

# H & M Hennes & Mauritz AB

## Tremånadersrapport

### Första kvartalet (2015-12-01 – 2016-02-29)

- H&M-koncernens omsättning inklusive moms ökade med 9 procent i lokala valutor under första kvartalet. Omräknat till SEK ökade försäljningen inklusive moms med 8 procent till MSEK 50 624 (46 791). Omsättningen exklusive moms uppgick till MSEK 43 691 (40 276).
- Bruttoresultatet uppgick till MSEK 22 699 (22 213), vilket motsvarar en bruttomarginal om 52,0 procent (55,2).
- Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 3 327 (4 723). Koncernens resultat efter skatt uppgick till MSEK 2 545 (3 613), motsvarande SEK 1:54 (2:18) per aktie. Resultatet i kvartalet har påverkats negativt av väsentligt högre inköpskostnader till följd av den dyrare US-dollar samt av ökade prisnedsättningar.
- Mycket tillfredsställande utveckling omsättnings- och resultatmässigt för H&M:s e-handel.

51 miljarder kr

Försäljning inkl moms Q1 2016

+9%

Försäljningsökning i  
lokala valutor

3 970

butiker på 61 marknader

- Sedan den 31 mars 2016 erbjuder H&M e-handel i ytterligare sju länder: Slovenien, Kroatien, Estland, Lettland, Litauen, Luxemburg samt på Irland. Inom kort kommer H&M:s e-handel även att lanseras i Japan och senare under året i Grekland, Kanada samt Sydkorea. Totalt sett tillkommer 11 nya H&M-onlinemarknader under 2016 vilket innebär att H&M kommer att erbjuda onlineförsäljning på 34 marknader vid årets slut.
- Koncernens försäljning inklusive moms i mars 2016 ökade med 2 procent i lokala valutor jämfört med samma månad föregående år. Den totala försäljningen under mars, april och maj bör ses ihop eftersom påsk- och vädereffekter under denna period kan vara jämförelsestörande för en enskild månad.
- För räkenskapsåret 2015/2016 planerar H&M-koncernen ett nettotillskott om cirka 425 butiker. Störst expansion sker på befintliga marknader och nya planerade butiksmarknader är Nya Zeeland, Cypern och Puerto Rico.
- Koncernens butik nummer 4 000 öppnas under april, vilket blir i Mall of India i New Delhi.

	Q1 2016	Q1 2015
MSEK		
Nettoomsättning	43 691	40 276
Bruttoresultat	22 699	22 213
<i>bruttomarginal, %</i>	52,0	55,2
Rörelseresultat	3 270	4 637
<i>rörelsemarginal, %</i>	7,5	11,5
Finansnetto	57	86
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>3 327</b>	<b>4 723</b>
Skatt	-782	-1 110
<b>Periodens resultat</b>	<b>2 545</b>	<b>3 613</b>
Resultat per aktie, SEK	1:54	2:18



H&M Conscious Exclusive

Q1

## Kommentar av Karl-Johan Persson, vd

”Under första kvartalet uppgick försäljningen inklusive moms till nästan 51 miljarder kronor och resultatet före skatt till drygt 3,3 miljarder kronor. I lokala valutor ökade försäljningen med 9 procent vilket var något under vår plan. Detta ska jämföras med ett mycket bra första kvartal förra året då försäljningen ökade med 15 procent i lokala valutor och resultatet i SEK ökade med hela 35 procent.

Resultatet i första kvartalet i år har påverkats av en fortsatt mycket negativ US-dollar-effekt som fördyrat våra inköp samt av ökade prisnedsättningar till följd av att en större mängd vinterplagg fanns kvar efter den varma hösten. Den negativa dollareffekten kvarstår även för inköpen som är gjorda till andra kvartalet 2016, även om den negativa effekten successivt börjat minska i takt med att vi möter förra årets starka US-dollar-kurs. Om dagens valutakurser står sig blir US-dollarns påverkan på inköpskostnaderna för fjärde kvartalet neutral eller något positiv jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

Vår starka expansion fortsätter, vi tar marknadsandelar och ser att vi kan växa i snabb takt med både butiker och online på befintliga och nya marknader under många år framöver. Vi ser fram emot vårens många öppningar, bland annat flaggskeppsbutiker i Sydafrika, Schweiz, Ungern och Indien. Sedan 2010 har vi fördubblat antalet butiker i koncernen och nu under april passerar vi ytterligare en milstolpe när vi öppnar butik nummer 4 000. Denna öppning sker i Mall of India, New Delhi – i Indien, där H&M har tagits emot mycket väl sedan de första butikerna öppnades förra året.

