

Sexmånadersrapport

Första halvåret (1 december 2021 – 31 maj 2022)

- H&M-gruppens nettoomsättning i SEK ökade med 20 procent under första halvåret till MSEK 103 670 (86 569). I lokala valutor var ökningen 15 procent.
- Väl mottagna kollektioner ledde till ökad andel fullprisförsäljning och lägre nedsättningskostnader.
- Bruttoresultatet ökade till MSEK 54 106 (44 106), vilket motsvarar en bruttomarginal om 52,2 procent (50,9).
- Rörelseresultatet ökade till MSEK 5 446 (2 724), motsvarande en rörelsemarginal om 5,3 procent (3,1). Rullande 12 månader var rörelsemarginalen 8,3 procent (4,9).
- Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 3 899 (1 697), motsvarande SEK 2:36 (1:03) per aktie.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till MSEK 12 591 (20 219).
- Den finansiella nettokassan ökade till MSEK 16 313 (12 799). Summan av likvida medel och outnyttjade kreditfaciliteter uppgick till MSEK 44 483 (43 517).



H&M

Nettoomsättning

+17%

i SEK i andra kvartalet

Andra kvartalet (1 mars 2022 – 31 maj 2022)

- Nettoomsättningen ökade med 17 procent till MSEK 54 504 (46 509). I lokala valutor var ökningen 12 procent. Exklusive Ryssland, Belarus och Ukraina ökade försäljningen med 17 procent i lokala valutor.
- Bruttoresultatet ökade till MSEK 29 846 (25 049), vilket motsvarar en bruttomarginal om 54,8 procent (53,9).
- De väl mottagna kollektionerna ledde till att kostnaderna för prisnedsättningarna minskade med cirka 1 procentenhet i relation till omsättningen.
- Rörelseresultatet ökade till MSEK 4 988 (3 852), motsvarande en rörelsemarginal om 9,2 procent (8,3).
- Resultatet efter finansiella poster ökade med 33 procent till MSEK 4 782 (3 593).
- Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 3 682 (2 767), motsvarande SEK 2:22 (1:67) per aktie.

Rörelsemarginal

9,2%

i andra kvartalet

- Styrelsen har beslutat om återköp av egna B-aktier om SEK 3 miljarder med start 29 juni 2022.
- Försäljningen under juni månad 2022 förväntas minska med 6 procent i lokala valutor jämfört med juni 2021. Den pausade försäljningen i Ryssland, Belarus och Ukraina står för 5 procentenhet av minskningen. Junisiffran ska ses i ljuset av en mycket stark jämförelsebas i juni 2021, en ökning om 24 procent, medan juli och augusti ökade med 6 procent.
- H&M accelererar expansionen i Latinamerika. Ett stort antal kontrakt har tecknats för nya butiker.

"H&M-gruppens försäljningsökning i kvartalet är en följd av väl mottagna kollektioner med ökad fullprisförsäljning och lägre prisnedsättningar. Med ett väl positionerat kunderbjudande i kombination med fysiska och digitala försäljningskanaler som stärker varandra, har vi fullt fokus på att möta kundernas ständigt ökade förväntningar på prisvärt och hållbart mode", säger Helena Helmersson, vd.

Kommentar av Helena Helmersson, vd

”Väl mottagna kollektioner ledde till en stark utveckling med fortsatt ökad fullpridförsäljning och minskade prisnedsättningar. Försäljningen ökade kraftigt i våra fysiska butiker samtidigt som online går fortsatt bra. Detta visar återigen värdet av att ha både fysiska och digitala kanaler som stärker och kompletterar varandra. Integrationen av försäljningskanalerna fortsätter därför parallellt med kontinuerliga satsningar inom främst tech, varuförsörjningskedjan och hållbarhet.

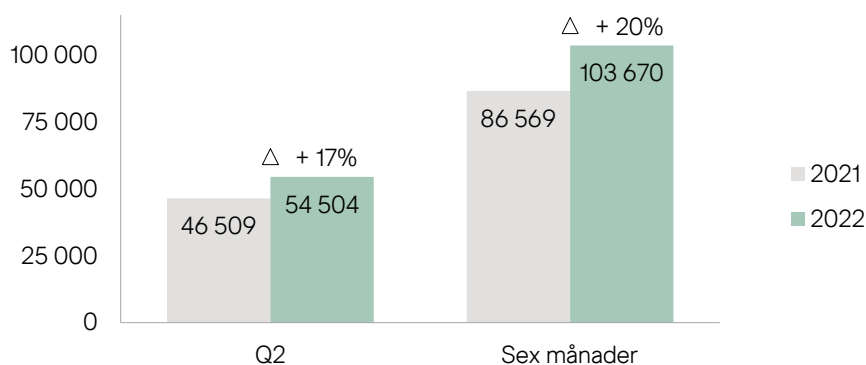
Även om de flesta restriktioner i samband med covid-19-pandemin huvudsakligen ser ut att vara över finns fortfarande många utmaningar. Störningar och förseningar i varuförsörjningen kvarstår men mildras successivt. Samtidigt ser vi en kraftig inflation. Situationen kopplad till kriget i Ukraina och dess konsekvenser för vår verksamhet utvärderas löpande. Vi ser aktivt över olika alternativ för att finna lösningar som tar hänsyn till såväl kunder, medarbetare som påverkan på verksamheten i sin helhet.

För att navigera i en omvärld som förändras snabbt är det viktigare än någonsin att ha en flexibilitet och kunna ta snabba beslut. Som en direkt följd av omvärldens utmaningar gör vi ett omfattande arbete med att prioritera initiativ, omfördela resurser och säkerställa en fortsatt god lönsamhet. Vi har ett väl positionerat kunderbjudande och fullt fokus på att möta kundernas ständigt ökade förväntningar. Trots den kraftiga inflationen i världen ska kunderna alltid känna sig trygga med att hitta den bästa kombinationen av mode, pris, kvalitet och hållbarhet hos H&M-gruppens samtliga varumärken. Med starkt kundfokus, engagerade medarbetare och en robust finansiell ställning ser vi goda möjligheter till en lönsam, långsiktig och hållbar tillväxt.”



Försäljning

MSEK



H&M-gruppens nettoomsättning i andra kvartalet ökade med 17 procent till MSEK 54 504 (46 509). I lokala valutor var ökningen 12 procent. Exklusive Ryssland, Belarus och Ukraina ökade försäljningen med 17 procent i lokala valutor.

Under sexmånadersperioden ökade nettoomsättningen med 20 procent till MSEK 103 670 (86 569). I lokala valutor var ökningen 15 procent.

Försäljningen i fysisk butik ökade kraftigt samtidigt som onlineförsäljningen fortfarande är bra.

Portfolio brands försäljning under andra kvartalet ökade med 30 procent i SEK och med 25 procent i lokala valutor.



