

H & M Hennes & Mauritz AB

Sexmånadersrapport

Första halvåret (2015-12-01 – 2016-05-31)

- H&M-koncernens omsättning inklusive moms ökade med 7 procent i lokala valutor under första halvåret. Omräknat till SEK ökade försäljningen inklusive moms med 5 procent till MSEK 104 965 (100 024). Omsättningen exklusive moms uppgick till MSEK 90 565 (86 143).
- Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 10 329 (13 158). Koncernens resultat efter skatt uppgick till MSEK 7 902 (10 066), motsvarande SEK 4:77 (6:08).

Första halvåret 2016
105 miljarder kr
 i försäljning inkl moms

Andra kvartalet (2016-03-01 – 2016-05-31)

- Koncernens omsättning inklusive moms ökade med 5 procent i lokala valutor under andra kvartalet. Omräknat till SEK ökade försäljningen inklusive moms med 2 procent till MSEK 54 341 (53 233). Omsättningen exklusive moms uppgick till MSEK 46 874 (45 867).
- Bruttoresultatet uppgick till MSEK 26 980 (27 245), vilket motsvarar en bruttomarginal om 57,6 procent (59,4).
- Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 7 002 (8 435). Koncernens resultat efter skatt uppgick till MSEK 5 357 (6 453), motsvarande SEK 3:24 (3:90) per aktie. Resultatet under andra kvartalet har påverkats negativt främst av högre inköpskostnader till följd av den dyrare US-dollar samt av ökade prisnedläggningar.
- Fortsatt mycket tillfredsställande utveckling för H&M:s onlinehandel. Lyckad lansering av H&M online i nio länder i kvartalet: Slovenien, Kroatien, Estland, Lettland, Litauen, Luxemburg, Irland, Japan och Grekland.

4 077
 butiker på 62 marknader

- H&M online lanseras i Kanada samt Sydkorea under hösten 2016. Totalt sett tillkommer 11 nya H&M-onlinemarknader under 2016 vilket innebär att H&M kommer att erbjuda onlinehandel på 34 marknader vid årets slut.
- För 2017 planeras en fortsatt snabb utrullning av nya H&M-online-marknader.
- Koncernens försäljning inklusive moms under perioden 1 juni – 21 juni 2016 ökade med 7 procent i lokala valutor jämfört med samma period föregående år.
- För räkenskapsåret 2015/2016 planerar H&M-koncernen ett nettotillskott om cirka 425 butiker. Nya butiksmarknader för 2016 är Puerto Rico som öppnade nu i juni samt Nya Zeeland och Cypern som öppnar under hösten.
- 2017 planeras fyra till fem nya H&M-marknader att öppna varav Colombia är en.

	Q2 2016	Q2 2015	Sex månader 2016	Sex månader 2015
MSEK				
Nettoomsättning	46 874	45 867	90 565	86 143
Bruttoresultat	26 980	27 245	49 679	49 458
<i>bruttomarginal, %</i>	<i>57,6</i>	<i>59,4</i>	<i>54,9</i>	<i>57,4</i>
Rörelseresultat	6 952	8 352	10 222	12 989
<i>rörelsemarginal, %</i>	<i>14,8</i>	<i>18,2</i>	<i>11,3</i>	<i>15,1</i>
Finansnetto	50	83	107	169
Resultat efter finansiella poster	7 002	8 435	10 329	13 158
Skatt	-1 645	-1 982	-2 427	-3 092
Periodens resultat	5 357	6 453	7 902	10 066
Resultat per aktie, SEK	3:24	3:90	4:77	6:08



H&M Ladies

Q2

Kommentar av Karl-Johan Persson, vd

”Under andra kvartalet uppgick försäljningen inklusive moms till 54 miljarder kronor och resultatet före skatt till 7 miljarder kronor. I lokala valutor ökade försäljningen med 5 procent. Försäljningsökningen i mars och april var betydligt lägre än vår plan. Under dessa båda månader påverkades försäljningen negativt av kallt vårväder på många av våra marknader. I maj var försäljningsutvecklingen betydligt bättre med en ökning om 9 procent, 11 procent kalenderkorrigerat.

Resultatet i kvartalet påverkades av en fortsatt negativ dollareffekt men också av ökade prisnedsättningar och kostnader för våra pågående långsiktiga satsningar. Att försäljningsökningen under kvartalet inte nådde upp till vår plan påverkade självklart också resultatet.

Det har varit ett utmanande halvår för klädhandeln på många marknader, men vi känner stor tillförsikt framöver och jobbar vidare på att utveckla vårt erbjudande ytterligare inom alla våra varumärken.

