

### Niomånadersrapport

Nio månader (2018-12-01 – 2019-08-31)

- H&M-gruppens nettoomsättning ökade med 11 procent till MSEK 171 061 (153 986) under räkenskapsårets första nio månader. I lokala valutor ökade nettoomsättningen med 6 procent. Det pågående förändringsarbetet har bidragit till en fortsatt positiv försäljningsutveckling med mer fullpridförsäljning, lägre prisnedsättningar och ökade marknadsandelar.
- Resultatet efter finansiella poster ökade med 6 procent till MSEK 11 988 (11 287). Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 9 231 (9 109), motsvarande SEK 5:58 (5:50) per aktie. Föregående år påverkades resultatet efter skatt av en positiv engångseffekt om MSEK 418 till följd av den amerikanska skattereformen (Tax Cuts & Jobs Act).

Tredje kvartalet (2019-06-01 – 2019-08-31)

- Med väl mottagna sommarkollektioner ökade H&M-gruppens nettoomsättning med 12 procent till MSEK 62 572 (55 821) under tredje kvartalet. I lokala valutor ökade nettoomsättningen med 8 procent jämfört med samma kvartal föregående år.
- Onlineförsäljningen i tredje kvartalet ökade med 30 procent i SEK och med 25 procent i lokala valutor.
- Bruttoresultatet ökade med 13 procent till MSEK 31 815 (28 091), vilket motsvarar en bruttomarginal om 50,8 procent (50,3).
- Resultatet efter finansiella poster ökade med 25 procent till MSEK 5 011 (4 012). Resultat efter skatt ökade till MSEK 3 859 (3 099), motsvarande SEK 2:33 (1:87) per aktie.
- Varulagret fortsätter att förbättras. Som en andel av omsättningen minskade det bokförda varulagret i SEK jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år. Justerat för valutaeffekter minskade varulagret något.
- H&M lanserades framgångsrikt på Indiens ledande e-handelsplattform Myntra i augusti. Mottagandet har överträffat bolagets högt ställda förväntningar.

Nio månader 2019  
**171 miljarder kr**  
i nettoomsättning  
Rörelseresultat Q3  
**+26%**



- Försäljningen i september 2019 ökade med 8 procent i lokala valutor jämfört med september föregående år.
- H&M-gruppen rankas som ett av världens bästa retailbolag inom hållbarhet i Dow Jones Sustainability World Index.
- Integrationen av den digitala och fysiska butiken fortsätter med full kraft.
- H&M-gruppen fortsätter att aktivt optimera butiksportföljen med ökad konsolidering på etablerade marknader samtidigt som expansionen på tillväxtmarknader fortsätter. Nettotillskottet av nya butiker för helåret 2019 kommer att bli cirka 120, vilket är något färre än tidigare kommunicerat.

*"Väl mottagna sommarkollektioner och ökade marknadsandelar visar att vi är på rätt väg med vårt förändringsarbete för att möta kundernas ständigt ökade förväntningar. Fortsatt ökad fullpridförsäljning och minskade prisnedsättningar bidrog till att rörelseresultatet ökade med 26 procent i tredje kvartalet samtidigt som den höga aktivitetsnivån i förändringsarbetet fortsatte."*

Karl-Johan Persson, vd

## Kommentar av Karl-Johan Persson, vd

”Väl mottagna sommarkollektioner och ökade marknadsandelar visar att vi är på rätt väg med vårt förändringsarbete för att möta kundernas ständigt ökade förväntningar. Fortsatt ökad fullpridförsäljning och minskade prisnedläggningar bidrog till att rörelseresultatet ökade med 26 procent i tredje kvartalet samtidigt som den höga aktivitetsnivån i förändringsarbetet fortsatte.

Tillväxten var bra på många marknader, däribland USA där vi ökade försäljningen i lokal valuta med 19 procent, Polen 20 procent, Italien 15 procent, Ryssland 12 procent och Indien 29 procent. Även Sydamerika hade en stark försäljningsutveckling, exempelvis i Chile där vi växte med 32 procent. Däremot var det lite tuffare på några av våra franchisemarknader kopplat till utmanande makrofaktorer.

Den sammantagna försäljningen i koncernen ökade med 12 procent i SEK och 8 procent i lokala valutor i tredje kvartalet. Försäljningstillväxten drevs av både butik och online med en mycket stark ökning av online om 30 procent i SEK och 25 procent i lokala valutor.

Kundfokus är vår högsta prioritet. Vi fortsätter därför att investera i den bästa kombinationen av mode, kvalitet, pris och hållbarhet. Och för att göra kundupplevelsen ännu mer inspirerande och enkel, integrerar vi våra digitala och fysiska kanaler allt mer, bland annat genom fortsatt utrullning av click-and-collect och onlinereturer i butik, liksom förbättrade sökfunktioner, smidigare betalningar och snabbare leveranser. Vi fortsätter också att utveckla nya innovativa tjänster, bland annat inriktade på hållbarhet och återanvändning.

Parallellt med integrationen av butiker och online fortsätter vi att optimera butiksportföljen, bland annat genom ökad konsolidering på etablerade marknader och expansion på tillväxtmarknader. Vi expanderar även via nya kanaler. I slutet av kvartalet lanserades H&M på Indiens ledande e-handelsplattform Myntra och & Other Stories öppnade på Tmall i Kina medan H&M online lanserades i Indonesien, följt av Thailand i september. H&M har även öppnat sin första butik i Belarus och finns därmed på 73 marknader. Samtliga lanseringar och öppningar har fått ett bra mottagande. Våra fortsatta investeringar i tech och varuförsörjningskedjan gör också att vi senare i år kommer att kunna erbjuda våra kunder att handla online från COS, Weekday, Monki, & Other Stories och ARKET på upp till ett 70-tal nya marknader.