Sedan ett antal år tillbaka är vi inne i en intensiv investeringsfas med satsningar på nya varumärken och koncept samt inom IT och online. Investeringar i bland annat en ny onlineplattform har möjliggjort en snabb utrullning av H&M:s mycket lönsamma e-handel till allt fler marknader. Bara i år adderar vi 11 nya H&M-onlinemarknader: Irland, Kroatien, Slovenien, Estland, Lettland, Litauen, Luxemburg, Japan, Grekland, Kanada och Sydkorea vilket innebär att vi vid årets slut kommer att erbjuda H&M:s onlineförsäljning på 34 marknader och förberedelser pågår för fullt för en fortsatt utrullning till koncernens samtliga marknader.

Att vi som koncern också ska kunna erbjuda kunderna allt fler varumärken med olika identiteter är också en viktig del i vårt långsiktiga arbete med att ytterligare stärka vår framtida marknadsposition. Våra nya varumärken – COS, & Other Stories, Monki, Weekday och Cheap Monday – utgör en allt viktigare del i koncernen och vi ser fram emot att lansera ytterligare varumärken längre fram.

Vi fortsätter även vårt ambitiösa arbete med hållbarhet som är en integrerad del i vårt kunderbudande. I morgon, den 7 april, lanseras årets upplaga av den uppskattade kollektionen ”H&M Conscious Exclusive” i cirka 180 utvalda butiker och online. Läs gärna mer om vårt hållbarhetsarbete i ”H&M Conscious Actions Sustainability Report 2015” som finns på [hm.com](http://hm.com) från och med den 14 april.”

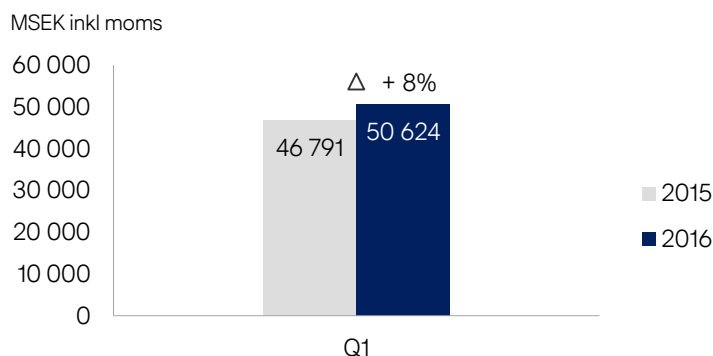


H&M:s hållbarhetsrapport 2015

”Sedan 2010 har vi fördubblat antalet butiker. Nu i april öppnar vi koncernens butik nummer 4 000. Öppningen sker i Mall of India i New Delhi.”

## Försäljning

Med en fortsatt stark expansion fortsatte H&M-koncernen att ta marknadsandelar på en klädmarknad som på flera håll alltjämt präglas av ett utmanande makro-ekonomiskt läge.



Försäljningen inklusive moms omräknat till SEK ökade med 8 procent till MSEK 50 624 (46 791) i första kvartalet.

Försäljningen exklusive moms ökade med 8 procent till MSEK 43 691 (40 276) i första kvartalet.

I lokala valutor ökade försäljningen inklusive moms med 9 procent.

Försäljningsutvecklingen under första kvartalet 2016 ska ses mot bakgrund av att fjolårets första kvartal var ett mycket bra kvartal då försäljningen ökade med 15 procent i lokala valutor och med 25 procent i SEK. Eftersom den svenska kronan under första kvartalet 2016 stärktes gentemot de flesta av koncernens valutor jämfört med motsvarande period föregående år vände fjolårets positiva valutaomräkningseffekt till att bli svagt negativ under första kvartalet 2016.

Valutaomräkningseffekter uppstår när försäljning och resultat i lokala valutor räknas om till bolagets rapporteringsvaluta SEK. När den svenska kronan försvagas uppstår en positiv valutaomräkningseffekt och när den svenska kronan stärks uppstår en negativ valutaomräkningseffekt.