Kombinationen av starka varumärken, ett stort och bra butiksbestånd och en framgångsrik onlinehandel ger oss en unik marknadsposition att växa vidare från. Även om onlinehandeln växer snabbt så ser vi en stor potential för H&M-koncernen att fortsätta expandera med fysiska butiker – så för oss är fortsatt fokus att växa både med fysiska butiker och online samt integrationen av dessa båda försäljningskanaler. Butik och online kompletterar varandra väl och nyckeln framåt är att fortsätta integrera kanalerna allt mer för att göra det så enkelt som möjligt för våra kunder.

Hittills i år har vi öppnat nio nya H&M online-marknader, vilket gör att vi nu erbjuder onlinehandel på 32 marknader. Senast i raden av nya onlinemarknader var Japan och Grekland där lanseringarna varit mycket lyckade. Ytterligare två nya onlinemarknader öppnar under hösten; Kanada och Sydkorea. Och under 2017 fortsätter vi den snabba uttrullningen av H&M:s onlinehandel till ytterligare marknader.

Idag har vi drygt 4 000 butiker i bra affärlägen på sammanlagt 62 marknader. Vi tecknar mycket fördelaktiga butikshyreskontrakt och i år planerar vi ett nettotillskott om cirka 425 butiker. Nya marknader är Puerto Rico, där vi nu i juni hade en lyckad öppning i San Juan, samt Nya Zeeland och Cypern där vi öppnar till hösten. Nästa år planerar vi att öppna fyra till fem nya H&M-marknader varav Colombia är en.

Vårt hållbarhetsarbete är en viktig del i vårt erbjudande. För sjätte året i rad har Ethisphere utsett H&M till ett av världens mest etiska bolag. I rankingen över världens mest hållbara företag har vi nu klättrat till plats 20 och är, enligt Global 100 index, listade som nummer ett inom vår bransch. H&M finns också med på Dow Jones Sustainability Index över Europas och världens mest hållbara företag.”

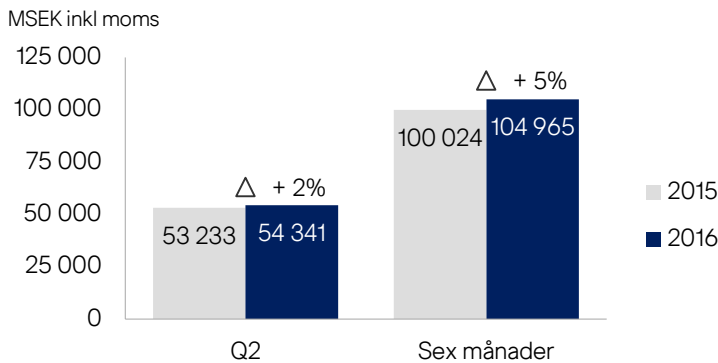


H&M Kids

”Nio nya onlinemarknader har öppnats under andra kvartalet. Idag kan våra H&M-kunder handla online på 32 marknader.”

Försäljning

Med en fortsatt stark expansion fortsatte H&M-koncernen att ta marknadsandelar på många marknader. Klädmarknaden i flera länder präglas alltjämt av ett utmanande makro-ekonomiskt läge. I lokala valutor ökade H&M-koncernens försäljning inklusive moms med 5 procent i andra kvartalet och med 7 procent under halvårsperioden.



Försäljningen inklusive moms omräknat till SEK ökade med 2 procent till MSEK 54 341 (53 233) i andra kvartalet. För halvårsperioden ökade försäljningen inklusive moms med 5 procent och uppgick till MSEK 104 965 (100 024).

Försäljningen exklusive moms ökade med 2 procent till MSEK 46 874 (45 867) i andra kvartalet och med 5 procent till MSEK 90 565 (86 143) under halvårsperioden.

Försäljningen under mars och april påverkades negativt av kallt vårväder på många av koncernens marknader vilket medförde att försäljningen under dessa två månader var betydligt under bolagets plan. Under maj var försäljningsutvecklingen betydligt bättre med en ökning om 9 procent, 11 procent kalenderkorrigerat.

Skillnaden mellan försäljningsökningen i SEK och i lokala valutor beror på att den svenska kronan har stärkts gentemot de flesta av koncernens valutor jämfört med motsvarande period föregående år.