COS

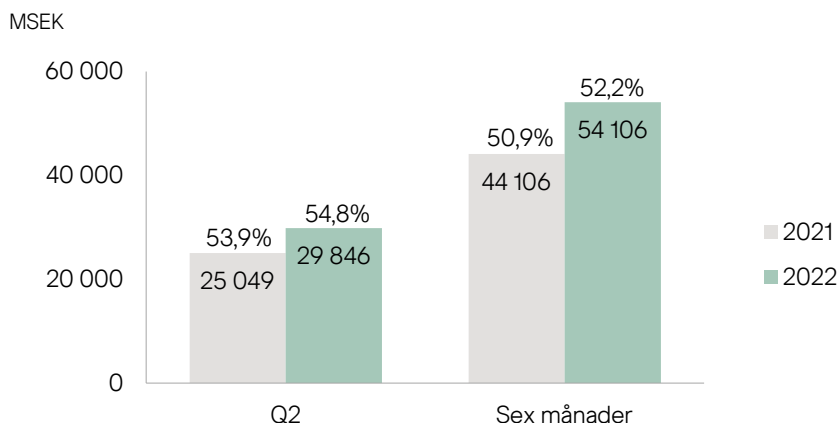
Försäljning per region, andra kvartalet

	MSEK	MSEK	SEK	Lok. val.	Nya butiker (netto)	Antal butiker	
	Q2 - 2022	Q2 - 2021	Förändring i %		Q2 - 2022	31 maj - 22	31 maj - 21
Norden	5 064	4 739	7	5	-2	410	448
Västra Europa	18 455	15 180	22	18	-12	1 094	1 162
Östra Europa	4 123	5 303	-22	-23	-3	654	648
Södra Europa	6 882	5 068	36	39	-2	633	673
Nord- och Sydamerika	12 587	9 711	30	14	0	734	753
Asien, Oceanien & Afrika	7 393	6 508	14	5	0	1 177	1 229
Totalt	54 504	46 509	17	12	-19	4 702	4 913

Försäljningen i region Östra Europa har påverkats av kriget och all försäljning i Ryssland, Belarus och Ukraina är tillsvidare pausad.

Bruttoresultat och bruttomarginal

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.



ARKET

Bruttoresultatet ökade med 19 procent till MSEK 29 846 (25 049) under andra kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 54,8 procent (53,9). Justerat för orealiserade valutakursvinster på koncerninterna fordringar i ryska rubel uppgick bruttomarginalen till 54,1 procent i det andra kvartalet.

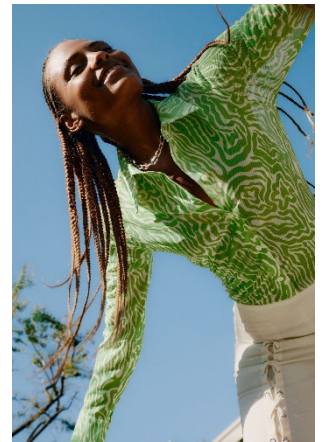
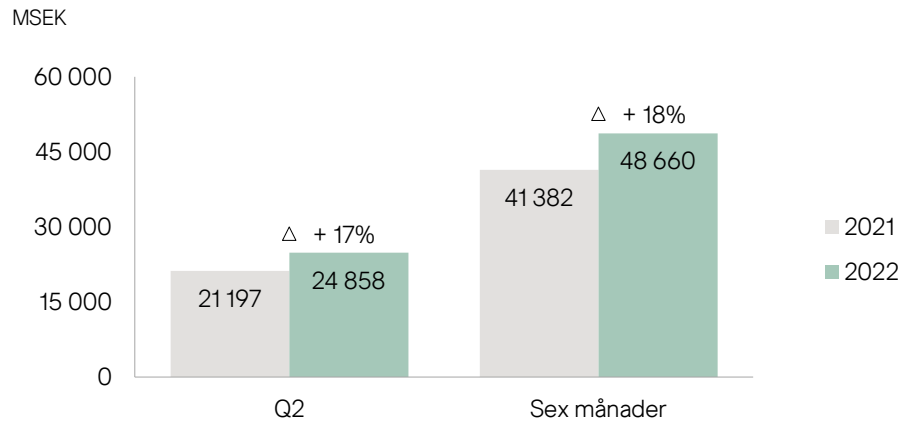
För sexmånadersperioden ökade bruttoresultatet till MSEK 54 106 (44 106), vilket motsvarar en bruttomarginal om 52,2 procent (50,9).

Ökad fullpridförsäljning och lägre prisnedsättningar. Väl mottagna kollektioner ledde till ökad fullpridförsäljning och fortsatt minskade kostnader för prisnedsättningar. Detta hade en positiv påverkan på bruttomarginalen med cirka en procentenhet jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

Externa faktorer som påverkar inköpskostnaderna. För det andra kvartalet var den sammantagna effekten av de externa faktorerna som påverkar inköpskostnaderna negativ, jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år, främst drivet av de ökade frakt- och råvarukostnaderna.

För inköpen till tredje kvartalet 2022 är marknadsläget för de externa faktorerna sammantaget negativt jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.

Försäljnings- och administrationskostnader



& of new Stories

Fortsatt god kostnadskontroll. I andra kvartalet ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 17 procent till MSEK 24 858 (21 197). Justerat för statliga pandemistöd var ökningen 14 procent. I lokala valutor var ökningen 8 procent.

Den pågående butiksoptimeringen med ett stort antal omförhandlingar av hyreskontrakt fortsätter att ge bra resultat med förbättrade villkor och lägre driftkostnader per butik.

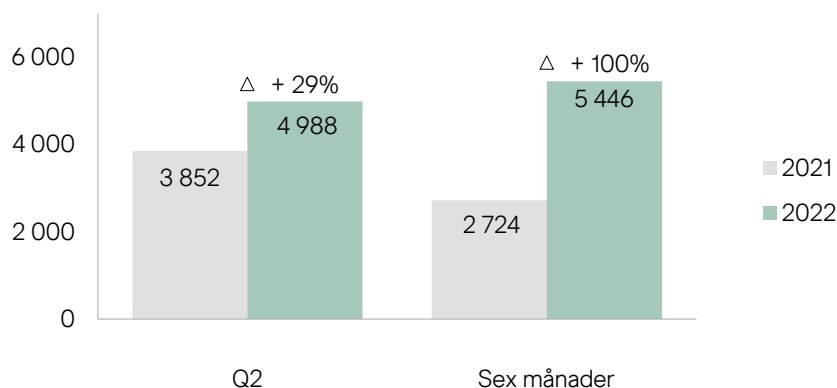
De pågående satsningarna främst inom tech har påverkat kvartalet med cirka MSEK 500.

Statliga stöd kopplat till pandemin. I takt med att covidrestriktionerna gradvis har minskat har statliga stöd successivt upphört. I andra kvartalet erhöles statliga pandemistöd om MSEK 84 (696).

För sexmånadersperioden ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 18 procent i SEK jämfört med motsvarande period föregående år. I lokala valutor ökade de med 11 procent.