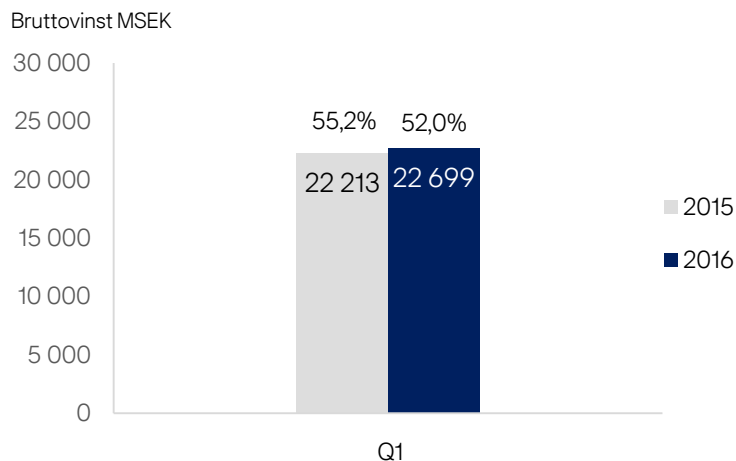
H&M Sport

## Försäljning tio största marknaderna, första kvartalet

	Q1 - 2016	Q1 - 2015	Förändring i %		29 feb - 16	Q1 - 2016
	MSEK inkl moms	MSEK inkl moms	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker (netto)
Tyskland	8 661	8 671	0	1	447	-2
USA	6 377	5 422	18	11	426	11
Storbritannien	3 546	3 486	2	1	265	1
Frankrike	3 206	3 182	1	2	223	1
Sverige	2 324	2 147	8	8	175	-1
Kina	2 301	2 148	7	6	365	12
Italien	2 062	1 887	9	11	151	1
Spanien	1 831	1 816	1	2	166	1
Nederländerna	1 737	1 692	3	4	139	0
Schweiz	1 492	1 585	-6	-6	96	0
Övriga*	17 087	14 755	16	19	1 517	22
<b>Totalt</b>	<b>50 624</b>	<b>46 791</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>3 970</b>	<b>46</b>
* Varav franchise	1 228	991	24	10	161	5

## Bruttoresultat och bruttomarginal

H&M:s bruttoresultat och bruttomarginal är ett resultat av många faktorer, såväl interna som externa, och påverkas också av de beslut som H&M tar utifrån strategin att alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad – utifrån kombinationen mode, kvalitet, pris och hållbarhet.



H&M Conscious Exclusive

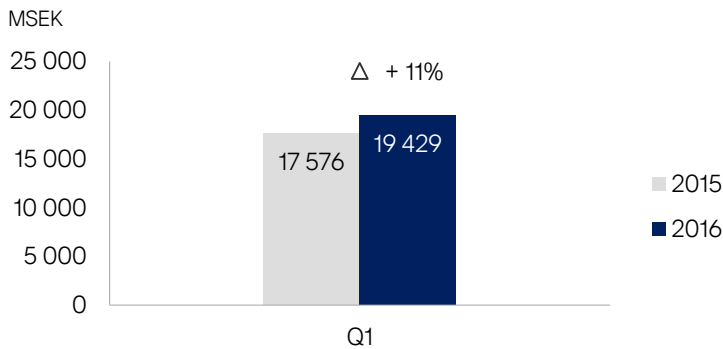
Bruttoresultatet ökade till MSEK 22 699 (22 213) under första kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 52,0 procent (55,2).

Prisnedläggningarna i relation till omsättningen ökade med 1,4 procentenheter i första kvartalet 2016 jämfört med motsvarande kvartal 2015. Ökningen förklaras främst av den varma hösten, vilken medförde att en större mängd vinterplagg följde med in i första kvartalet 2016 jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

Sammantaget har marknadsläget för de externa faktorerna såsom kostnadsinflation och inköpsvalutor varit fortsatt mycket negativ för inköpsperioden till första kvartalet, främst till följd av den starkare US-dollarns påverkan på inköpskostnaderna, jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.

Den negativa dollareffekten kvarstår även för inköpen som är gjorda till andra kvartalet 2016, även om den negativa effekten successivt börjat minska i takt med att vi möter förra årets starka US-dollarkurs. Om dagens valutakurser står sig blir US-dollarns påverkan på inköpskostnaderna för fjärde kvartalet neutral eller något positiv jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

## Försäljnings- och administrationskostnader

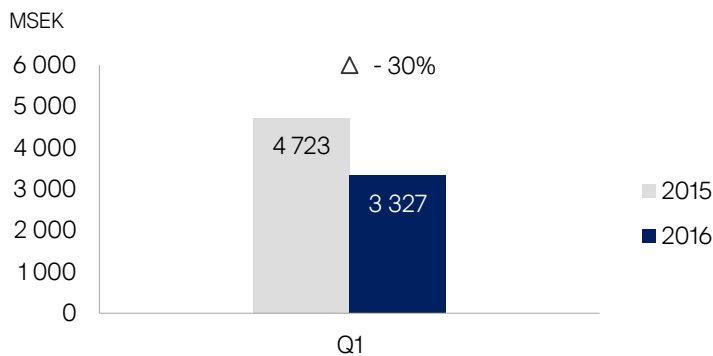


Kostnadskontrollen i koncernen är fortsatt god. I första kvartalet 2016 ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 11 procent i både SEK och i lokala valutor jämfört med första kvartalet föregående år. Ökningen hänför sig främst till expansionen samt de långsiktiga satsningarna inom framför allt IT, online och breddningen av sortimentet.