Vårt pågående förändringsarbete för att möta kundernas ständigt ökade förväntningar ger resultat. Den nya säsongen har börjat lovande med ett positivt mottagande av våra tidiga höstkollektioner. Blickar vi framåt är det med fortsatt ödmjukhet inför de utmaningar som modebranschens snabba omställning för med sig. Vårt förändringsarbete fortsätter därför med full kraft i alla delar av bolaget. Vi är övertygade om att detta kommer att bidra till en positiv utveckling för H&M-gruppen under många år framöver.”

### Strategiska fokusområden

Modebranschens snabba omställning fortsätter. Vi driver förändringsarbete baserat på våra strategiska fokusområden för att möta kundernas ständigt ökade förväntningar och framtidssäkra H&M-gruppen.

#### Skapa det bästa kunderbudandet

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 fysiska butiker och online 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 tech-infrastruktur med skalbara och stabila plattformar som ger snabbare utveckling av olika kundapplikationer och nya teknologier.

#### Addera tillväxt

Digital expansion till nya marknader.

Fysiska butiker – fortsatt expansion med fokus på tillväxtmarknader.

Utveckla nya koncept och affärsmodeller.



*& Other Stories*

Läs mer om våra initiativ och vårt hållbarhetsarbete på nästa sida och [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com).

## Initiativ för en förbättrad kundupplevelse

Här följer exempel på nya och pågående satsningar för att skapa det bästa erbjudandet och upplevelsen för kunderna överallt där vi möter dem. Mobilen är central när digitala och fysiska kanaler integreras alltmer. Vi fortsätter att uppgradera hm.com och H&M:s mobilapp med enklare navigering, förbättrad produktpresentation och integrerade sökfunktioner samt fler betalnings- och leveransalternativ.

- **Pay later.** För medlemmar i H&M:s kundlojalitetsprogram är det nu möjligt att handla och betala senare via faktura, oavsett om köpet gjorts i butik eller online. Lanseringen har gått mycket bra i Schweiz och Storbritannien där vi kan se att kunderna uppskattar den nya betalningslösningen. Utrullningen fortsätter under 2019 när tjänsten integreras i H&M-appen i Sverige, Österrike, Nederländerna, Danmark, Finland och USA.
- **Digitala kvitton.** Kunder kan idag avstå från fysiska kvitton i butik för att istället få digitala kvitton i H&M-appen. Tjänsten har lanserats i USA, Storbritannien och i Schweiz och följs av ytterligare marknader under hösten 2019.
- **Visual search** finns på 31 marknader där bildigenkänning hjälper kunden att gå direkt från inspiration till köp.
- **Next-day-delivery** erbjuds på 15 marknader och fler tillkommer under 2019.
- **Same-day-delivery** finns i bland annat Nederländerna och Storbritannien och rullas ut till fler marknader under året.
- **Find-in-store** finns på 21 marknader och under året tillkommer bland annat USA och Peru. 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 50 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 online. Mobiltjänsten finns på 11 marknader och lanseras på ytterligare två under året.
- **Click & collect** finns på 12 marknader och ytterligare två marknader får tjänsten under 2019.
- **Onlineretur i butik** finns på 15 marknader och fortsatt utrullning planeras under året.
- **#HMxME** är ett galleri som bjuder in kunderna att dela med sig av sina egna modeberättelser från Instagram samtidigt som innehållet i bilderna blir köpbart på ett enkelt sätt. #HMxME finns på 44 marknader.
- **Storleksrekommendation** hjälper kunden att hitta rätt storlek online baserat på tidigare köp. Funktionen finns på fem marknader med plan att rulla ut i ett flertal marknader under 2019.
- **Rate & Review** gör det möjligt för kunder att betygsätta och recensera H&M-produkter och finns på 19 marknader med ytterligare utrullning i år till ett flertal marknader.
- **H&M:s kundlojalitetsprogram** finns nu på 19 marknader. Lanseringen i USA, Kanada och Ryssland har varit framgångsrik. Under hösten integreras lojalitetsprogrammet i den kinesiska kommunikationsappen WeChat som har cirka en miljard användare.
- **RFID** finns idag på 15 H&M-marknader. Den globala utrullningen fortsätter till fler marknader under 2019.
- **H&M Beauty Bar by Dashi**, som är en tjänst för skönhetsbehandlingar, lanseras som ett nytt samarbete i Sverige där kunder i butik kan boka och få behandlingar av hår, naglar och make-up.
- **H&M:s samarbete med Instagram** i USA, där kunder kan handla varor direkt via inspirationsbilder, utvecklas vidare. Nu kan kunder få notiser via Instagram när H&M släpper nya kollektioner.
- **Monki live-shopping** lanseras i höst på monki.com. Fans av #monkistyle får en shoppingupplevelse i realtid där de kan interagera med den som livestreamar tillsammans med andra kunder, samt shoppa de produkter som ses live. Allt utan att behöva lämna livestreamen. Monki kommer även att lansera en ny digital mötesplats, Monkisphere, där medlemmar kan ställa och svara på frågor samt dela kunskap i ett chattforum på monki.com. Monkisphere gör det också möjligt för människor att betygsätta, recensera och styla det senaste Monki-modet.



.MONK.L

## Produktflöde

Varuförsörjningskedjan är ett av H&M-gruppens fokusområden där snabbhet, flexibilitet och effektivitet är ledord för att kunna ge en ännu bättre kundupplevelse. Det pågående arbetet omfattar hela varuflödet och hur vi säkerställer rätt vara på rätt plats i rätt tid till rätt kostnad. En viktig del i detta är våra logistikcentra och våra logistiksystem - där bland annat följande sker under hösten:

- **Storbritannien:** I Milton Keynes norr om London öppnar vi ett helt nytt högteknologiskt logistikcenter för både butik och online.
- **Kina:** Bytet av koncernens logistiksystem fortsätter med förberedelser inför implementeringen av det nya systemet i logistikcentret utanför Shanghai. Planerad driftstart i slutet av november.