Rörelseresultat och rörelsemarginal

MSEK



MONKL

Rörelseresultatet i andra kvartalet ökade till MSEK 4 988 (3 852) vilket motsvarar en rörelsemarginal om 9,2 procent (8,3). Under sexmånadersperioden ökade rörelseresultatet till MSEK 5 446 (2 724) vilket motsvarar en rörelsemarginal om 5,3 procent (3,1). Rullande tolv månader var rörelsemarginalen 8,3 procent (4,9).

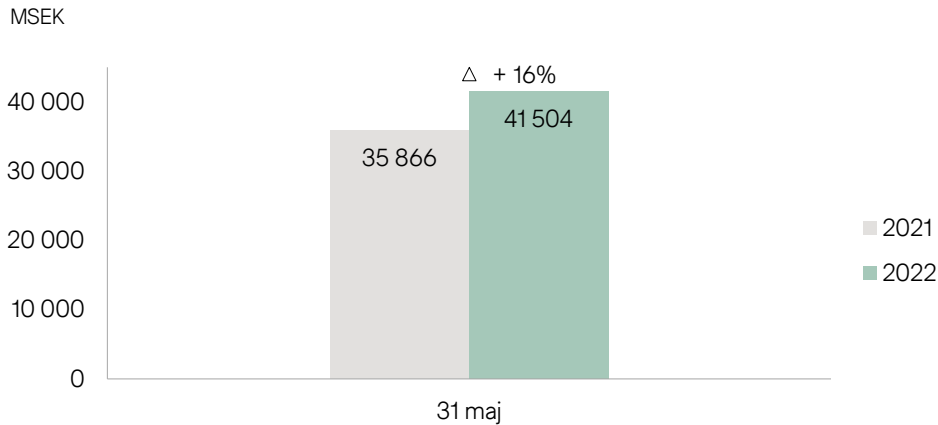
Väl mottagna kollektioner ledde till ökad andel fullpridförsäljning och lägre nedsättningskostnader. Samtidigt påverkades kvartalets försäljning och resultat negativt av det pågående kriget i Ukraina och dess konsekvenser för verksamheten även i Ryssland och Belarus. Se sid 11.

Resultaträkning med och utan effekter av IFRS 16

	Q2	Q2	Sex månader	Sex månader
	2022	2021	2022	2021
MSEK				
Nettoomsättning	54 504	46 509	103 670	86 569
Bruttoresultat	29 846	25 049	54 106	44 106
Bruttoresultat exkl. IFRS 16	29 827	25 032	54 068	44 070
Rörelseresultat	4 988	3 852	5 446	2 724
Rörelsemarginal, %	9,2	8,3	5,3	3,1
Rörelseresultat exkl. IFRS 16	4 713	3 574	4 921	2 148
Rörelsemarginal, %, exkl. IFRS 16	8,6	7,7	4,7	2,5
Finansnetto	-206	-259	-382	-520
Finansnetto, exkl. IFRS 16	-25	-58	-8	-113
Resultat efter finansiella poster	4 782	3 593	5 064	2 204
Resultat efter fin. poster, exkl. IFRS 16	4 688	3 516	4 913	2 035
Periodens resultat	3 682	2 767	3 899	1 697
Periodens resultat, exkl. IFRS 16	3 610	2 707	3 783	1 567
Avskrivningar	5 209	5 613	10 602	11 325
Avskrivningar, exkl. IFRS 16	2 476	2 527	4 951	5 100

För definitioner av alternativa nyckeltal, se sista sidan i rapporten.

Varulager



#MHOME

Det redovisade värdet av varulagret uppgick till MSEK 41 504 (35 866), en ökning med 16 procent jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år. Valutajusterat var ökningen 7 procent. Sammansättningen bedöms som god. Cirka 20 procent av det redovisade värdet förklaras av ordrar som tidigare lagts för att motverka förseningar i varuflödet, ökade inköps- och fraktpriser, varor i Ryssland samt av varor som var avsedda för Ryssland men som har fördelats om till andra marknader.

Varulagret i SEK utgjorde 19,2 procent (18,9) av omsättningen rullande 12 månader som uppgick till MSEK 216 068 (189 988).

Den pågående effektiviseringen av varuförsörjningskedjan och integreringen av försäljningskanalerna fortsätter. Över tid finns det goda förutsättningar för lägre varulagernivåer i relation till försäljningen.

Expansion med integrerade kanaler

H&M-gruppens expansion sker med fokus på ökad omnikanalförsäljning. Under 2022 lanseras H&M på sex nya marknader: Kambodja har framgångsrikt öppnat i mars via franchise. Ytterligare nya H&M-marknader under 2022 blir Ecuador, Kosovo och Nordmakedonien samt via franchise i Costa Rica och Guatemala. Bolaget accelererar expansionen i region Nord- och Sydamerika, med fokus på Latinamerika, främst med ett stort antal nytecknade butikskontrakt.

I början av innevarande år lanserades H&M online i Colombia och Peru. Ny H&M onlinemarknad blir Uruguay under andra halvåret 2022, och via franchise i Israel i slutet av året. Under våren lanserade COS online i Australien och via Zalora i Filippinerna. Monki har lanserats på AboutYou, samt på Zalora i Singapore och Malaysia, & Other Stories på HURR i Storbritannien och Arket på YOQX. Under året öppnar Arket sin första butik i Frankrike och & Other Stories i Singapore, samt på Zalora i Singapore, Malaysia och Filippinerna.

H&M-gruppen fortsätter att omförhandla ett stort antal hyreskontrakt som en del i bolagets intensifierade butiksoptimering vilket även innefattar ombyggnader, anpassning av butiksantal och ytor för att säkerställa rätt butiksportfölj på respektive marknad. H&M-gruppen har enligt avtal möjlighet att omförhandla eller avsluta cirka en tredjedel av hyreskontrakten årligen. För 2022 planeras cirka 94 nya butiker att öppnas och cirka 272 att stängas, vilket ger en nettominskning om cirka 178 butiker. Merparten av öppningarna sker på tillväxtmarknader medan stängningarna främst sker på etablerade marknader.

Expansion 2022

Varumärke	Nya marknader
H&M	Butik: Ecuador, Kosovo, Nordmakedonien, Costa Rica (franchise), Guatemala (franchise), Kambodja (franchise)* Online: Colombia*, Peru*, Uruguay, Israel (franchise)
COS	Online: Australien*, Saudiarabien (franchise)*
Monki	-
Weekday	-
& Other Stories	Butik: Singapore
ARKET	Butik: Frankrike, Ryssland*
Afound	Online: Danmark*, Norge**, Finland
H&M HOME	Online: Indien*

* Öppnat fram till 31 maj 2022

** Öppnat under juni 2022



WEEKDAY

Butiksantal och marknader per varumärke

Per den 31 maj 2022 ingick 4 702 (4 913) butiker i H&M-gruppen, dvs det totala antalet butiker har minskat med 211 jämfört med den 31 maj 2021. Under det innevarande räkenskapsåret har 39 (50) nya butiker öppnats och 138 (155) butiker har stängts. Totalt 281 (271) av koncernens butiker drivs av franchise-partners. Vid kvartalets utgång var 181 butiker stängda på grund av kriget i Ukraina, dessutom var 15 butiker tillfälligt stängda i Kina pga Covid-19.