Modern Essentials selected by David Beckham

## Resultat efter finansiella poster

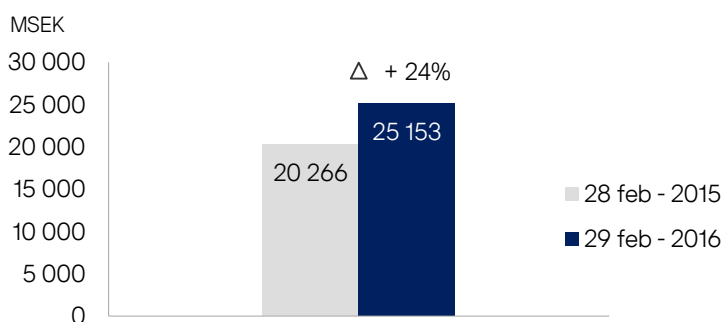


Resultatet efter finansiella poster under första kvartalet uppgick till MSEK 3 327 (4 723), vilket är en minskning med 30 procent.

Resultatutvecklingen i första kvartalet förklaras främst av högre inköpskostnader till följd av den starka US-dollar, ökade prisnedsättningar samt av att försäljningsökningen var något under plan.

Resultatet har fortsatt att påverkas av kostnader för de långsiktiga satsningarna som ökade i första kvartalet med drygt MSEK 100 jämfört med motsvarande kvartal föregående år. De långsiktiga satsningarna syftar till att stärka H&M-koncernens position ytterligare och säkra framtida expansion. Satsningarna fortsätter och bedöms öka lika mycket i absoluta tal under 2016 som under 2015, dvs en ökning om cirka MSEK 600, vilket kan fördela sig olika mellan kvartalen.

## Varulager



Varulagret uppgick till MSEK 25 153 (20 266), en ökning med 24 procent i SEK och 25 procent i lokala valutor, jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år.

Lagerökningen förklaras främst av den stärkta US-dollar som påverkat inköpskostnaderna och därmed varulagrets värde samt av butiks- och online-expansionen men även av att försäljningen under kvartalet var något under plan. Ökningen förklaras även av en bokföringseffekt om drygt en miljard SEK som hänför sig till den tidigare kommunicerade ändringen i fakturahanteringsprocessen av H&M-koncernens varuinköp. Utöver detta bedöms varulagrets nivå och sammansättning som tillfredsställande.

Varulagret utgjorde 13,6 procent (12,7) av omsättningen exklusive moms, rullande tolv månader och 28,5 procent (24,5) av balansomslutningen.

## Expansion

H&M-koncernen ser fortsatt positivt på framtida expansions- och affärsmöjligheter. Den kraftiga expansionen fortsätter i både butik och online.

Koncernens tillväxtnål ligger fast. Målet är att öka antalet butiker med 10–15 procent per år med fortsatt hög lönsamhet.

För helåret 2016 planeras ett nettotillskott om cirka 425 nya butiker, varav den största expansionen sker på befintliga marknader. Kina och USA kommer återigen att bli de marknader med flest nya butiker. Under april månad öppnas koncernens butik nummer 4 000, vilket blir i Indien när butiken i Mall of India i New Delhi öppnas. Under 2016 planeras för etablering på tre nya butiksmarknader: Nya Zeeland, Cypern och Puerto Rico, vilket innebär att H&M kommer att finnas på 64 marknader vid räkenskapsårets slut.

Av koncernens planerade nettotillskott om cirka 425 nya butiker utgör H&M-butikerna den största andelen. Av koncernens övriga varumärken - COS, Monki, Weekday, & Other Stories och Cheap Monday - kommer störst expansionsfokus under 2016 att vara på COS som öppnar största andelen butiker på befintliga marknader men även på fem nya butiksmarknader: Tjeckien - som öppnade under första kvartalet 2016 - samt senare under året i Rumänien, Lettland, Malaysia och Saudiarabien (via franchise). Även & Other Stories, Monki och Weekday expanderar med nya butiker på befintliga och nya marknader. Till exempel kommer & Other Stories att öppna sin första butik på Irland medan Monki och Weekday kommer att öppna i Österrike. Även H&M Home fortsätter sin snabba expansion med ett 60-tal nya H&M Home-avdelningar.

Sedan den 31 mars 2016 erbjuds H&M:s onlinehandel numera även i Slovenien, Kroatien, Estland, Lettland, Litauen, Luxemburg samt på Irland. Inom kort kommer H&M:s onlinehandel även att lanseras i Japan och senare under året i Grekland, Kanada samt Sydkorea. Totalt sett tillkommer 11 nya H&M-onlinemarknader under 2016 vilket innebär att H&M kommer att erbjuda onlineförsäljning på 34 marknader vid årets slut.