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



H&M Man

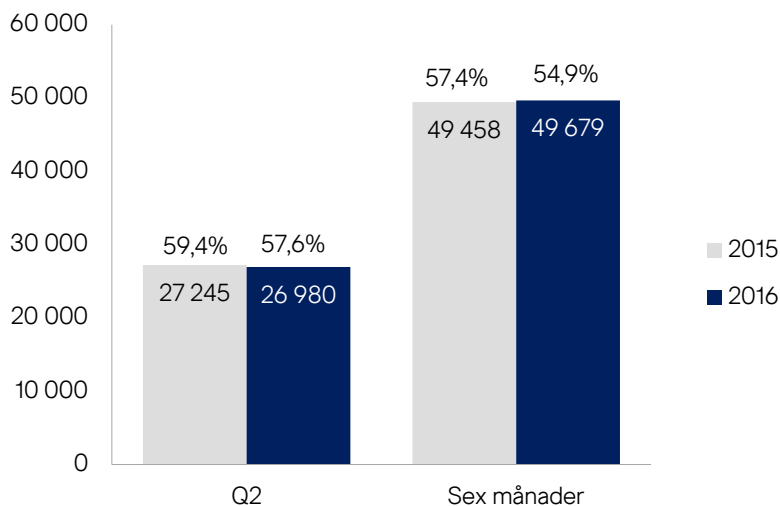
Försäljning tio största marknaderna, sex månader

	2016	2015	Förändring i %		31 maj - 16	2016
	MSEK inkl moms	MSEK inkl moms	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker (netto)
Tyskland	18 093	18 148	0	0	450	1
USA	12 800	11 793	9	7	433	18
Storbritannien	7 271	7 491	-3	1	268	4
Frankrike	6 325	6 477	-2	-2	230	8
Kina	5 110	5 150	-1	3	385	32
Sverige	4 837	4 505	7	7	177	1
Italien	4 264	4 099	4	5	154	4
Nederländerna	3 771	3 642	4	4	140	1
Spanien	3 676	3 740	-2	-1	167	2
Schweiz	3 014	3 332	-10	-8	97	1
Övriga*	35 804	31 647	13	18	1 576	81
Totalt	104 965	100 024	5	7	4 077	153
* Varav franchise	2 393	2 030	18	10	171	15

Bruttoresultat och bruttomarginal

H&M:s bruttoresultat och bruttomarginal är ett resultat av många faktorer, såväl interna som externa, och påverkas främst 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.

Bruttovinst MSEK



H&M Home

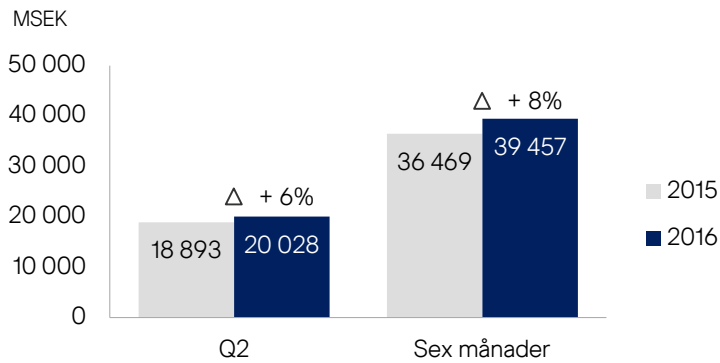
Bruttoresultatet uppgick till MSEK 26 980 (27 245) under andra kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 57,6 procent (59,4). För första halvåret ökade bruttoresultatet till MSEK 49 679 (49 458), vilket motsvarar en bruttomarginal om 54,9 procent (57,4).

Prisnedläggningarna i relation till omsättningen ökade med 0,9 procentenheter i andra kvartalet 2016 jämfört med motsvarande kvartal 2015. Ökningen förklaras främst av att vårvarorna inte sålde som planerat på grund av det ogynnsamma vädret på flera av koncernens viktiga marknader under främst mars och april.

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

Den negativa dollareffekten, som har påverkat inköpskostnaderna ofördelaktigt under en längre tid, kommer även att påverka inköpskostnaderna för tredje kvartalet negativt. För inköpskostnaderna till fjärde kvartalet kan dollareffekten komma att få en neutral påverkan jämfört med motsvarande kvartal föregående år om dagens valutakurser står sig.