Varumärke	Nya butiker 2022 (netto)		Totalt antal butiker		Antal marknader	
	Q2	Sex månader	31 maj - 2022	31 maj - 2021	Butik	Online
					31 maj - 2022	
H&M	-10	-85	4 157	4 332	76	56
COS	-4	-8	267	283	47	38
Monki	-5	-7	91	113	18	30
Weekday	0	0	57	58	16	30
& Other Stories	-1	-2	76	75	24	33
ARKET	0	1	25	23	10	32
Afound	0	0	0	5	0	5
H&M HOME*	1	2	29	24	54	43
Totalt	-19	-99	4 702	4 913		

* Konceptbutiker. H&M HOME ingår även med shop-in-shop i 401 H&M-butiker.

COS, Monki, Weekday, & Other Stories och ARKET erbjuder Global selling som gör det möjligt för kunder på ytterligare ett 70-tal marknader att handla online. Det exakta antalet marknader per varumärke varierar för denna tjänst.

Finansiering och likviditet

H&M-gruppen strävar efter att säkerställa finansiell flexibilitet och handlingsfrihet till bästa möjliga villkor. Arbetet är liksom tidigare inriktat på fortsatta förbättringar av rörelsekapital, kassaflöde samt effektivare finansiering.

Kassaflöde och rörelsekapital

Kassaflödet från den löpande verksamheten under sexmånadersperioden uppgick till MSEK 12 591 (20 219). Exklusive IFRS 16 uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till MSEK 6 456 (13 948).

Likviditet och skuldfinansiering

H&M-gruppens likviditet är fortsatt mycket god. Likvida medel ökade till MSEK 26 571 (23 434). Därutöver har koncernen outnyttjade kreditfaciliteter om MSEK 17 912 (20 083). Total likviditetsbuffert, dvs summan av likvida medel och outnyttjade kreditfaciliteter, ökade till MSEK 44 483 (43 517).

Räntebärande skulder i form av företagscertifikat, obligationer och lån från kreditinstitut minskade till MSEK 10 258 (10 635). Den genomsnittliga löptiden på räntebärande skulder uppgick till 4,8 (5,4) år.

Den finansiella nettokassan ökade till MSEK 16 313 (12 799). Nettoskulden inklusive avsättningar för pensioner exklusive IFRS 16 uppgick till MSEK -16 128 (-12 160). Nettoskuld i förhållande till EBITDA uppgick till -0,6 (-0,6) exklusive IFRS 16.

Löptiderna på utestående räntebärande skulder och outnyttjade kreditfaciliteter fördelas och förfaller enligt nedan tabell.

År	Företags- certifikat	Obligationer (EMTN)	Lån från kreditinstitut	Outnyttjade kreditfaciliteter
2022	925	-	-	-
2023	-	-	2 120	-
2024	-	-	-	7 376
2025	-	-	-	-
2026	-	-	2 000	-
2027	-	-	-	10 536
2028	-	-	-	-
2029	-	5 268	-	-
Totalt MSEK	925	5 268	4 120	17 912

I mars 2022 tecknades en revolverande kreditfacilitet om MEUR 1 000. I likhet med den obligation som ställdes ut i februari 2021 är denna facilitet hållbarhetslänkad och har därmed en tydlig koppling till H&M-gruppens hållbarhetsarbete. Kreditfaciliteten ersätter två tidigare outnyttjade faciliteter om sammanlagt MSEK 8 000. Dessa stängdes i samband med tecknandet av den nya faciliteten. Den nya kreditfaciliteten har en löptid om fem år med två förlängningsoptioner om ett år vardera. En diversifierad bankgrupp om femton banker deltog i faciliteten.

Aktieåterköp

Styrelsen har beslutat om återköp av egna B-aktier om SEK 3 miljarder med stöd av årsstämman bemyndigande. Återköpsprogrammet inleds den 29 juni 2022, för mer information se separat pressmeddelande den 29 juni 2022.

Skatt

Skattesatsen för koncernen för räkenskapsåret 2022 beräknas bli omkring 23,0 procent. Under årets tre första kvartal används en skattesats om 23,0 procent för att beräkna skattekostnaden på periodens resultat. Skattesatsens utfall för året beror bland annat på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land.



H&M

Innevarande kvartal

Försäljningen under juni månad 2022 förväntas minska med 6 procent i lokala valutor jämfört med juni 2021. Den pausade försäljningen i Ryssland, Belarus och Ukraina står för 5 procentenheter av minskningen. Junisiffran ska ses i ljuset av en mycket stark jämförelsebas i juni 2021, en ökning om 24 procent, medan juli och augusti ökade med 6 procent.

Kostnaderna för prisnedsättningarna som en andel av omsättningen under tredje kvartalet bedöms hamna på samma nivå som i motsvarande kvartal föregående år.

Antal tillfälligt stängda butiker per den 31 maj var 196. Utöver de 181 butikerna som är stängda i Ryssland, Belarus och Ukraina är även 15 butiker tillfälligt stängda i Kina pga pandemin.



& ofner studios

Redovisningsprinciper

Koncernen tillämpar International Financial Reporting Standards (IFRS) samt tolkningsuttalanden från IFRS Interpretations Committee som antagits av EU. Denna rapport är upprättad enligt IAS 34 Delårsrapportering, RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner och årsredovisningslagen.

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. Vidare tillämpas inte IFRS 16 i moderbolaget.

Redovisningsprinciper och beräkningsmetoder som tillämpas i denna rapport är oförändrade från dem som tillämpades vid upprättandet av års- och koncernredovisningen för år 2021. Inga nya eller reviderade IFRS-standarder eller tolkningsuttalanden som tillämpas från den 1 december 2021 har haft någon nämnvärd effekt på koncernens finansiella rapporter.

Koncernen bedömer att ingen nämnvärd effekt på dess finansiella rapporter uppstår i och med Turkiets klassificering som land med hyperinflation.

För en utförligare beskrivning av de redovisningsprinciper som tillämpats för koncernen och moderbolaget i denna delårsrapport, se års- och hållbarhetsredovisningen för räkenskapsåret 2021, sidan 85-86.

Statliga stöd kopplat till covid-19-situationen

IAS 20 Redovisning av statliga bidrag och upplysningar om statliga stöd – på grund av den extraordinära situation som pandemin medfört har H&M-gruppen mottagit statliga stöd på vissa marknader främst relaterat till hyror och bemanning. I Sverige har inget statligt stöd erhållits för perioden efter den 31 mars 2021.

H&M-gruppen har valt att redovisa dessa bidrag som en kostnadsreduktion av de poster som bidragen avser. Bidragen redovisas i resultat- och balansräkning när det är rimligt säkert att bidragen kommer att erhållas.

Finansiella instrument

H&M-gruppens finansiella instrument består huvudsakligen av kundfordringar, övriga fordringar, likvida medel, leverantörsskulder, räntebärande värdepapper och skulder samt valutaderivat.