H&M

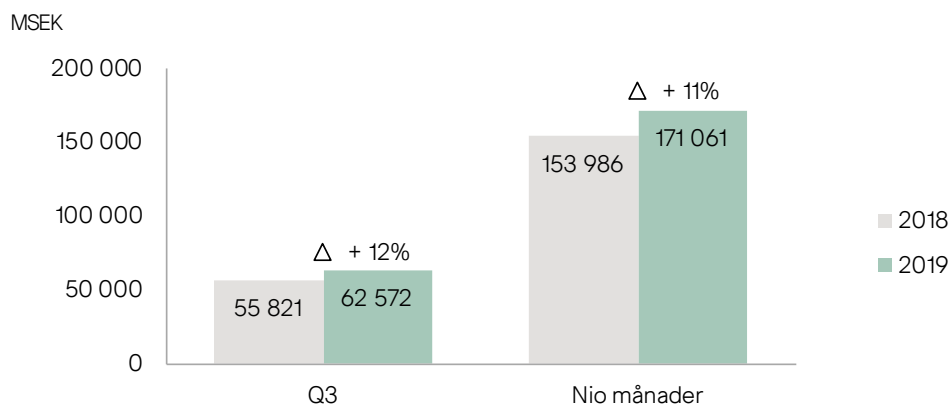
## Hållbarhet

Vi fortsätter att öka värdet för kunderna genom vårt hållbarhetsarbete, till exempel är vårt mål att bli klimatpositiva i hela värdekedjan senast år 2040. Vi ökar successivt andelen hållbara material i sortimentet och år 2020 ska all vår bomull vara framtagen på ett mer hållbart sätt. H&M-gruppen har ett cirkulärt förhållningssätt och strävar också efter att använda enbart förnybar energi.

- **Cirkulär resursanvändning** H&M-gruppens varumärken erbjuder nya kollektioner, innovationer och samarbeten som gör det möjligt för kunderna att bidra till en mer cirkulär resursanvändning:  
Restore - COS kollektion med varsamt restaurerade plagg.  
Recommerce - & Other Stories säljer second-hand via Sellpy, som H&M-gruppen deläger.  
Remade - rekonstruerade plagg hos Weekday, som även erbjuder tryck on-demand på t-shirts och återanvändningsbara onlineförpackningar i samarbete med RePack.  
Rental - test av uthyrning av H&M-plagg planeras till hösten i en butik i Stockholm.  
Repair - lagningar och ändringar av plagg genom H&M Take Care.
- **Klimatsmarta leveranser** Vi har i vår varuförsörjningskedja allt fler klimatsmarta transporter med fordon som drivs av el, biobränsle eller biogas. Inom kort kommer kunderna i Nederländerna att kunna välja gröna hemleveranser med biogasbilar och cykel.
- **Dow Jones Sustainability World Index** H&M-gruppen rankas som ett av världens bästa retailbolag inom hållbarhet i Dow Jones Sustainability World Index. H&M-gruppen placerar sig dessutom högst i branschen inom flera områden såsom mänskliga rättigheter, miljörapportering, förpackningar och hantering av leverantörskedjan.
- **Fashion Pact** H&M-gruppen är en av undertecknarna av Fashion Pact där bolaget, tillsammans med andra mode- och textilföretag, åtar sig att vidta konkreta åtgärder mot miljöutmaningar som branschen står inför gällande klimat, biologisk mångfald och hav. Detta åtagande går i linje med H&M-gruppens ambitiösa miljömål som exempelvis att bli klimatpositiva i hela vår värdekedja senast år 2040.

Läs mer om många av ovanstående initiativ och vårt hållbarhetsarbete på [hmgroupp.com](http://hmgroupp.com).

## Försäljning



COS

**Nettoomsättningen** ökade med 12 procent till MSEK 62 572 (55 821) i tredje kvartalet. För niomånadersperioden ökade nettoomsättningen med 11 procent till MSEK 171 061 (153 986). I lokala valutor ökade H&M-koncernens nettoomsättning med 8 procent i tredje kvartalet och med 6 procent under niomånadersperioden.

Onlineförsäljningen i tredje kvartalet ökade med 30 procent i SEK och med 25 procent i lokala valutor.

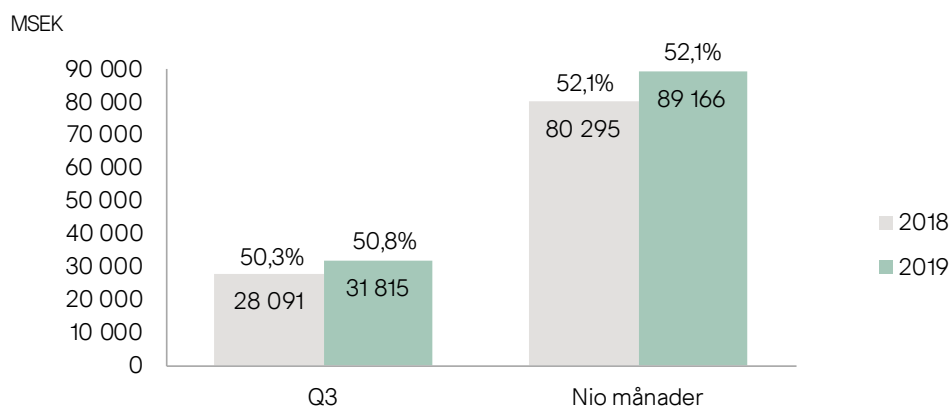
New Business ökade försäljningen i tredje kvartalet med 18 procent i SEK och med 16 procent i lokala valutor.