H&M Beauty har fått en mycket bra start sedan lanseringen påbörjades i juli 2015. H&M Beauty fanns vid kvartalets slut i nästan 1 000 butiker på 45 marknader samt på hm.com. H&M Beauty är ett nytt och brett koncept inom kosmetik, kroppsvård och hårstyling av hög kvalitet till bästa pris i specialframtagen design.



H&M Home

Utrullningen av H&M Beauty, som ersätter H&M:s nuvarande kosmetik, fortsätter på både befintliga och nya marknader under 2016. Planen är att addera H&M Beauty i ytterligare 275 H&M-butiker under 2016.

### Butiksantal per varumärke

Under första kvartalet öppnade koncernen 59 (50) butiker och stängde 13 (10) butiker, vilket gav ett nettotillskott om 46 (40) nya butiker. Av koncernens totalt 3 970 (3 551) butiker per den 29 februari 2016 var 161 franchisebutiker.

Varumärke	Nya butiker (Netto)	Totalt antal butiker	
	Q1 - 2016	29 feb - 2016	28 feb - 2015
H&M	40	3 650	3 295
COS	6	159	117
Monki	0	106	93
Weekday	-1	19	21
& Other Stories	1	31	20
Cheap Monday	0	5	5
<b>Totalt</b>	<b>46</b>	<b>3 970</b>	<b>3 551</b>

### Butiksantal per region

Region	Nya butiker (Netto)	Totalt antal butiker	
	Q1 - 2016	29 feb - 2016	28 feb - 2015
Europa & Afrika	10	2 724	2 560
Asien & Oceanien	25	720	544
Nord- och Sydamerika	11	526	447
<b>Totalt</b>	<b>46</b>	<b>3 970</b>	<b>3 551</b>



COS

### Skatt

H&M-koncernens skattesats för räkenskapsåret 2015/2016 beräknas bli 22,5 - 23,5 procent. I första kvartalet har en beräknad skattesats om 23,5 procent använts vilket även beräknas användas under andra och tredje kvartalet 2016. Skattesatsens utfall beror på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land.

### Innevarande kvartal

Försäljningen inklusive moms i mars månad ökade med 2 procent i lokala valutor. Försäljningen i mars, april och maj ska ses ihop, dels på grund av att påskhelgen inträffar i olika månader beroende på år, dels då vädret under denna tid kan vara mycket varierande mellan åren. Sammantaget för H&M är en sen påsk bättre jämfört med en tidig påsk. Fjolårets mars hade gynnsamma väderförhållanden för säsongen medan det har varit det omvända i år.

## 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 2014/2015 och som framgår i not 1 Redovisningsprinciper.

H & M Hennes & Mauritz AB:s finansiella instrument består av kundfordringar, övriga fordringar, likvida medel, leverantörsskulder, upplupna leverantörskostnader, räntebärande värdepapper samt valutaderivat. Valutaderivat värderas till verkligt värde baserat på indata motsvarande nivå 2 enligt IFRS 13. Övriga finansiella tillgångar och skulder har korta löptider. 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 årsredovisningen.

## Risker och osäkerhetsfaktorer

Det finns ett flertal faktorer som kan påverka H&M:s resultat och verksamhet. Många av dessa kan hanteras genom interna rutiner, medan vissa i högre utsträckning styrs av yttre faktorer. Risker och osäkerhetsfaktorer finns relaterade till mode, vädersituationer, negativa förändringar i makroekonomin, geopolitiska risker, hållbarhet och externa faktorer i produktionsländerna, handelsinterventioner, valutor samt skatt men kan även uppkomma vid etablering på nya marknader, lansering av nya koncept, förändrat konsumtionsbeteende och hantering av varumärket. Det finns t ex diverse risker som är relaterade till koncernens anseende, dvs så kallad "reputational risk".

För ytterligare beskrivning avseende risker och osäkerhetsfaktorer hänvisas till förvaltningsberättelsen och not 2 i års- och koncernredovisningen för 2015.

## Kalendarium

3 maj 2016, kl 15.00	Årsstämma 2016, Erling Perssonsalen, Aula Medica, Karolinska institutet, Solna
22 juni 2016	Sexmånadersrapport, 2015-12-01 – 2016-05-31
30 september 2016	Niomånadersrapport, 2015-12-01 – 2016-08-31
31 januari 2017	Bokslutskommuniké, 2015-12-01 – 2016-11-30

Tremånadersrapporten har inte granskats av bolagets revisorer.