Valutaderivat värderas till verkligt värde baserat på indata motsvarande nivå 2 enligt IFRS 13. Per den 31 maj 2022 uppgår terminskontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 1 814 (379) vilket redovisas inom posten övriga kortfristiga fordringar. Terminskontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 1 129 (649) vilket redovisas inom övriga kortfristiga skulder. Aktier värderas till verkligt värde antingen via resultaträkningen eller övrigt totalresultat. För innehav i aktier som bedöms som strategiska har H&M-gruppen valt att redovisa värdeförändringarna i övrigt totalresultat.

Övriga finansiella tillgångar och skulder värderas till upplupet anskaffningsvärde. Skulder till kreditinstitut löper med räntor som i allt väsentligt bedöms motsvara aktuella marknadsräntor. Därför bedöms verkliga värdena på dessa samt övriga finansiella instrument approximativt motsvara bokförda värden.

Risker och osäkerhetsfaktorer

Risker kan vara beroende av händelser i omvärlden och påverka en viss bransch eller marknad men de kan också vara kopplade till den egna verksamheten. H&M-gruppen arbetar löpande med riskanalys för både de operationella och finansiella riskerna. De operationella riskerna är i huvudsak kopplade till verksamheten och de omvärldsrisker som berör koncernen. Affärsbeslut styr om, och i så fall i vilken omfattning, åtgärder ska genomföras för att minska sannolikheten att respektive risk inträffar. Affärsbeslut styr även i vilken grad konsekvenserna av en inträffad risk kan lindras.

Externa risker och osäkerhetsfaktorer som rör H&M-gruppen finns relaterade till skiftet i branschen, modet, konkurrenter, informationssäkerhet och cybersäkerhet, hållbarhetsfrågor, väder, makroekonomi och geopolitiska händelser, pandemier, valutor, skatter, tull och olika regleringar och förordningar men kan även uppkomma vid etablering på nya marknader, lansering av nya koncept och hantering av varumärken. Mer detaljerad information om de finansiella riskerna ges i H&M-gruppens års- och hållbarhetsredovisning.

Upplysning exponering mot Ryssland, Belarus och Ukraina

Sedan den 24 februari 2022 har H&M-gruppen tillfälligt pausat all försäljning i Ukraina som en följd av invasionen. Sedan den 2 mars 2022 är även all försäljning pausad i Ryssland och Belarus.

Rörelseresultatet för dessa marknader för kvartalet uppgick till MSEK -228. Utöver detta har koncernen en orealiserad valutakursvinst om MSEK 353 avseende koncerninterna fordringar i ryska rubel.

Pre-covid, dvs under räkenskapsåret 2019, utgjorde de tre marknaderna cirka 10 procent av koncernens rörelseresultat.

De sammanlagda tillgångarna dvs varulager, likvida medel, inventarier och nyttjanderättstillgångar uppgick vid kvartalets utgång till MSEK 4 427. Den kraftiga kursrörelsen i den ryska rubeln ger väsentliga effekter på värdena när de omräknas till SEK. Från den 28 februari 2022 då växelkursen var 0,092 SEK till balansdagen den 31 maj 2022 stärktes den ryska rubeln med 73 procent gentemot SEK till 0,159 SEK.

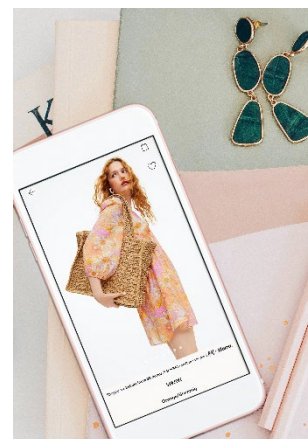
Varulagersammansättningen bedöms vara god.

Antalet medarbetare uppgår till cirka 7 500 och antalet butiker till 181.

Initiativ för en förbättrad kundupplevelse

Kundbeteendet förändras snabbt, och H&M-gruppen arbetar ständigt med förbättringar för att erbjuda kunderna bästa möjliga upplevelse. Här följer några exempel på pågående satsningar:

- **I H&M:s kundlojalitetsprogram** belönas medlemmarna inte bara för köp, utan även för sitt engagemang, till exempel genom att lämna in gamla kläder till H&M:s klädinsamling, välja klimatsmarta leveransalternativ, ta med sin egen påse och välja produkter i mer hållbara material. Kundlojalitetsprogrammet fortsätter att rullas ut till fler marknader.
- **Fler betalningslösningar.** H&M-medlemmar kan välja mellan att betala direkt eller senare via H&M-appen, oavsett om de handlar i butik eller online.
- **Digitala kvitton.** Kunder kan få digitala kvitton i H&M-appen på de flesta marknader.
- **Visual Search.** Bildigenkänning hjälper kunden genom att ge rekommendationer och köpmöjligheter utifrån bilder som kunden tagit eller inspirerats av.
- **Next-day delivery och expresseleverans** fortsätter att rullas ut till fler marknader.
- **Klimatsmarta leveransalternativ.** I Nederländerna, Sverige, Italien och Frankrike kan H&M-kunder välja att få leveranser och skicka returer med cykelbud, vilket har blivit mycket uppskattat. I kombination med biogasdrivna lastbilar från logistikcentret till cykelbudet minimeras CO2-utsläppen. I Sverige, Norge och delar av Tyskland sker även leverans till klimatsmarta skåp. Även på andra marknader erbjuds olika former av klimatsmarta leveranser.
- **Find-in-store.** Kunder som ser en vara online kan enkelt och snabbt via mobilen hitta önskad storlek i fysisk butik samt online.
- **Scan & buy.** Kunder kan skanna QR-koden på en vara i butik för att hitta och köpa den i önskad storlek och färg online.
- **In-store-mode** gör det möjligt för kunden att i mobilen se vilka varor som finns just i den butiken kunden befinner sig i, samt online.
- **Click & collect** gör det möjligt för kunden att hämta ut onlineköp i butik.
- **Onlineretur i butik** är en tjänst som fortsätter att rullas ut.
- **#HMxME** ger kunderna möjlighet att dela med sig av sina egna modeberättelser från Instagram samtidigt som plaggen enkelt går att köpa.
- **Rate & Review** gör det möjligt för kunder att betygsätta och recensera H&M-produkter.
- **RFID (Radio Frequency Identification)** gör det möjligt att snabbt lokalisera varor med en digital prislapp och få exakt information om tillgängligheten.
- **Självbetjäningsskassor** har blivit mycket uppskattat av kunderna och rullas ut till fler marknader.
- **Instagram.** I USA kan H&M-kunder handla direkt via inspirationsbilder och videos på Instagram samt få notiser via Instagram när H&M släpper nya kollektioner.
- **Hyra i butik.** Erbjuder kunder möjligheten att hyra kläder för särskilda tillfällen. Kunder kan boka ett tillfälle i butik för att se tillgängliga plagg. Tillgängligt i utvalda H&M-butiker i Nederländerna, Sverige och Tyskland.
- **Styleboard.** Medlemmar kan skapa sina egna moodboards i H&M-appen och handla direkt från den. Det är även möjligt att lägga till produkter från andra varumärken utanför H&M-gruppen. För närvarande tillgängligt i Sverige och Tyskland.
- **Personaliserad startsida.** En personligt anpassad startsida har introducerats till kunder i Sverige och Tyskland för att erbjuda skraddarsydd inspiration och rådgivning baserat på individuella preferenser.
- **Stylestory** är ett kreativt verktyg där kunder kan uttrycka och dela sina favoritstilar, samtidigt som de engagerar andra kunder som i sin tur kan upptäcka och direkt handla de stilar de inspireras av. Verktöget är lanserat i Sverige.
- **Smarta speglar i COS provrum.** I ett pilotprojekt i COS butiker i USA testas smarta speglar som känner igen plaggen som tagits med in i provrummet för att kunna erbjuda kunden en personligare produktupplevelse och få stylingtips. Ute i butiken kan kunden använda andra typer av smarta speglar för att prova plagg virtuellt och få rekommendationer.