## Försäljning tio största marknaderna, tredje kvartalet

	Q3 - 2019	Q3 - 2018	Förändring i %		31 aug - 19	Q3 - 2019
	MSEK netto-omsättning	MSEK netto-omsättning	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker (netto)
Tyskland	8 955	8 287	8	5	462	0
USA	8 232	6 503	27	19	580	5
Storbritannien	3 863	3 734	3	1	300	-1
Frankrike	3 468	3 124	11	8	232	-2
Kina	3 075	2 785	10	8	524	-9
Sverige	2 387	2 260	6	6	178	0
Italien	2 236	1 900	18	15	178	-2
Spanien	2 177	2 086	4	1	168	1
Ryssland	2 047	1 735	18	12	142	1
Polen	1 817	1 471	24	20	189	2
Övriga*	24 315	21 936	11	9	2 019	-2
<b>Totalt</b>	<b>62 572</b>	<b>55 821</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>4 972</b>	<b>-7</b>
* Varav franchise	1 464	1 570	-7	-10	256	-1

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



#MHOME

**Bruttoresultatet** ökade med 13 procent till MSEK 31 815 (28 091) under tredje kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 50,8 procent (50,3). För niomånadersperioden ökade bruttoresultatet till MSEK 89 166 (80 295), vilket motsvarar en bruttomarginal om 52,1 procent (52,1).

**Kostnaderna för prisnedsättningarna** i relation till omsättningen minskade med cirka 2 procentenheter i tredje kvartalet 2019 jämfört med motsvarande kvartal 2018.

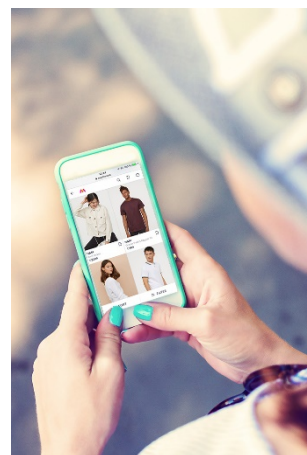
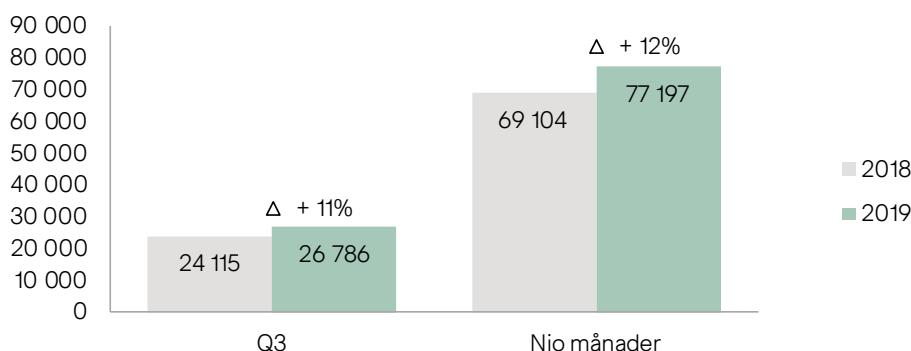
**Bruttoresultatet och bruttomarginalen** är resultatet av många faktorer, såväl interna som externa, och påverkas främst av de beslut som H&M-gruppen tar utifrån strategin att alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad – utifrån kombinationen mode, kvalitet, pris och hållbarhet.

För det tredje kvartalet var de externa faktorerna som påverkar inköpskostnaderna negativa, framför allt den dyrare US-dollar, jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år. Bruttomarginalen påverkades också av fortsatta investeringar i ett ännu starkare kunderbjudande samt av kostnader för det pågående förändringsarbetet.

**För inköpen till fjärde kvartalet 2019** bedöms marknadsläget för de externa faktorerna sammantaget vara fortsatt negativt jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.

## Försäljnings- och administrationskostnader

MSEK

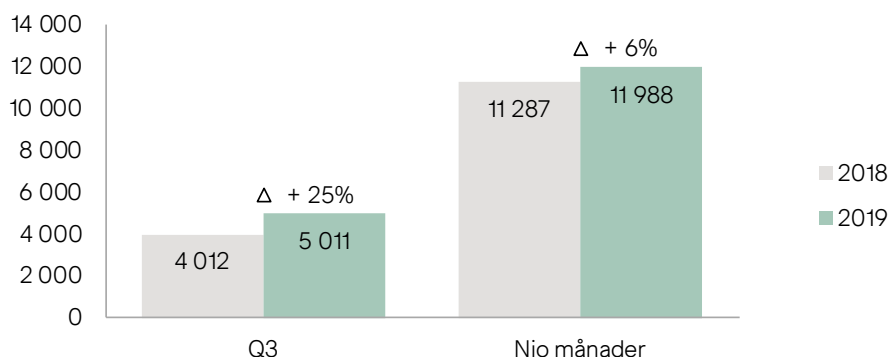


I tredje kvartalet 2019 ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 11 procent i SEK och med 8 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år. För niomånadersperioden ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 12 procent i SEK och med 8 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år. Kostnadskontrollen i koncernen är fortsatt god.

Kostnadsökningen i kvartalet förklaras främst av expansionen för butik och online men också av koncernens pågående förändringsarbete med satsningar inom fokusområdena såsom AI, tech, logistik och H&M:s kundlojalitetsprogram.

## Resultat efter finansiella poster

MSEK



**Resultatet efter finansiella poster** ökade med 25 procent till MSEK 5 011 (4 012) i tredje kvartalet. Under niomånadersperioden ökade resultatet med 6 procent till MSEK 11 988 (11 287).

