|------------------------------------|-----------|-----------|
| Asien och Oceanien | | |
| Extern nettoomsättning | 8 351 | 7 112 |
| Rörelseresultat | 235 | -120 |
| Rörelsemarginal, % | 2,8 | -1,7 |
| Europa och Afrika* | | |
| Extern nettoomsättning | 33 162 | 31 041 |
| Rörelseresultat | -1 081 | -2 035 |
| Rörelsemarginal, % | -3,3 | -6,6 |
| Nord- och Sydamerika | | |
| Extern nettoomsättning | 9 502 | 8 028 |
| Rörelseresultat | 50 | -272 |
| Rörelsemarginal, % | 0,5 | -3,4 |
| Koncerngemensamt | | |
| Nettoomsättning till andra segment | 19 846 | 16 400 |
| Rörelseresultat | 1 801 | 3 635 |
| Elimineringar | | |
| Nettoomsättning till andra segment | -19 846 | -16 400 |
| Totalt | | |
| Extern nettoomsättning | 51 015 | 46 181 |
| Rörelseresultat | 1 005 | 1 208 |
| Rörelsemarginal, % | 2,0 | 2,6 |

* Sydafrika

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

| | Q1 2019 | Q1 2018 | 2017-12-01- 2018-11-30 |
|--|--------------------|--------------------|-----------------------------------|
| Extern nettoomsättning | 7 | 5 | 22 |
| Intern nettoomsättning* | 1 040 | 999 | 4 262 |
| BRUTTORESULTAT | 1 047 | 1 004 | 4 284 |
| Administrationskostnader | -40 | -42 | -156 |
| RÖRELSERESULTAT | 1 007 | 962 | 4 128 |
| Finansnetto** | -21 | 76 | 13 846 |
| RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER | 986 | 1 038 | 17 974 |
| Bokslutsdispositioner | - | - | -1 164 |
| Skatt | -216 | -217 | -673 |
| PERIODENS RESULTAT | 770 | 821 | 16 137 |

* Intern omsättning utgörs för kvartalet av royalty MSEK 1 035 (997) samt övrigt MSEK 5 (2) från koncernbolag.

** Utdelningsintäkter från dotterbolag ingår för kvartalet med MSEK 2 (50).

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

| | Q1 2019 | Q1 2018 | 2017-12-01- 2018-11-30 |
|--|--------------------|--------------------|-----------------------------------|
| PERIODENS RESULTAT | 770 | 821 | 16 137 |
| Övrigt totalresultat | | | |
| <i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i> | | | |
| Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner | - | - | -9 |
| Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering | - | - | 2 |
| ÖVRIGT TOTALRESULTAT | - | - | -7 |
| TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN | 770 | 821 | 16 130 |

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

| | 2019-02-28 | 2018-02-28 | 2018-11-30 |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| TILLGÅNGAR | | | |
| Anläggningstillgångar | | | |
| Materiella anläggningstillgångar | 272 | 349 | 289 |
| Övriga anläggningstillgångar | 1 593 | 1 654 | 1 621 |
| | 1 865 | 2 003 | 1 910 |
| Omsättningstillgångar | | | |
| Kortfristiga fordringar | 35 614 | 20 154 | 30 233 |
| Likvida medel | 66 | 235 | 93 |
| | 35 680 | 20 389 | 30 326 |
| SUMMA TILLGÅNGAR | 37 545 | 22 392 | 32 236 |
| EGET KAPITAL OCH SKULDER | | | |
| Eget kapital | 17 240 | 17 299 | 16 471 |
| Obeskattade reserver | 96 | 417 | 96 |
| Långfristiga skulder* | 11 363 | 182 | 9 294 |
| Kortfristiga skulder** | 8 846 | 4 494 | 6 375 |
| SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER | 37 545 | 22 392 | 32 236 |

* Samtliga långfristiga skulder är räntebärande.

** Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 6 870 (4 000).