Varuflöde

H&M-gruppen fortsätter att fullt ut integrera kanalerna i en omnimodell. En viktig del är gruppens logistiksystem och satsningar inom tech och AI. Flera initiativ avseende nya högautomatiserade logistikcentra med fokus på innovation pågår globalt. Detta kommer att skapa ytterligare kapacitet, flexibilitet och snabbhet mellan försäljningskanaler samt en högre varutillgänglighet.

Ett nytt högautomatiserat logistikcenter är under uppförande i Ajax, Kanada. Detta kommer att komplettera de logistikcenter som öppnade på öst- och västkusten i USA och skapa ytterligare kapacitet för H&M-gruppens fortsatta expansion i Nordamerika. Det nya logistikcentret planeras att vara färdigställt vid årsskiftet 2022/2023.

Hållbarhet

H&M-gruppens hållbarhetsvision är att vara en ledande kraft i omställningen till en cirkulär och , klimatpositiv modeindustri och samtidigt vara ett rättvist och jämlikt företag genom hela vår värdekedja. Mer detaljerad information om koncernens hållbarhetsarbete finns i Sustainability Disclosure 2021 på [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com). Några av de senaste hållbarhetsinitiativen är:

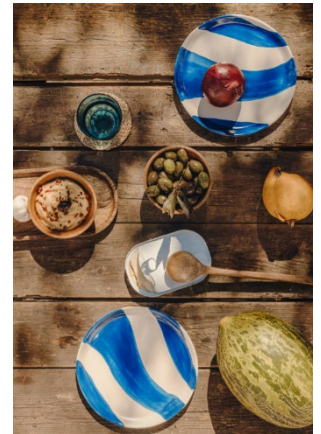
Green Fashion Initiative. H&M-gruppen har nyligen lanserat ett initiativ som syftar till att minska växthusgaser i leverantörskedjan. Samarbetet möjliggör för leverantörer att ansöka om finansiering för att kunna investera i tekniker och processer som minskar energiförbrukningen och ersätter fossila bränslen i modeindustrin.

Fashion Climate Fund är ett initiativ startat av Apparel Impact Institute som syftar till att reducera utsläpp i leverantörskedjan genom att öka kunskapen kring energieffektivitet och förnybar energi. Leverantörer har också möjlighet att få finansiellt stöd för att kunna fasa ut fossila bränslen. H&M-gruppen har tillsammans med bland annat H&M Foundation gått in som huvudinvesterare i fonden. Detta är i linje med företagets åtagande att uppnå nettonoll utsläpp av växthusgaser (net-zero standard enligt Science Based Targets initiative) senast år 2040 och att minska koldioxidutsläpp i absoluta tal med 56 procent senast år 2030 i värdekedjan.

H&M-gruppens samarbete med TextileGenesis utökas i samband med att deras innovativa spårningssystem för konstgjorda cellulosafibrer och återvunnen polyester rullas ut under 2022. För spårningen används blockkedjeteknologi för att förbättra spårbarheten och transparensen i leverantörskedjan. Pilotprojektet innebär att hundratals leverantörer i flera länder har utbildats. För H&M-gruppen går spårbarhet och transparens i leverantörskedjan hand i hand med att öka ansvarstagandet för materialens och produkternas ursprung, vilket även driver på en positiv förändring av modeindustrin.

Globalt ramverk för biologisk mångfald. Inför FN-eventet Stockholm+50 och i samband med Världsmiljödagen i år, bjöd WWF, H&M-gruppen och IKEA in ett trettiotal företagsledare och andra intressenter till H&M-gruppens huvudkontor i Stockholm för en paneldebatt och rundabordsamtal om biologisk mångfald. Samarbetet ska påskynda företagets högt prioriterade åtgärder för biologisk mångfald, och bidra till debatten inför FN-mötet om biologisk mångfald (COP 15) i Kunming senare i år.

Läs mer om många av initiativen ovan och gruppens hållbarhetsarbete i H&M-gruppens års- och hållbarhetsredovisning 2021 och på [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com).



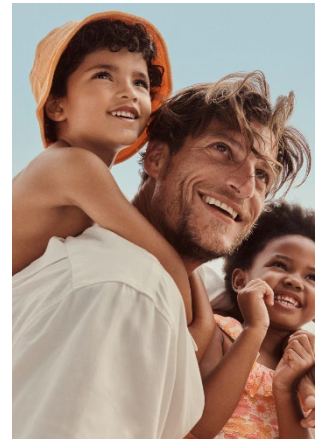
#MHOME

Kalendarium

15 september 2022	Tredje kvartalets försäljningsutveckling, 1 jun 2022 – 31 aug 2022
29 september 2022	Niomånadersrapport, 1 dec 2021 – 31 aug 2022
15 december 2022	Fjärde kvartalets försäljningsutveckling, 1 sep 2022 – 30 nov 2022
27 januari 2023	Bokslutskommuniké, 1 dec 2021 – 30 nov 2022
15 mars 2023	Första kvartalets försäljningsutveckling, 1 dec 2022 – 28 feb 2023
30 mars 2023	Tremånadersrapport, 1 dec 2022 – 28 feb 2023

Sexmånadersrapporten har inte granskats av bolagets revisorer.

Stockholm den 28 juni 2022
Styrelsen



H&M

Kommunikation i samband med sexmånadersrapporten

Sexmånadersrapporten, 1 december 2021 – 31 maj 2022, publiceras kl. 08.00 CEST den 29 juni 2022, följt av en presskonferens som hålls kl. 09.30 CEST där vd Helena Helmersson, finanschef Adam Karlsson och IR-chef Nils Vinge medverkar. Presskonferensen hålls på svenska för finansmarknad och media på H&M:s huvudkontor i Stockholm, Ljussgården, Mäster Samuelsgatan 49, 3 tr. För presentationsmaterial, se hmgroupp.com/investerare.

En telefonkonferens för finansmarknad och media hålls på engelska kl. 14.00 CEST där vd Helena Helmersson, finanschef Adam Karlsson och IR-chef Nils Vinge medverkar. För inloggningsuppgifter till telefonkonferensen vänligen registrera er på [hmgroupp.com](https://event-registration.arkadin.com/62a1e6873d876e39fbc13347) eller via länken: <https://event-registration.arkadin.com/62a1e6873d876e39fbc13347>.