Trots en fortsatt hög aktivitetsnivå i det pågående förändringsarbetet, ökade resultatet både under tredje kvartalet och under niomånadersperioden främst drivet av ökad fullpridförsäljning och lägre kostnader för prisnedläggningar.

## Varulager

Varulagrets sammansättning och nivå fortsätter att förbättras. Valutajusterat minskade varulagret med 1 procent. Dock har det bokförda varulagret i SEK en kraftig valutaeffekt som en följd av den fortsatta försvagningen av den svenska kronan. Uttryckt i SEK ökade därför varulagret med 9 procent till MSEK 42 044 (38 719).

Det bokförda varulagret i SEK utgjorde 18,5 procent (18,9) av omsättningen rullande tolv månader som uppgick till MSEK 227 475 (204 393).

## Expansion

Integrationen av butik och online fortsätter. Arbetet med att rulla ut online globalt fortsätter med full kraft till H&M-gruppens samtliga befintliga marknader och fler därtill.

Hittills under 2019 har H&M och H&M HOME öppnat online i Mexiko samt H&M via franchise i Indonesien och Thailand. H&M:s onlinebutik finns därmed på 50 marknader och därtill har H&M lanserats på Indiens ledande e-handelsplattform Myntra. COS, Monki, Weekday, & Other Stories och ARKET har öppnat online i Norge och & Other Stories har även öppnat på Tmall i Kina. Senare under året planerar H&M att lansera online i Egypten via franchise och Afound online i Nederländerna.

Nya butiksmarknader hittills under 2019 är för H&M Bosnien-Hercegovina och Belarus. H&M-butiker finns därmed på 73 marknader och senare under 2019 tillkommer Tunisien via franchise. Under 2019 har Island blivit ny butiksmarknad för COS, Weekday och Monki. Weekday, & Other Stories och ARKET har även öppnat sina första butiker i Luxemburg, COS har öppnat i Litauen och Monki har öppnat i Polen samt via franchise i Förenade Arabemiraten. Senare under 2019 tillkommer Slovakien för COS, Schweiz för Weekday och Lettland för & Other Stories.

Senare under 2019 blir det möjligt för kunder på upp till ett 70-tal nya marknader att handla online från COS, Weekday, Monki, & Other Stories och ARKET. Det exakta antalet marknader per varumärke kan variera för denna nya service.

Som bolaget kommunicerade i samband med sexmånadersrapporten har anpassningen till kundernas ändrade köpmönster accelererats och därför har nettotillskottet av nya butiker reviderats ner. Nettotillskottet av nya butiker för helåret 2019 kommer att bli cirka 120, vilket är något färre än tidigare kommunicerat.

För räkenskapsåret 2019 planeras cirka 290 nya butiker inklusive franchise att öppnas, varav de flesta öppnas under fjärde kvartalet. Drygt 220 av butiksöppningarna är H&M-butiker och resterande del utgörs av COS, & Other Stories, Monki, Weekday, ARKET och fristående H&M HOME-butiker.

Cirka 170 butiker kommer att stängas, dvs konsolideras, under 2019 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.



ARKET



Varumärke	Antal marknader 31 aug - 2019		Expansion 2019
	Butik	Online	Nya marknader
H&M	72	49	Butik: Bosnien-Hercegovina*, Belarus**, Tunisien (franchise) Online: Mexiko*, Indonesien (franchise)*, Thailand (franchise)**, Egypten (franchise)
COS	42	22	Butik: Island*, Litauen**, Slovakien Online: Norge*, Global selling***
Monki	19	19	Butik: Island*, Polen*, Förenade Arabemiraten (franchise)* Online: Norge*, Global selling***
Weekday	12	19	Butik: Island*, Luxemburg*, Schweiz Online: Norge*, Global selling***
& Other Stories	19	16	Butik: Luxemburg*, Lettland Online: Norge*, Kina (Tmall)*, Portugal, Slovenien, Slovakien, Ungern, Tjeckien, Global selling***
ARKET	7	19	Butik: Luxemburg* Online: Norge*, Global selling***
Afound	1	1	Online: Nederländerna
H&M HOME	51	41	Butik: Kazakstan* Online: Mexiko*

\* Öppnat fram till 31 augusti 2019

\*\* Öppnat under september 2019

\*\*\* Global selling: senare under 2019 blir det möjligt för kunder på upp till ett 70-tal nya marknader att handla online från COS, Weekday, Monki, & Other Stories och ARKET. Det exakta antalet marknader per varumärke kan variera för denna nya tjänst.



WEEKDAY

## Butiksantal per varumärke

H&M-gruppen öppnade 138 (201) butiker inklusive franchise under niomånadersperioden och stängde, dvs konsoliderade 132 (99) butiker vilket gav ett nettotillskott om 6 (102) butiker. Av koncernens totalt 4 972 (4 841) butiker per den 31 augusti 2019 drevs 256 (247) butiker av franchisepartners.

Varumärke	Nya butiker 2019 (netto)		Totalt antal butiker	
	Q3	Nio månader	31 aug - 2019	31 aug - 2018
H&M	-15	-17	4 414	4 353
COS	9	13	283	255
Monki	-1	-1	126	119
Weekday	1	7	45	34
& Other Stories	-1	-1	69	63
Cheap Monday	0	-1	0	1
ARKET	0	3	19	12
Afound	0	1	6	3
H&M HOME*	0	2	10	1
<b>Totalt</b>	<b>-7</b>	<b>6</b>	<b>4 972</b>	<b>4 841</b>

\* Konceptbutiker. H&M HOME ingår även med shop-in-shop i 370 H&M-butiker.