Försäljnings- och administrationskostnader

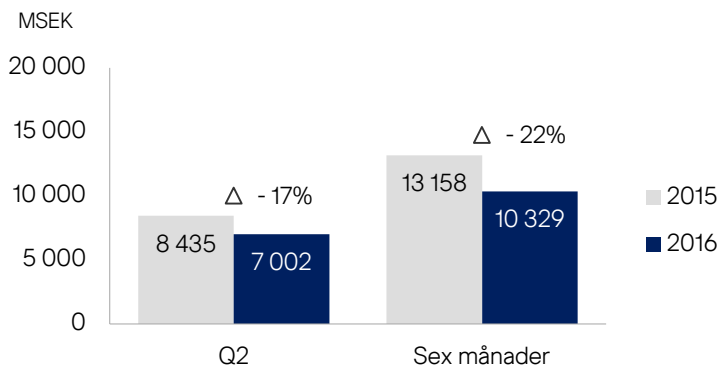


Kostnadskontrollen i koncernen är fortsatt god. I andra kvartalet 2016 ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 6 procent i SEK och med 8 procent i lokala valutor jämfört med andra kvartalet föregående år. Ökningen hänför sig främst till expansionen samt de långsiktiga satsningarna inom framför allt IT och online.



H&M Ladies

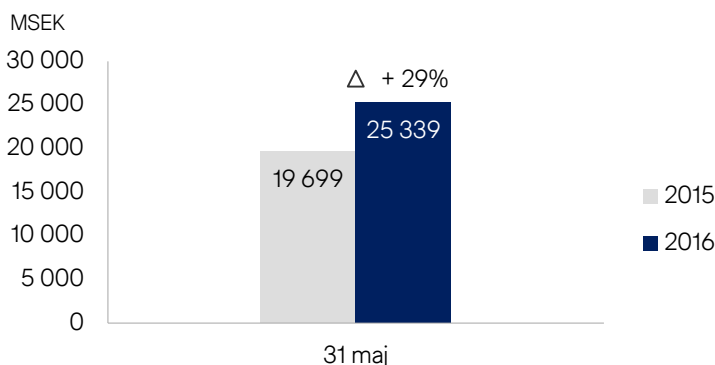
Resultat efter finansiella poster



Resultatet efter finansiella poster under första halvåret uppgick till MSEK 10 329 (13 158). Resultatet efter finansiella poster i andra kvartalet uppgick till MSEK 7 002 (8 435), vilket är en minskning med 17 procent.

Resultatet i kvartalet påverkades av en fortsatt negativ dollareffekt på inköpskostnaderna men också av ökade prisnedsättningar och de pågående långsiktiga satsningarna som i kvartalet ökade med cirka MSEK 100 jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Att försäljningsutvecklingen under kvartalet inte nådde upp till bolagets försäljningsplan påverkade självklart också resultatet negativt.

Varulager



Varulagret uppgick till MSEK 25 339 (19 699), en ökning med 29 procent i SEK och 31 procent i lokala valutor, jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år.

Varulagerökningen förklaras av butiks- och online-expansionen samt av den stärkta US-dollar som påverkat inköpskostnaderna och därmed varulagrets värde. Ökningen förklaras också av en bokföringseffekt om drygt 1 miljard SEK som hänför sig till den tidigare kommunicerade ändringen i fakturahanteringsprocessen av H&M-koncernens varuinköp. Utöver detta förklaras lagerökningen av att försäljningen under kvartalet var under plan vilket också medfört att varulagret vid utgången av kvartalet är högre än planerat.

Varulagret utgjorde 13,7 procent (11,8) av omsättningen exklusive moms, rullande tolv månader och 30,2 procent (26,9) av balansomslutningen.



COS

Expansion

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

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. Även H&M Home fortsätter sin snabba expansion med ett 80-tal nya H&M Home-avdelningar. H&M Home finns idag på 42 marknader i totalt 224 H&M-butiker.

Varumärke	Antal marknader 22 jun - 2016		Expansion 2016
	Butik	Online	Nya marknader
H&M	62	32	Butik: Puerto Rico*, Nya Zeeland, Cypern Online: Slovenien*, Kroatien*, Estland*, Lettland*, Litauen*, Luxemburg*, Irland*, Japan*, Grekland*, Kanada, Sydkorea
COS	32	19	Butik: Tjeckien*, Rumänien*, Lettland, Malaysia, Saudiarabien
Monki	13	19	Butik: Österrike
Weekday	6	18	Butik: Österrike*, Belgien
& Other Stories	10	13	Butik: Irland, Polen
Cheap Monday	4	18	-