Stockholm den 5 april 2016  
Styrelsen



H&M Barn

Informationen i denna delårsrapport är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnas för offentliggörande den 6 april 2016 klockan 08.00 (CET). Denna delårsrapport, liksom ytterligare information om H&M, finns tillgänglig på [www.hm.com](http://www.hm.com).



## Kontakt

Som tidigare meddelats utgår press- och telefonkonferenser i samband med publicering av Q1- och Q3-rapporterna. För att undvika eventuella telefonköer när rapporterna publiceras, finns möjlighet för finansmarknad och media att ringa till Nils Vinge, IR-chef, som kommer att vara tillgänglig för frågor på en öppen telefonlinje mellan kl 09.00-10.00 dessa båda rapportdagar.

För inloggningsuppgifter till samtalet den 6 april, vänligen registrera er på [hm.com](http://hm.com), finansiell information, kalendarier, tremånadersrapport 2016. Telefonsamtalet kommer att hållas på engelska.

Efter kl 10.00 finns Nils Vinge tillgänglig på 08-796 52 50 samt via mail: [nilsvinge@hm.com](mailto:nilsvinge@hm.com)

För bokning av intervjuer kontakta Kristina Stenvinkel, informationschef  
08-796 39 08 [stenvinkel@hm.com](mailto:stenvinkel@hm.com)

Och för övriga frågor kontakta Kommunikation- och pressavdelningen:  
08-796 53 00 [mediarelations@hm.com](mailto:mediarelations@hm.com)

H & M Hennes & Mauritz AB (publ)

106 38 Stockholm

Tel: 08-796 55 00, fax: 08-24 80 78, e-mail: [info@hm.com](mailto:info@hm.com)

Styrelsens säte: Stockholm, org.nr. 556042-7220

**KONCERNENS RESULTATRÄKNING (MSEK)**

	Q1 2016	Q1 2015	2014-12-01- 2015-11-30
Omsättning inklusive moms	50 624	46 791	209 921
Omsättning exklusive moms	43 691	40 276	180 861
Kostnad sålda varor	-20 992	-18 063	-77 694
<b>BRUTTORESULTAT</b>	<b>22 699</b>	<b>22 213</b>	<b>103 167</b>
<i>Bruttomarginal, %</i>	52,0	55,2	57,0
Försäljningskostnader	-17 771	-16 125	-70 292
Administrationskostnader	-1 658	-1 451	-5 933
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>3 270</b>	<b>4 637</b>	<b>26 942</b>
<i>Rörelsemarginal, %</i>	7,5	11,5	14,9
Ränteintäkter	58	87	310
Räntekostnader	-1	-1	-10
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>3 327</b>	<b>4 723</b>	<b>27 242</b>
Skatt	-782	-1 110	-6 344
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>2 545</b>	<b>3 613</b>	<b>20 898</b>

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

Resultat per aktie, SEK*	1,54	2,18	12,63
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	1 819	1 556	6 399
därav kostnad sålda varor	206	177	725
därav försäljningskostnader	1 490	1 279	5 262
därav administrationskostnader	123	100	412

\* Före och efter utspädning.

**KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)**

	Q1 2016	Q1 2015	2014-12-01- 2015-11-30
PERIODENS RESULTAT	2 545	3 613	20 898
Övrigt totalresultat			
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>			
Omräkningsdifferenser	-976	1 878	1 514
Förändring i såringsreserver	-285	-150	245
Skatt hänförlig till förändring i såringsreserver	68	36	-59
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>			
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	43
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-11
<b>ÖVRIGT TOTALRESULTAT</b>	<b>-1 193</b>	<b>1 764</b>	<b>1 732</b>
<b>TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>1 352</b>	<b>5 377</b>	<b>22 630</b>

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

**KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)**

TILLGÅNGAR	2016-02-29	2015-02-28	2015-11-30
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Immateriella anläggningstillgångar	4 445	3 408	4 115
Materiella anläggningstillgångar	32 578	28 537	32 962
Finansiella anläggningstillgångar	3 067	3 187	3 200
	40 090	35 132	40 277
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	25 153	20 266	24 833
Kortfristiga fordringar	8 525	7 150	7 753
Kortfristiga placeringar, 4-12 månader	1 119	7 627	-
Likvida medel	13 452	12 399	12 950
	48 249	47 442	45 536
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>88 339</b>	<b>82 574</b>	<b>85 813</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
Eget kapital	59 401	56 933	58 049
Långfristiga skulder*	4 754	3 805	4 827
Kortfristiga skulder**	24 184	21 836	22 937
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>88 339</b>	<b>82 574</b>	<b>85 813</b>

\* Endast pensionsskulder är räntebärande.

\*\* Inga kortfristiga skulder är räntebärande.

**FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL I SAMMANDRAG (MSEK)**

	2016-02-29	2015-02-28	2015-11-30
Eget kapital vid periodens början	58 049	51 556	51 556
Totalresultat för perioden	1 352	5 377	22 630
Utdelning	-	-	-16 137
Eget kapital vid periodens slut	59 401	56 933	58 049

**KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)**

	Q1 - 2016	Q1 - 2015
<b>Den löpande verksamheten</b>		
Resultat efter finansiella poster*	3 327	4 723
Avsättning till pensioner	31	25
Avskrivningar	1 819	1 556
Betald skatt	-408	-1 978
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet</b>	<b>4 769</b>	<b>4 326</b>
<b>Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet</b>		
Rörelsefordringar	-1 281	231
Varulager	-511	-442
Rörelseskulder	1 345	825
<b>KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>	<b>4 322</b>	<b>4 940</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-433	-507
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-2 098	-1 725
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4-12 månader	-1 119	-4 930
Övriga investeringar	-8	-87
<b>KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>-3 658</b>	<b>-7 249</b>
<b>PERIODENS KASSAFLÖDE</b>	<b>664</b>	<b>-2 309</b>
Likvida medel vid räkenskapsårets början	12 950	14 091
Periodens kassaflöde	664	-2 309
Valutakurseffekt	-162	617
Likvida medel vid periodens slut**	<b>13 452</b>	<b>12 399</b>

\* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 1 (1).

\*\* Likvida medel och kortfristiga placeringar 4-12 månader uppgick vid periodens slut till MSEK 14 571 (20 026).

## FÖRSÄLJNING INKLUSIVE MOMS PER MARKNAD OCH ANTAL BUTIKER

Q1, 1 december - 29 februari

Marknad	Q1 - 2016	Q1 - 2015	Förändring i %		29 feb - 16	Q1 - 2016	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker	Stängda butiker
Sverige	2 324	2 147	8	8	175		1
Norge	1 316	1 386	-5	4	120		
Danmark	1 283	1 256	2	4	102		1
Storbritannien	3 546	3 486	2	1	265	2	1
Schweiz	1 492	1 585	-6	-6	96		
Tyskland	8 661	8 671	0	1	447		2
Nederländerna	1 737	1 692	3	4	139	1	1
Belgien	1 043	988	6	7	87	3	1
Österrike	1 279	1 258	2	3	77		1
Luxemburg	113	100	13	15	10		
Finland	681	661	3	5	60		
Frankrike	3 206	3 182	1	2	223	1	
USA	6 377	5 422	18	11	426	14	3
Spanien	1 831	1 816	1	2	166	1	
Polen	1 047	930	13	18	157	3	
Tjeckien	314	250	26	24	45	2	1
Portugal	295	304	-3	-1	30		
Italien	2 062	1 887	9	11	151	2	1
Kanada	863	790	9	19	78		
Slovenien	120	121	-1	1	12		
Irland	262	243	8	9	23		
Ungern	340	276	23	26	40		
Slovakien	156	124	26	27	18		
Grekland	408	379	8	9	32		
Kina	2 301	2 148	7	6	365	12	
Hongkong	502	478	5	-1	26	1	
Japan	803	762	5	-1	59	2	
Ryssland	712	580	23	40	100	4	
Sydkorea	295	255	16	19	32	1	
Turkiet	575	404	42	68	47	1	
Rumänien	468	384	22	25	42		
Kroatien	174	169	3	3	15		
Singapore	267	265	1	1	13	1	
Bulgarien	135	101	34	35	18		
Lettland	67	65	3	4	6		
Malaysia	297	278	7	21	29		
Mexiko	389	248	57	80	16		
Chile	244	115	112	129	4		
Litauen	66	62	6	7	7		
Serbien	71	74	-4	-3	6		
Estland	69	64	8	10	6		
Australien	396	202	96	108	11	1	
Filippinerna	237	152	56	57	13	1	
Taiwan	174	40	335	327	7	1	
Peru	123				2		
Macao	48				2		
Indien	83				2		
Sydafrika	144				2		
Franchise	1 228	991	24	10	161	5	
<b>Totalt</b>	<b>50 624</b>	<b>46 791</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>3 970</b>	<b>59</b>	<b>13</b>