## Butiksantal per region

Region	Nya butiker 2019 (netto)		Totalt antal butiker	
	Q3	Nio månader	31 aug - 2019	31 aug - 2018
Europa & Afrika	-9	-18	3 049	3 008
Asien & Oceanien	-4	18	1 176	1 115
Nord- & Sydamerika	6	6	747	718
<b>Totalt</b>	<b>-7</b>	<b>6</b>	<b>4 972</b>	<b>4 841</b>

## Skatt

Koncernens skattesats för räkenskapsåret 2018/2019 beräknas bli 22,0 – 23,0 procent. Under årets första tre kvartal har en skattesats om 23,0 procent använts 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

Försäljningen i september 2019 ökade med 8 procent i lokala valutor jämfört med september föregående år. Aktivitetsnivån i bolagets förändringsarbete kommer att vara fortsatt hög med bland annat fortsatta uppgraderingar inom varuförsörjningskedjan.

## Finansiering

Per den 31 augusti 2019 hade koncernen MSEK 7 665 (14 309) i lån med löptider upp till 1 år, MSEK 6 495 (1 064) i lån med löptider 1 till 3 år, MSEK 2 165 (0) med löptider 3 till 5 år och MSEK 2 000 (0) i lån med löptider över 5 år.

Nettoskuld i förhållande till EBITDA uppgick till 0,2 (0,1).

Under 2019 har H&M-koncernen genomfört finansieringsaktiviteter med syfte att förbättra likviditeten och den genomsnittliga löptiden. Som tidigare kommunicerats lanserade H & M Hennes & Mauritz AB ett svenskt företagscertifikatsprogram i maj 2019. Under tredje kvartalet emitterades MSEK 1 190 under programmet på löptider mellan 3 till 6 månader.

H&M-gruppens starka kreditprofil möjliggör en kostnadseffektiv finansiering. Koncernen ser löpande över möjligheten att komplettera med ytterligare finansieringskällor på kreditmarknaden.

Summan av likvida medel och outnyttjade kreditlöften uppgick till MSEK 25 641 (21 409) och den genomsnittliga löptiden på lån från kreditinstitut uppgick till 2,0 (0,3) 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 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 även i H&M-koncernens årsredovisning 2018.

IFRS 9 Finansiella instrument ersatte 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-koncernen 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-koncernen 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-koncernen 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-koncernen 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 genomfördes under 2018 en förstudie av bolagets intäktsströmmar. Förstudien visade att koncernens resultaträkning inte väsentligt påverkas av införandet av IFRS 15, enda undantaget är att koncernen från 1 december 2018 bruttoredovisar reserven för förväntade retur. Koncernen har valt att använda framåtriktad övergångsmetod varför jämförelsetalen inte har omräknats.

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 IFRS 9 vid värdering av finansiella instrument och aktiverar inte heller utvecklingsutgifter.

För definitioner, se års- och koncernredovisningen för 2018.

## 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-koncernen 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. Införandet av den nya standarden kommer att leda till redovisning av väsentliga tillgångar och skulder hänförliga till koncernens lokalhyresavtal. Upplysningar om de beloppsmässiga effekterna av övergången kommer att lämnas i samband med bokslutskommunikén.

## Finansiella instrument

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 den 31 augusti 2019 uppgår terminskontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 620 (712) vilket redovisas inom posten övriga kortfristiga fordringar. Terminskontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 881 (1 202) 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.

## 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, tull 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

16 december 2019	Fjärde kvartalets försäljningsutveckling, 2019-09-01 – 2019-11-30
30 januari 2020	Bokslutskommuniké, 2018-12-01 – 2019-11-30
16 mars 2020	Första kvartalets försäljningsutveckling, 2019-12-01 – 2020-02-29
3 april 2020	Tremånadersrapport, 2019-12-01 – 2020-02-29
7 maj 2020	Årsstämma
15 juni 2020	Andra kvartalets försäljningsutveckling, 2020-03-01 – 2020-05-31
26 juni 2020	Sextmånadersrapport, 2019-12-01 – 2020-05-31

Stockholm den 2 oktober 2019  
Styrelsen

## Granskningsrapport

H & M Hennes & Mauritz AB (publ), org nr 556042-7220

### Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av delårsrapporten för H & M Hennes & Mauritz AB (publ) per 31 augusti 2019 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

### Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 *Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor*. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i övrigt har.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en

översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

## Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningslagen.

Stockholm den 2 oktober 2019

Ernst & Young AB  
Åsa Lundvall  
Auktoriserad revisor

## Telefonkonferens i samband med niomånadersrapporten

Niomånadersrapporten för 2019, 1 december 2018 – 31 augusti 2019, publiceras 08.00 den 3 oktober 2019. En telefonkonferens för finansmarknad och media hålls på engelska 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 [hmgroup.com](http://hmgroup.com) eller via länken:

<http://emea.directeventreg.com/registration/1794716>

För bokning av intervjuer med vd Karl-Johan Persson och IR-chef Nils Vinge i samband med niomånadersrapporten den 3 oktober, vänligen kontakta:

Kristina Stenvinkel, kommunikationsdirektör  
Telefon: 08-796 39 08  
E-post: [stenvinkel@hm.com](mailto: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](mailto:info@hm.com)  
Styrelsens säte: Stockholm, org.nr. 556042-7220

För mer information om H&M-gruppen se [hmgroup.com](http://hmgroup.com).

Informationen i denna niomånadersrapport är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning (EU) nr 596/2014. Informationen lämnades, genom ovanstående personers försorg för offentliggörande den 3 oktober 2019 kl 08.00 (CEST). Denna niomånadersrapport, liksom ytterligare information om H&M-gruppen finns tillgänglig på [hmgroup.com](http://hmgroup.com).