* Öppnat

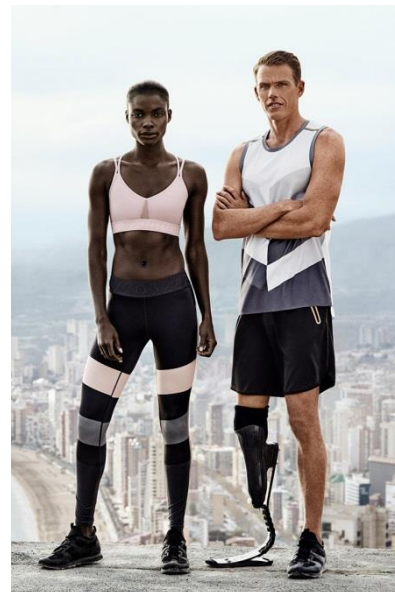
Butiksantal per varumärke

Under första halvåret öppnade koncernen 184 (149) butiker och stängde 31 (21) butiker, vilket gav ett nettotillskott om 153 (128) nya butiker. Av koncernens totalt 4 077 (3 639) butiker per den 31 maj 2016 var 171 franchisebutiker.

Varumärke	Nya butiker 2016 (netto)		Totalt antal butiker	
	Q2	Sex månader	31 maj - 2016	31 maj - 2015
H&M	80	120	3 730	3 370
COS	15	21	174	123
Monki	7	7	113	96
Weekday	3	2	22	21
& Other Stories	2	3	33	24
Cheap Monday	0	0	5	5
Totalt	107	153	4 077	3 639

Butiksantal per region

Region	Nya butiker 2016 (netto)		Totalt antal butiker	
	Q2	Sex månader	31 maj - 2016	31 maj - 2015
Europa & Afrika	50	60	2 774	2 612
Asien & Oceanien	49	74	769	570
Nord- och Sydamerika	8	19	534	457
Totalt	107	153	4 077	3 639



H&M Sport

Skatt

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

Innevarande kvartal

Försäljningen inklusive moms under perioden 1 - 21 juni 2016 ökade med 7 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period förra året. Försäljningen hittills i juni ska ses mot bakgrund av att juni 2015 var en stark månad då försäljningen ökade med 14 procent i lokala valutor.

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

30 september 2016	Niomånadersrapport, 2015-12-01 – 2016-08-31
31 januari 2017	Bokslutskommuniké, 2015-12-01 – 2016-11-30

Sexmånadersrapporten har inte granskats av bolagets revisorer.

Stockholm den 21 juni 2016
Styrelsen

Undertecknade försäkrar att halvårsrapporten för 1 december 2015 - 31 maj 2016 ger en rättvisande översikt av moderbolagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som de företag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm 21 juni, 2016

Stefan Persson
Styrelseordförande

Stina Bergfors
Styrelseledamot

Anders Dahlvig
Styrelseledamot

Ingrid Godin
Styrelseledamot

Lena Patriksson Keller
Styrelseledamot

Melker Schörling
Styrelseledamot

Christian Sievert
Styrelseledamot

Margareta Welinder
Styrelseledamot

Erica Wiking Häger
Styrelseledamot

Niklas Zennström
Styrelseledamot

Karl-Johan Persson
Verkställande direktör

Informationen i denna delårsrapport är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnas för offentliggörande den 22 juni 2016 klockan 08.00 (CET). Denna delårsrapport, liksom ytterligare information om H&M, finns tillgänglig på www.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)

Inbjudan till press- och telefonkonferens med anledning av halvårsrapporten finns tillgänglig på 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
Styrelsens säte: Stockholm, org.nr. 556042-722

KONCERNENS RESULTATRÄKNING (MSEK)

	Q2 2016	Q2 2015	Sex månader 2016	Sex månader 2015	2014-12-01- 2015-11-30
Omsättning inklusive moms	54 341	53 233	104 965	100 024	209 921
Omsättning exklusive moms	46 874	45 867	90 565	86 143	180 861
Kostnad sålda varor	-19 894	-18 622	-40 886	-36 685	-77 694
BRUTTORESULTAT	26 980	27 245	49 679	49 458	103 167
<i>Bruttomarginal, %</i>	57,6	59,4	54,9	57,4	57,0
Försäljningskostnader	-18 362	-17 457	-36 133	-33 582	-70 292
Administrationskostnader	-1 666	-1 436	-3 324	-2 887	-5 933
RÖRELSERESULTAT	6 952	8 352	10 222	12 989	26 942
<i>Rörelsemarginal, %</i>	14,8	18,2	11,3	15,1	14,9
Ränteintäkter	52	84	110	171	310
Räntekostnader	-2	-1	-3	-2	-10
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	7 002	8 435	10 329	13 158	27 242
Skatt	-1 645	-1 982	-2 427	-3 092	-6 344
PERIODENS RESULTAT	5 357	6 453	7 902	10 066	20 898