## FEM ÅR I SAMMANDRAG

### Q1, 1 december - 29 februari

	2012	2013	2014	2015	2016
Omsättning inklusive moms, MSEK	32 503	33 146	37 524	46 791	50 624
Omsättning exklusive moms, MSEK	27 832	28 392	32 143	40 276	43 691
Ändring från föregående år i SEK, %	14	2	13	25	8
Ändring från föregående år i lokala valutor, %	13	6	12	15	9
Rörelseresultat, MSEK	3 526	3 130	3 401	4 637	3 270
Rörelsemarginal, %	12,7	11,0	10,6	11,5	7,5
Periodens avskrivningar, MSEK	911	1 030	1 208	1 556	1 819
Resultat efter finansiella poster, MSEK	3 701	3 234	3 486	4 723	3 327
Resultat efter skatt, MSEK	2 739	2 458	2 649	3 613	2 545
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	22 029	18 959	18 226	20 026	14 571
Varulager, MSEK	12 397	13 825	15 865	20 266	25 153
Eget kapital, MSEK	45 852	45 625	47 586	56 933	59 401
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	1,65	1,49	1,60	2,18	1,54
Eget kapital per aktie, SEK*	27,70	27,57	28,75	34,40	35,89
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	1,34	2,28	1,61	2,98	2,61
Andel riskbärande kapital, %	79,1	78,4	76,2	73,0	72,1
Soliditet, %	77,6	75,1	72,1	68,9	67,2
Totalt antal butiker	2 491	2 818	3 192	3 551	3 970
<b>Rullande 12 månader</b>					
Resultat per aktie, SEK*	9,63	10,02	10,48	12,65	11,98
Avkastning på eget kapital, %	34,9	36,3	37,2	40,1	34,1
Avkastning på sysselsatt kapital, %	45,8	47,3	48,5	51,5	44,1

\* Före och efter utspädning.

För definitioner, se årsredovisningen.

## SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	Q1 - 2016	Q1 - 2015
<b>Asien och Oceanien</b>		
Extern nettoomsättning	6 031	5 056
Rörelseresultat	-161	126
Rörelsemarginal, %	-2,7	2,5
<b>Europa och Afrika</b>		
Extern nettoomsättning	30 194	29 057
Rörelseresultat	-985	-708
Rörelsemarginal, %	-3,3	-2,4
<b>Nord- och Sydamerika</b>		
Extern nettoomsättning	7 466	6 163
Rörelseresultat	-237	-3
Rörelsemarginal, %	-3,2	-0,0
<b>Koncerngemensamt</b>		
Nettoomsättning till andra segment	17 976	17 807
Rörelseresultat	4 653	5 222
<b>Elimineringar</b>		
Nettoomsättning till andra segment	-17 976	-17 807
<b>Totalt</b>		
Extern nettoomsättning	43 691	40 276
Rörelseresultat	3 270	4 637
Rörelsemarginal, %	7,5	11,5

**MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING (MSEK)**

	Q1 2016	Q1 2015	2014-12-01- 2015-11-30
Extern omsättning exklusive moms	-	1	15
Intern omsättning exklusive moms*	898	766	3 605
<b>BRUTTORESULTAT</b>	<b>898</b>	<b>767</b>	<b>3 620</b>
Försäljningskostnader	-	0	0
Administrationskostnader	-50	49	-126
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>848</b>	<b>816</b>	<b>3 494</b>
Utdelning från dotterbolag	-	483	13 288
Ränteintäkter och liknande resultatposter**	63	9	154
Räntekostnader	0	-1	-7
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>911</b>	<b>1 307</b>	<b>16 929</b>
Bokslutsdispositioner	-	-	17
Skatt	-200	-181	-806
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>711</b>	<b>1 126</b>	<b>16 140</b>

\* Intern omsättning utgörs av royaltym MSEK 896 (569) samt övrigt MSEK 2 (0) från koncernbolag.

\*\* Ränteintäkter och liknande resultatposter utgörs av ränteintäkter MSEK 2 (9) samt omräkningseffekter från koncernbolag MSEK 61 (0).

**MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)**

	Q1 2016	Q1 2015	2014-12-01- 2015-11-30
PERIODENS RESULTAT	711	1 126	16 140
Övrigt totalresultat			
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>			
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	37
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-8
<b>ÖVRIGT TOTALRESULTAT</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>29</b>
<b>TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>711</b>	<b>1 126</b>	<b>16 169</b>



**MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)**

	2016-02-29	2015-02-28	2015-11-30
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Materiella anläggningstillgångar	472	613	506
Finansiella anläggningstillgångar	1 770	1 649	1 727
	2 242	2 262	2 233
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Kortfristiga fordringar	7 952	10 481	8 473
Kortfristiga placeringar, 4-12 månader	1 000	6 009	-
Likvida medel	7 710	428	8 095
	16 662	16 918	16 568
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>18 904</b>	<b>19 180</b>	<b>18 801</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
Eget kapital	18 005	18 387	17 293
Obeskattade reserver	447	464	447
Långfristiga skulder*	195	223	195
Kortfristiga skulder**	257	106	866
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>18 904</b>	<b>19 180</b>	<b>18 801</b>

\* Avser avsättning till pensioner.

\*\* Inga kortfristiga skulder är räntebärande.