*H & M Hennes & Mauritz AB (publ) grundades i Sverige 1947 och är noterat på Nasdaq Stockholm. H&Ms affärsidé är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris på ett hållbart sätt. I koncernen ingår förutom H&M, varumärkena COS, Monki, Weekday, & Other Stories, H&M HOME, ARKET samt Afound. I dagsläget har H&M-koncernen 50 onlinemarknader och mer än 4 900 butiker på 73 marknader, inklusive franchisemarknader. 2018 uppgick nettoomsättningen till SEK 210 miljarder. Antalet anställda uppgår till cirka 177 000. Ytterligare information finns på [hmgroup.com](http://hmgroup.com).*

## KONCERNENS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q3 2019	Q3 2018	Nio månader 2019	Nio månader 2018	2017-12-01- 2018-11-30
Nettoomsättning	62 572	55 821	171 061	153 986	210 400
Kostnad sålda varor	-30 757	-27 730	-81 895	-73 691	-99 513
<b>BRUTTORESULTAT</b>	<b>31 815</b>	<b>28 091</b>	<b>89 166</b>	<b>80 295</b>	<b>110 887</b>
<i>Bruttomarginal, %</i>	50,8	50,3	52,1	52,1	52,7
Försäljningskostnader	-24 659	-22 192	-70 735	-63 263	-87 512
Administrationskostnader	-2 127	-1 923	-6 462	-5 841	-7 882
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>5 029</b>	<b>3 976</b>	<b>11 969</b>	<b>11 191</b>	<b>15 493</b>
<i>Rörelsemarginal, %</i>	8,0	7,1	7,0	7,3	7,4
Finansnetto	-18	36	19	96	146
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>5 011</b>	<b>4 012</b>	<b>11 988</b>	<b>11 287</b>	<b>15 639</b>
Skatt	-1 152	-913	-2 757	-2 178	-2 987
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>3 859</b>	<b>3 099</b>	<b>9 231</b>	<b>9 109*</b>	<b>12 652</b>

\* Resultatet efter skatt för nio månader 2018 påverkades av en positiv engångseffekt om MSEK 418 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**	2,33	1,87	5,58	5,50	7,64
Antal aktier, tusental**	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	2 745	2 378	8 216	7 081	9 671
därav kostnad sålda varor	110	133	428	420	558
därav försäljningskostnader	2 513	2 113	7 358	6 243	8 566
därav administrationskostnader	122	132	430	418	547

\*\* Före och efter utspädning.

## KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q3 2019	Q3 2018	Nio månader 2019	Nio månader 2018	2017-12-01- 2018-11-30
PERIODENS RESULTAT	3 859	3 099	9 231	9 109	12 652
Övrigt totalresultat					
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>					
Omräkningsdifferenser	541	353	2 052	2 374	1 895
Förändring i såringsreserv	-176	-405	-368	-39	535
Skatt hänförlig till förändring i såringsreserver	41	93	85	9	-123
<i>Poster som inte kommer att omföras till årets resultat</i>					
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	-	14
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	-	-3
<b>ÖVRIGT TOTALRESULTAT</b>	<b>406</b>	<b>41</b>	<b>1 769</b>	<b>2 344</b>	<b>2 318</b>
<b>TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>4 265</b>	<b>3 140</b>	<b>11 000</b>	<b>11 453</b>	<b>14 970</b>

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

**KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)**

<b>TILLGÅNGAR</b>	<b>2019-08-31</b>	<b>2018-08-31</b>	<b>2018-11-30</b>
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Immateriella anläggningstillgångar	11 023	8 625	9 618
Materiella anläggningstillgångar	42 022	42 234	42 439
Finansiella anläggningstillgångar	553	278	478
Övriga anläggningstillgångar	4 563	3 317	4 679
	<b>58 161</b>	<b>54 454</b>	<b>57 214</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	42 044	38 719	37 721
Kortfristiga fordringar	14 657	11 431	12 265
Likvida medel	13 064	13 963	11 590
	<b>69 765</b>	<b>64 113</b>	<b>61 576</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>127 926</b>	<b>118 567</b>	<b>118 790</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
Eget kapital	53 409	55 029	58 546
Långfristiga skulder*	15 937	6 130	16 025
Kortfristiga skulder**	58 580	57 408	44 219
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>127 926</b>	<b>118 567</b>	<b>118 790</b>

\* Räntebärande långfristiga skulder uppgår till MSEK 11 453 (1 933).

\*\* Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 7 810 (14 442).

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

	<b>2019-08-31</b>	<b>2018-08-31</b>	<b>2018-11-30</b>
Eget kapital vid periodens början	58 546	59 713	59 713
Totalresultat för perioden	11 000	11 453	14 970
Utdelning	-16 137	-16 137	-16 137
Eget kapital vid periodens slut	<b>53 409</b>	<b>55 029</b>	<b>58 546</b>

**KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)**

	Nio månader 2019	Nio månader 2018
<b>Den löpande verksamheten</b>		
Resultat efter finansiella poster*	11 988	11 287
- Avsättning till pensioner	56	63
- Avskrivningar	8 216	7 081
- Betald skatt	-2 568	-1 385
- Övrigt	32	37
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet</b>	<b>17 724</b>	<b>17 083</b>
<b>Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet</b>		
Rörelsefordringar	99	-798
Varulager	-3 508	-4 295
Rörelseskulder	2 954	2 930
<b>KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>	<b>17 269</b>	<b>14 920</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-2 233	-2 083
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-5 210	-6 422
Övriga investeringar	-122	-201
<b>KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>-7 565</b>	<b>-8 706</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>		
Förändring av räntebärande skulder	-1 109	5 535
Utdelning	-8 110	-8 110
<b>KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>-9 219</b>	<b>-2 575</b>
<b>PERIODENS KASSAFLÖDE</b>	<b>485</b>	<b>3 639</b>
<b>Likvida medel vid räkenskapsårets början</b>	<b>11 590</b>	<b>9 718</b>
Periodens kassaflöde	485	3 639
Valutakurseffekt	989	606
<b>Likvida medel vid periodens slut**</b>	<b>13 064</b>	<b>13 963</b>

\* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 224 (62).