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

Resultat per aktie, SEK*	3,24	3,90	4,77	6,08	12,63
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	1 845	1 564	3 664	3 120	6 399
därav kostnad sålda varor	210	180	416	357	725
därav försäljningskostnader	1 515	1 283	3 005	2 562	5 262
därav administrationskostnader	120	101	243	201	412

* Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q2 2016	Q2 2015	Sex månader 2016	Sex månader 2015	2014-12-01- 2015-11-30
PERIODENS RESULTAT	5 357	6 453	7 902	10 066	20 898
Övrigt totalresultat					
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>					
Omräkningsdifferenser	176	-14	-800	1 864	1 514
Förändring i säkringsreserver	144	5	-141	-145	245
Skatt hänförlig till förändring i säkringsreserver	-34	-1	34	35	-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
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	286	-10	-907	1 754	1 732
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	5 643	6 443	6 995	11 820	22 630

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

KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

TILLGÅNGAR	2016-05-31	2015-05-31	2015-11-30
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	4 699	3 640	4 115
Materiella anläggningstillgångar	33 246	29 344	32 962
Finansiella anläggningstillgångar	3 233	3 207	3 200
	41 178	36 191	40 277
Omsättningstillgångar			
Varulager	25 339	19 699	24 833
Kortfristiga fordringar	8 946	7 155	7 753
Kortfristiga placeringar, 4-12 månader	-	1 111	-
Likvida medel	8 387	9 182	12 950
	42 672	37 147	45 536
SUMMA TILLGÅNGAR	83 850	73 338	85 813
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	48 907	47 239	58 049
Långfristiga skulder*	4 424	3 847	4 827
Kortfristiga skulder**	30 519	22 252	22 937
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	83 850	73 338	85 813

* Endast pensionsskulder är räntebärande.

** Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 4 915 (0).

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL I SAMMANDRAG (MSEK)

	2016-05-31	2015-05-31	2015-11-30
Eget kapital vid periodens början	58 049	51 556	51 556
Totalresultat för perioden	6 995	11 820	22 630
Utdelning	-16 137	-16 137	-16 137
Eget kapital vid periodens slut	48 907	47 239	58 049

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)

	Sex månader 2016	Sex månader 2015
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	10 329	13 158
Avsättning till pensioner	45	44
Avskrivningar	3 664	3 120
Betald skatt	-1 207	-3 415
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	12 831	12 907
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-1 932	-302
Varulager	-760	145
Rörelseskulder	2 427	846
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	12 566	13 596
Investeringsverksamheten		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-796	-827
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-4 837	-3 883
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4-12 månader	-	1 585
Övriga investeringar	-21	-55
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-5 654	-3 180
Finansieringsverksamheten		
Kortfristiga lån	4 915	-
Utdelning	-16 137	-16 137
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-11 222	-16 137
PERIODENS KASSAFLÖDE	-4 310	-5 721
Likvida medel vid räkenskapsårets början	12 950	14 091
Periodens kassaflöde	-4 310	-5 721
Valutakurseffekt	-253	812
Likvida medel vid periodens slut**	8 387	9 182

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 3 (2).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar 4-12 månader uppgick vid periodens slut till MSEK 8 387 (10 293).

FÖRSÄLJNING INKLUSIVE MOMS PER MARKNAD OCH ANTAL BUTIKER

Q2, 1 mars - 31 maj

Marknad	Q2 - 2016	Q2 - 2015	Förändring i %		31 maj - 16	Q2 - 2016	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker	Stängda butiker
Sverige	2 513	2 358	7	7	177	5	3
Norge	1 357	1 379	-2	8	123	3	
Danmark	1 395	1 334	5	5	102		
Storbritannien	3 725	4 005	-7	0	268	4	1
Schweiz	1 522	1 747	-13	-9	97	1	
Tyskland	9 432	9 477	0	0	450	6	3
Nederländerna	2 034	1 950	4	5	140	1	
Belgien	1 041	1 029	1	1	88	1	
Österrike	1 370	1 337	2	3	80	3	
Luxemburg	111	104	7	7	10		
Finland	691	677	2	2	60	2	2
Frankrike	3 119	3 295	-5	-5	230	8	1
USA	6 423	6 371	1	4	433	10	3
Spanien	1 845	1 924	-4	-4	167	2	1
Polen	1 143	1 117	2	10	158	2	1
Tjeckien	343	296	16	15	45		
Portugal	281	303	-7	-7	30		
Italien	2 202	2 212	0	0	154	3	
Kanada	1 010	974	4	13	78		
Slovenien	126	129	-2	-2	12		
Irland	271	251	8	8	23		
Ungern	376	336	12	15	40	1	1
Slovakien	159	138	15	16	18		
Grekland	457	430	6	7	33	1	
Kina	2 809	3 002	-6	0	385	20	
Hongkong	486	494	-2	2	27	1	
Japan	1 230	1 112	11	5	65	6	
Ryssland	1 128	1 031	9	39	105	5	
Sydkorea	443	369	20	30	34	2	
Turkiet	676	553	22	39	51	4	
Rumänien	494	442	12	13	46	4	
Kroatien	193	199	-3	-4	15		
Singapore	241	235	3	7	13		
Bulgarien	144	122	18	18	19	1	
Lettland	75	72	4	5	6		
Malaysia	255	227	12	28	31	2	
Mexiko	327	244	34	62	17	1	
Chile	270	137	97	119	4		
Litauen	73	70	4	6	7		
Serbien	84	83	1	4	8	2	
Estland	85	73	16	16	7	1	
Australien	449	298	51	61	13	2	
Filippinerna	202	129	57	70	14	1	
Taiwan	150	84	79	90	8	1	
Peru	103	45	129	150	2		
Macao	38				2		
Indien	125				6	4	
Sydafrika	150				5	3	
Franchise	1 165	1 039	12	9	171	12	2
Totalt	54 341	53 233	2	5	4 077	125	18