För bokning av intervjuer i samband med sexmånadersrapporten den 29 juni 2022, vänligen kontakta Kristina Stenvinkel, telefon 070-796 54 40, stenvinkel@hm.com.

Kontakt

Nils Vinge, IR-chef	08-796 52 50
Helena Helmersson, vd	08-796 55 00 (växel)
Adam Karlsson, finanschef	08-796 55 00 (växel)

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

För mer information om H&M-gruppen se hmgroupp.com.

Informationen i denna delårsrapport 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 29 juni 2022 kl. 08.00 (CEST). Denna delårsrapport, liksom ytterligare information om H&M-gruppen, finns på hmgroupp.com.

H & M Hennes & Mauritz AB (publ) grundades i Sverige 1947 och är noterat på Nasdaq Stockholm. H&M:s affärsidé är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris på ett hållbart sätt. I koncernen ingår förutom H&M, varumärkena COS, Monki, Weekday, & Other Stories, H&M HOME, ARKET samt Afound. Ytterligare information finns på hmgroupp.com.

Styrelsens och verkställande direktörens intygande

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att halvårsrapporten för 1 december 2021 - 31 maj 2022 ger en rättvisande översikt av moderbolagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de bolag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm 28 juni, 2022

Karl-Johan Persson
Styrelseordförande

Stina Bergfors
Styrelseledamot

Anders Dahlvig
Styrelseledamot

Ingrid Godin
Styrelseledamot

Danica Kragic Jensfelt
Styrelseledamot

Louise Wikholm
Styrelseledamot

Lena Patriksson Keller
Styrelseledamot

Hampus Glanzelius
Styrelseledamot

Christian Sievert
Styrelseledamot

Erica Wiking Häger
Styrelseledamot

Niklas Zennström
Styrelseledamot

Helena Helmersson
Verkställande direktör

KONCERNENS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q2 2022	Q2 2021	Sex månader 2022	Sex månader 2021	2020-12-01- 2021-11-30
Nettoomsättning	54 504	46 509	103 670	86 569	198 967
Kostnad sålda varor	-24 658	-21 460	-49 564	-42 463	-93 961
BRUTTORESULTAT	29 846	25 049	54 106	44 106	105 006
<i>Bruttomarginal, %</i>	54,8	53,9	52,2	50,9	52,8
Försäljningskostnader	-22 237	-18 871	-43 298	-36 912	-80 535
Administrationskostnader	-2 621	-2 326	-5 362	-4 470	-9 216
RÖRELSERESULTAT	4 988	3 852	5 446	2 724	15 255
<i>Rörelsemarginal, %</i>	9,2	8,3	5,3	3,1	7,7
Finansnetto	-206	-259	-382	-520	-955
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	4 782	3 593	5 064	2 204	14 300
Skatt	-1 100	-826	-1 165	-507	-3 290
PERIODENS RESULTAT	3 682	2 767	3 899	1 697	11 010

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

Resultat per aktie, SEK*	2,22	1,67	2,36	1,03	6,65
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	5 209	5 613	10 602	11 325	22 320
därav kostnad sålda varor	384	428	767	868	1 617
därav försäljningskostnader	4 634	4 966	9 440	10 027	19 831
därav administrationskostnader	191	219	395	430	872

* Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q2 2022	Q2 2021	Sex månader 2022	Sex månader 2021	2020-12-01- 2021-11-30
PERIODENS RESULTAT	3 682	2 767	3 899	1 697	11 010
Övrigt totalresultat					
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>					
Omräkningsdifferenser	1 581	-235	2 614	-317	1 430
Förändring i säkringsreserv	785	-366	503	-471	-101
Skatt hänförlig till förändring i säkringsreserver	-162	84	-104	108	26
<i>Poster som inte kommer att omföras till periodens resultat</i>					
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	206	-	290	-	187
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-48	-	-67	-	-43
Omvärderingar av finansiella tillgångar	182	-	-212	-	3 644
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	2 544	-517	3 024	-680	5 143
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	6 226	2 250	6 923	1 017	16 153

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

KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

TILLGÅNGAR	2022-05-31	2021-05-31	2021-11-30
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	9 318	9 906	9 556
Materiella anläggningstillgångar	24 960	28 328	26 576
Nyttjanderättstillgångar	53 877	54 084	53 086
Finansiella anläggningstillgångar	5 751	1 027	5 091
Övriga anläggningstillgångar	6 712	6 660	6 486
	100 618	100 005	100 795
Omsättningstillgångar			
Varulager	41 504	35 866	37 306
Kortfristiga fordringar	17 362	12 449	14 209
Likvida medel och kortfristiga placeringar	26 571	23 434	27 471
	85 437	71 749	78 986
SUMMA TILLGÅNGAR	186 055	171 754	179 781
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	56 183	55 640	60 018
Långfristiga skulder*	13 615	13 757	13 207
Långfristiga leasingskulder*	45 996	45 901	45 379
Kortfristiga skulder**	58 816	44 213	49 479
Kortfristiga leasingskulder**	11 445	12 243	11 698
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	186 055	171 754	179 781

* Räntebärande långfristiga skulder inklusive leasing uppgår till MSEK 55 500 (55 785), exklusive IFRS 16 MSEK 9 505 (9 884) varav avsättningar för pensioner MSEK 184 (640).

** Räntebärande kortfristiga skulder inklusive leasing uppgår till MSEK 12 383 (13 633), exklusive IFRS 16 MSEK 938 (1 390).

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL I SAMMANDRAG (MSEK)

	2022-05-31	2021-05-31	2021-11-30
Eget kapital vid periodens början	60 018	54 623	54 623
Totalresultat för perioden	6 923	1 017	16 153
Utdelning	-10 758	-	-10 758
Eget kapital vid periodens slut	56 183	55 640	60 018

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS I SAMMANDRAG (MSEK)

	Sex månader 2022	Sex månader 2021
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	5 064	2 204
<i>Justering för poster som inte ingår i kassaflödet</i>		
- Avsättning till pensioner	27	32
- Avskrivningar	10 602	11 325
Betald skatt	-1 979	-2 316
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	13 714	11 245
Förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-671	-1 278
Varulager	-3 791	2 351
Rörelseskulder	3 339	7 901
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	12 591	20 219
Investeringsverksamheten		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-600	-287
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-1 426	-866
Övrigt	-799	-132
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-2 825	-1 285
Finansieringsverksamheten		
Förändring av räntebärande skulder	489	-5 698
Amortering leasing	-6 135	-6 271
Utdelning	-5 379	-
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-11 025	-11 969
PERIODENS KASSAFLÖDE	-1 259	6 965
Likvida medel vid räkenskapsårets början	27 471	16 540
Periodens kassaflöde	-1 259	6 965
Valutakurseffekt	359	-71
Likvida medel vid periodens slut**	26 571	23 434

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 88 (195). Räntekostnader avseende leasing uppgår för koncernen till MSEK 374 (407). Erhållna räntor uppgår för koncernen till MSEK 80 (82).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid periodens slut till MSEK 26 571 (23 434).