\*\* Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid periodens slut till MSEK 13 064 (13 963).



**FEM ÅR I SAMMANDRAG****Nio månader, 1 december - 31 augusti**

	2015	2016	2017	2018	2019
Nettoomsättning, MSEK	132 167	139 547	149 597	153 986	171 061
Ändring nettoomsättning från föregående år i SEK, %	22	6	7	3	11
Ändring nettoomsättning från föregående år i lokala valutor, %	12	8	4	1	6
Rörelseresultat, MSEK	19 858	16 469	15 748	11 191	11 969
Rörelsemarginal, %	15,0	11,8	10,5	7,3	7,0
Periodens avskrivningar, MSEK	4 708	5 535	6 324	7 081	8 216
Resultat efter finansiella poster, MSEK	20 094	16 630	15 936	11 287	11 988
Resultat efter skatt, MSEK	15 372	12 722	12 191	9 109	9 231
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	10 963	8 680	9 665	13 963	13 064
Varulager, MSEK	25 205	31 231	33 583	38 719	42 044
Eget kapital, MSEK	52 030	54 146	54 521	55 029	53 409
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	9:29	7:69	7:37	5:50	5:58
Eget kapital per aktie, SEK*	31:44	32:72	32:94	33:25	32:27
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	10:76	10:60	9:81	9:01	10:43
Andel riskbärande kapital, %	68,5	63,6	59,6	50,0	45,3
Soliditet, %	64,2	59,3	54,5	46,4	41,7
Totalt antal butiker	3 675	4 135	4 553	4 841	4 972
<b>Rullande 12 månader</b>					
Resultat per aktie, SEK*	13:05	11:03	10:94	7:92	7:72
Avkastning på eget kapital, %	44,7	34,4	33,3	23,9	23,6
Avkastning på sysselsatt kapital, %	57,3	42,9	39,8	25,0	23,1

\* Före och efter utspädning.

För definitioner, se årsredovisningen

## SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	Nio månader 2019	Nio månader 2018
<b>Asien och Oceanien</b>		
Extern nettoomsättning	26 509	23 382
Rörelseresultat	940	194
Rörelsemarginal, %	3,5	0,8
<b>Europa och Afrika*</b>		
Extern nettoomsättning	113 274	105 431
Rörelseresultat	2 593	2 330
Rörelsemarginal, %	2,3	2,2
<b>Nord- och Sydamerika</b>		
Extern nettoomsättning	31 278	25 173
Rörelseresultat	906	-269
Rörelsemarginal, %	2,9	-1,1
<b>Koncerngemensamt</b>		
Nettoomsättning till andra segment	61 755	46 756
Rörelseresultat	7 530	8 936
<b>Elimineringar</b>		
Nettoomsättning till andra segment	-61 755	-46 756
<b>Totalt</b>		
Extern nettoomsättning	171 061	153 986
Rörelseresultat	11 969	11 191
Rörelsemarginal, %	7,0	7,3

\* Sydafrika

## MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q3 2019	Q3 2018	Nio månader 2019	Nio månader 2018	2017-12-01- 2018-11-30
Extern nettoomsättning	7	6	24	16	22
Intern nettoomsättning*	1 241	1 070	3 222	3 085	4 262
<b>BRUTTORESULTAT</b>	<b>1 248</b>	<b>1 076</b>	<b>3 246</b>	<b>3 101</b>	<b>4 284</b>
Administrationskostnader	-34	-35	-130	-124	-156
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>1 214</b>	<b>1 041</b>	<b>3 116</b>	<b>2 977</b>	<b>4 128</b>
Finansnetto**	772	1 494	745	3 807	13 846
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>1 986</b>	<b>2 535</b>	<b>3 861</b>	<b>6 784</b>	<b>17 974</b>
Bokslutsdispositioner	-	-	-	-	-1 164
Skatt	-268	-232	-681	-675	-673
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>1 718</b>	<b>2 303</b>	<b>3 180</b>	<b>6 109</b>	<b>16 137</b>

\* Intern omsättning utgörs för kvartalet av royalty MSEK 1 236 (1 066) samt övrigt MSEK 5 (4) från koncernbolag och för niomånadersperioden av royalty MSEK 3 206 (3 076) samt övrigt MSEK 16 (8).

\*\* Utdelningsintäkter från dotterbolag ingår för kvartalet med MSEK 769 (1 483) och för niomånadersperioden med MSEK 771 (3 717).

## MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q3 2019	Q3 2018	Nio månader 2019	Nio månader 2018	2017-12-01- 2018-11-30
PERIODENS RESULTAT	1 718	2 303	3 180	6 109	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
<b>ÖVRIGT TOTALRESULTAT</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-7</b>
<b>TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN</b>	<b>1 718</b>	<b>2 303</b>	<b>3 180</b>	<b>6 109</b>	<b>16 130</b>

**MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)**

	2019-08-31	2018-08-31	2018-11-30
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Materiella anläggningstillgångar	243	307	289
Övriga anläggningstillgångar	1 891	1 828	1 621
	2 134	2 135	1 910
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Kortfristiga fordringar	28 470	23 548	30 233
Likvida medel	80	348	93
	28 550	23 896	30 326
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>30 684</b>	<b>26 031</b>	<b>32 236</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
Eget kapital	3 513	6 450	16 471
Obeskattade reserver	96	417	96
Långfristiga skulder*	10 448	182	9 294
Kortfristiga skulder**	16 627	18 982	6 375
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>30 684</b>	<b>26 031</b>	<b>32 236</b>

\* Samtliga långfristiga skulder är räntebärande.

\*\* Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 6 140 (10 000). Ej utbetald utdelning uppgår till MSEK 8 027 (8 027).