FÖRSÄLJNING INKLUSIVE MOMS PER MARKNAD OCH ANTAL BUTIKER

Sex månader, 1 december - 31 maj

Marknad	2016	2015	Förändring i %		31 maj - 16	Sex månader	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker	Stängda butiker
Sverige	4 837	4 505	7	7	177	5	4
Norge	2 673	2 765	-3	6	123	3	
Danmark	2 678	2 590	3	4	102		1
Storbritannien	7 271	7 491	-3	1	268	6	2
Schweiz	3 014	3 332	-10	-8	97	1	
Tyskland	18 093	18 148	0	0	450	6	5
Nederländerna	3 771	3 642	4	4	140	2	1
Belgien	2 084	2 017	3	4	88	4	1
Österrike	2 649	2 595	2	3	80	3	1
Luxemburg	224	204	10	11	10		
Finland	1 372	1 338	3	3	60	2	2
Frankrike	6 325	6 477	-2	-2	230	9	1
USA	12 800	11 793	9	7	433	24	6
Spanien	3 676	3 740	-2	-1	167	3	1
Polen	2 190	2 047	7	14	158	5	1
Tjeckien	657	546	20	19	45	2	1
Portugal	576	607	-5	-4	30		
Italien	4 264	4 099	4	5	154	5	1
Kanada	1 873	1 764	6	15	78		
Slovenien	246	250	-2	0	12		
Irland	533	494	8	9	23		
Ungern	716	612	17	20	40	1	1
Slovakien	315	262	20	21	18		
Grekland	865	809	7	8	33	1	
Kina	5 110	5 150	-1	3	385	32	
Hongkong	988	972	2	0	27	2	
Japan	2 033	1 874	8	3	65	8	
Ryssland	1 840	1 611	14	39	105	9	
Sydkorea	738	624	18	25	34	3	
Turkiet	1 251	957	31	51	51	5	
Rumänien	962	826	16	19	46	4	
Kroatien	367	368	0	-1	15		
Singapore	508	500	2	4	13	1	
Bulgarien	279	223	25	26	19	1	
Lettland	142	137	4	4	6		
Malaysia	552	505	9	24	31	2	
Mexiko	716	492	46	71	17	1	
Chile	514	252	104	123	4		
Litauen	139	132	5	6	7		
Serbien	155	157	-1	1	8	2	
Estland	154	137	12	13	7	1	
Australien	845	500	69	80	13	3	
Filippinerna	439	281	56	63	14	2	
Taiwan	324	124	161	170	8	2	
Peru	226	45	402	446	2		
Macao	86				2		
Indien	208				6	4	
Sydafrika	294				5	3	
Franchise	2 393	2 030	18	10	171	17	2
Totalt	104 965	100 024	5	7	4 077	184	31