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

	2018*	2019*	2020	2021	2022
Nettoomsättning, MSEK	98 165	108 489	83 612	86 569	103 670
Ändring nettoomsättning från föregående år i SEK, %	0	11	-23	4	20
Ändring nettoomsättning från föregående år i lokala valutor, %	0	5	-24	12	15
Rörelseresultat, MSEK	7 215	6 940	-3 498	2 724	5 446
Rörelsemarginal, %	7,3	6,4	-4,2	3,1	5,3
Periodens avskrivningar, MSEK	4 703	5 471	12 764	11 325	10 602
Resultat efter finansiella poster, MSEK	7 275	6 977	-3 978	2 204	5 064
Resultat efter skatt, MSEK	6 010	5 372	-3 063	1 697	3 899
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	11 107	13 076	12 704	23 434	26 571
Varulager, MSEK	36 333	40 406	40 000	35 866	41 504
Eget kapital, MSEK	51 889	49 144	52 767	55 640	56 183
Antal aktier, tusental**	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK**	3:63	3:25	-1:85	1:03	2:36
Eget kapital per aktie, SEK**	31:35	29:69	31:88	33:62	33:95
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK**	5:52	5:50	2:37	12:22	7:61
Andel riskbärande kapital, %	50,0	43,0	30,2	34,7	32,3
Soliditet, %	46,1	39,4	27,9	32,4	30,2
Totalt antal butiker	4 801	4 979	5 058	4 913	4 702
Rullande 12 månader					
Resultat per aktie, SEK**	8:36	7:26	3:03	3:63	7:98
Avkastning på eget kapital, %	26,5	23,8	9,8	11,1	23,6
Avkastning på sysselsatt kapital, %	27,0	21,9	6,5	6,9	14,6

* Exklusive IFRS 16.

** Före och efter utspädning.

För definitioner och förklaringar avseende rapportens alternativa nyckeltal, se sida 111-113 i års- och hållbarhetsredovisningen för 2021.

SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	Sex månader 2022	Sex månader 2021
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	14 123	13 586
Rörelseresultat	-112	97
Rörelsemarginal, %	-0,8	0,7
Europa och Afrika*		
Extern nettoomsättning	66 031	55 255
Rörelseresultat	872	-2 760
Rörelsemarginal, %	1,3	-5,0
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	23 516	17 728
Rörelseresultat	783	506
Rörelsemarginal, %	3,3	2,9
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	30 749	20 893
Rörelseresultat	3 903	4 881
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-30 749	-20 893
Totalt		
Extern nettoomsättning	103 670	86 569
Rörelseresultat	5 446	2 724
<i>Rörelsemarginal, %</i>	5,3	3,1
Finansnetto	-382	-520
Resultat efter finansiella poster	5 064	2 204

* Sydafrika

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q2 2022	Q2 2021	Sex månader 2022	Sex månader 2021	2020-12-01- 2021-11-30
Nettoomsättning	996	929	1 902	1 725	3 981
BRUTTORESULTAT	996	929	1 902	1 725	3 981
Administrationskostnader	-36	-32	-75	-55	-46
RÖRELSERESULTAT	960	897	1 827	1 670	3 935
Finansnetto*	1 825	-91	1 814	-140	8 172
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	2 785	806	3 641	1 530	12 107
Bokslutsdispositioner	-	-	-	-	-4
Skatt	-191	-172	-367	-327	-825
PERIODENS RESULTAT	2 594	634	3 274	1 203	11 278

* Intäkter från andelar i koncernföretag ingår för kvartalet med MSEK 1 861 (0) och för sexmånadersperioden med MSEK 1 861 (0).

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q2 2022	Q2 2021	Sex månader 2022	Sex månader 2021	2020-12-01- 2021-11-30
PERIODENS RESULTAT	2 594	634	3 274	1 203	11 278
Övrigt totalresultat					
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>					
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	15	-	21	-	7
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-3	-	-4	-	-1
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	12	-	17	-	6
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	2 606	634	3 291	1 203	11 284

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	2022-05-31	2021-05-31	2021-11-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	163	183	173
Övriga anläggningstillgångar	1 445	1 091	1 099
	1 608	1 274	1 272
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	33 314	31 118	29 713
Likvida medel	0	0	-
	33 314	31 118	29 713
SUMMA TILLGÅNGAR	34 922	32 392	30 985
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	12 933	21 076	20 399
Obeskattade reserver	32	38	32
Långfristiga skulder*	9 356	9 403	9 377
Kortfristiga skulder**	12 601	1 875	1 177
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	34 922	32 392	30 985

* Samtliga långfristiga skulder är räntebärande.

** Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 925 (1 300). Ej utbetald utdelning uppgår till MSEK 5 379 (0).

ALTERNATIVA NYCKELTAL

För definitioner av övriga alternativa nyckeltal se sida 111-113 i års- och hållbarhetsredovisningen för 2021.

Bruttoresultat exkl IFRS 16

	Q2 - 2022	Q2 - 2021	Sex månader 2022	Sex månader 2021
Bruttoresultat	29 846	25 049	54 106	44 106
IFRS 16-effekt	-19	-17	-38	-36
Bruttoresultat exkl IFRS 16	29 827	25 032	54 068	44 070

Definition: Bruttoresultat justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.

Rörelseresultat exkl IFRS 16

	Q2 - 2022	Q2 - 2021	Sex månader 2022	Sex månader 2021
Rörelseresultat	4 988	3 852	5 446	2 724
IFRS 16-effekt	-275	-278	-525	-576
Rörelseresultat exkl IFRS 16	4 713	3 574	4 921	2 148

Definition: Rörelseresultat justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.

Finansnetto exkl IFRS 16

	Q2 - 2022	Q2 - 2021	Sex månader 2022	Sex månader 2021
Finansnetto	-206	-259	-382	-520
IFRS 16-effekt	181	201	374	407
Finansnetto exkl IFRS 16	-25	-58	-8	-113

Definition: Finansnetto justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.

Resultat efter finansiella poster exkl IFRS 16

	Q2 - 2022	Q2 - 2021	Sex månader 2022	Sex månader 2021
Resultat efter finansiella poster	4 782	3 593	5 064	2 204
IFRS 16-effekt	-94	-77	-151	-169
Resultat efter finansiella poster exkl IFRS 16	4 688	3 516	4 913	2 035

Definition: Resultat efter finansiella poster justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.

Periodens resultat exkl IFRS 16

	Q2 - 2022	Q2 - 2021	Sex månader 2022	Sex månader 2021
Periodens resultat	3 682	2 767	3 899	1 697
IFRS 16-effekt	-72	-60	-116	-130
Periodens resultat exkl IFRS 16	3 610	2 707	3 783	1 567

Definition: Periodens resultat justerat för effekten av IFRS 16.

Orsak till användning: Skapar jämförbarhet i analyser där år innan IFRS 16 användes ingår.