FEM ÅR I SAMMANDRAG**Sex månader, 1 december - 31 maj**

	2012	2013	2014	2015	2016
Omsättning inklusive moms, MSEK	69 450	70 069	81 705	100 024	104 965
Omsättning exklusive moms, MSEK	59 491	60 027	69 970	86 143	90 565
Ändring från föregående år i SEK, %	14	1	17	23	5
Ändring från föregående år i lokala valutor, %	12	5	14	12	7
Rörelseresultat, MSEK	10 419	9 153	10 966	12 989	10 222
Rörelsemarginal, %	17,5	15,2	15,7	15,1	11,3
Periodens avskrivningar, MSEK	1 840	2 050	2 478	3 120	3 664
Resultat efter finansiella poster, MSEK	10 754	9 359	11 129	13 158	10 329
Resultat efter skatt, MSEK	7 958	7 113	8 458	10 066	7 902
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	13 543	9 061	9 592	10 293	8 387
Varulager, MSEK	11 299	12 667	14 915	19 699	25 339
Eget kapital, MSEK	36 516	34 747	38 516	47 239	48 907
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	4,81	4,30	5,11	6,08	4,77
Eget kapital per aktie, SEK*	22,06	20,99	23,27	28,54	29,55
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	6,45	6,78	7,20	8,21	7,59
Andel riskbärande kapital, %	73,5	73,2	70,1	69,0	63,0
Soliditet, %	71,5	69,2	65,5	64,4	58,3
Totalt antal butiker	2 575	2 908	3 285	3 639	4 077
Rullande 12 månader					
Resultat per aktie, SEK*	10,21	9,68	11,18	13,04	11,32
Avkastning på eget kapital, %	48,0	45,0	50,5	50,3	39,0
Avkastning på sysselsatt kapital, %	63,0	58,0	65,7	64,5	47,9

* Före och efter utspädning.

För definitioner, se årsredovisningen.

SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	Sex månader 2016	Sex månader 2015
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	12 831	11 392
Rörelseresultat	192	762
Rörelsemarginal, %	1,5	6,7
Europa och Afrika		
Extern nettoomsättning	62 669	61 300
Rörelseresultat	253	1 578
Rörelsemarginal, %	0,4	2,6
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	15 065	13 451
Rörelseresultat	312	514
Rörelsemarginal, %	2,1	3,8
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	38 284	37 264
Rörelseresultat	9 465	10 135
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-38 284	-37 264
Totalt		
Extern nettoomsättning	90 565	86 143
Rörelseresultat	10 222	12 989
Rörelsemarginal, %	11,3	15,1

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING (MSEK)

	Q2 2016	Q2 2015	Sex månader 2016	Sex månader 2015	2014-12-01- 2015-11-30
Extern omsättning exklusive moms	-	1	-	2	15
Intern omsättning exklusive moms*	959	880	1 857	1 646	3 605
BRUTTORESULTAT	959	881	1 857	1 648	3 620
Försäljningskostnader	-	-	-	-	0
Administrationskostnader	-54	-106	-104	-57	-126
RÖRELSERESULTAT	905	775	1 753	1 591	3 494
Utdelning från dotterbolag	1 425	827	1 425	1 310	13 288
Ränteintäkter och liknande resultatposter**	-16	8	47	17	154
Räntekostnader	0	-1	0	-2	-7
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	2 314	1 609	3 225	2 916	16 929
Bokslutsdispositioner	-	-	-	-	17
Skatt	-196	-172	-396	-353	-806
PERIODENS RESULTAT	2 118	1 437	2 829	2 563	16 140

* Intern omsättning utgörs för kvartalet av royalty MSEK 958 (880) samt övrigt MSEK 1 (0) från koncernbolag och för sexmånadersperioden av royalty MSEK 1 854 (1 646) samt övrigt MSEK 3 (0).

** Ränteintäkter och liknande resultatposter utgörs för kvartalet av ränteintäkter MSEK 3 (8) samt omräkningseffekter från koncernbolag MSEK -19 (0) och för sexmånadersperioden av ränteintäkter MSEK 5 (17) samt omräkningseffekter från koncernbolag MSEK 42 (0).

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q2 2016	Q2 2015	Sex månader 2016	Sex månader 2015	2014-12-01- 2015-11-30
PERIODENS RESULTAT	2 118	1 437	2 829	2 563	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
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-	-	-	-	29
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	2 118	1 437	2 829	2 563	16 169

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	2016-05-31	2015-05-31	2015-11-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	448	577	506
Finansiella anläggningstillgångar	1 702	1 685	1 727
	2 150	2 262	2 233
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	2 960	2 519	8 473
Kortfristiga placeringar, 4-12 månader	-	-	-
Likvida medel	-	-	8 095
	2 960	2 519	16 568
SUMMA TILLGÅNGAR	5 110	4 781	18 801
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	3 985	3 687	17 293
Obeskattade reserver	447	464	447
Långfristiga skulder*	195	223	195
Kortfristiga skulder**	483	407	866
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	5 110	4 781	18 801

* Avser avsättning till pensioner.

** Inga kortfristiga skulder är räntebärande.