

H & M Hennes & Mauritz AB

Niomånadersrapport

Nio månader (2013-12-01 – 2014-08-31)

- H&M-koncernens omsättning inklusive moms ökade med 15 procent i lokala valutor under räkenskapsårets första nio månader. Efter omräkning till SEK uppgick omsättningen exklusive moms till MSEK 108 775 (92 067), en ökning med 18 procent.
- Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 18 096 (15 189), en ökning med 19 procent. Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 13 754 (11 544), motsvarande SEK 8:31 (6:97) per aktie.

Tredje kvartalet (2014-06-01 – 2014-08-31)

- Väl mottagna kollektioner bidrog till en stark försäljning och ökade marknadsandelar. H&M-koncernens omsättning inklusive moms ökade med 16 procent i lokala valutor under tredje kvartalet. Efter omräkning till SEK uppgick omsättningen exklusive moms till MSEK 38 805 (32 040), en ökning med 21 procent.
- Bruttoresultatet uppgick till MSEK 22 627 (18 828), en ökning med 20 procent. Detta motsvarar en bruttomarginal om 58,3 procent (58,8).
- Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 6 967 (5 830), en ökning med 20 procent. Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 5 296 (4 431), en ökning med 20 procent, motsvarande SEK 3:20 (2:68) per aktie.
- H&M:s onlineförsäljning i Italien och Spanien, som lanserades i augusti, har fått en mycket bra start.
- Fortsatt stark försäljningsutveckling för H&M-koncernens övriga varumärken; COS, & Other Stories, Monki, Weekday, Cheap Monday och H&M Home.



H&M öppnade i juli ytterligare en flaggskeppsbutik på Fifth Avenue i New York.

- Försäljningen ökade med 7 procent i lokala valutor under perioden 1 september – 23 september 2014 jämfört med samma period föregående år. Septemberförsäljningen har hittills påverkats av det osedvanligt varma vädret på flertalet marknader.
- H&M:s onlinebutik i Kina, som öppnades redan i september, har fått en mycket bra start.
- Kraftig expansion under 2014 med totalt cirka 375 nya butiker netto. - Filippinerna öppnar i oktober 2014.
- Indien, vars öppning planerades till hösten 2014, är framflyttad till 2015. Under 2015 öppnar H&M även i Sydafrika, Peru, Taiwan och Macao.
- H&M planerar att öppna 8 till 10 nya onlinemarknader under 2015.

	Q3 2014	Q3 2013	Nio månader 2014	Nio månader 2013
MSEK				
Nettoomsättning	38 805	32 040	108 775	92 067
Bruttoresultat	22 627	18 828	63 278	53 844
<i>bruttomarginal, %</i>	<i>58,3</i>	<i>58,8</i>	<i>58,2</i>	<i>58,5</i>
Rörelseresultat	6 886	5 755	17 852	14 908
<i>rörelsemarginal, %</i>	<i>17,7</i>	<i>18,0</i>	<i>16,4</i>	<i>16,2</i>
Finansnetto	81	75	244	281
Resultat efter finansiella poster	6 967	5 830	18 096	15 189
Skatt	-1 671	-1 399	-4 342	-3 645
Periodens resultat	5 296	4 431	13 754	11 544
Resultat per aktie, SEK	3:20	2:68	8:31	6:97

Q3

Kommentar av Karl-Johan Persson, vd

”Vi har fortsatt att ta marknadsandelar med en stark försäljningsutveckling för samtliga våra varumärken. Det ser vi som ett kvitto på att våra kollektioner har mottagits mycket väl, vilket i kombination med vår expansion, bidrog till att försäljningen i kvartalet ökade med 21 procent i SEK. Också den goda resultatutvecklingen fortsatte i kvartalet med en ökning av rörelseresultatet om 20 procent – och detta samtidigt som vi är inne i en mycket intensiv investeringsfas för att bygga ett ännu starkare H&M.

Hittills i år har vi efter nio månader ökat försäljningen med 18 procent i SEK och ökat rörelseresultatet med 20 procent, dvs med nästan 3 miljarder kronor till 17,9 miljarder kronor.

Vi är inne i ett spännande expansionsskede inom online. I år har vi öppnat fyra nya stora H&M-onlinemarknader och nästa år kommer vi att öppna ytterligare 8 till 10 nya H&M-onlinemarknader. Årets online-öppningar har skett i snabb takt; Frankrike i mars, Italien och Spanien under augusti och redan nu i september lanserade vi online i Kina. Vi har fått ett mycket bra mottagande av våra kunder i samtliga länder. Vi ser vår onlinebutik som ett mycket viktigt komplement till våra fysiska butiker eftersom onlinebutiken gör det möjligt för oss att öka servicen och tillgängligheten för våra kunder.

Vår butiksexpansionsplan för 2014 ligger fast med planerade 375 nya butiker netto. Under sommaren har vi bland annat öppnat ytterligare en ny flaggskeppsbutik på Fifth Avenue i New York. I oktober blir Filippinerna ny H&M-marknad medan öppningen i Indien, som planerades till hösten, är framflyttad till 2015. Under 2015 planerar vi även att öppna i Sydafrika, Peru, Taiwan och Macao.

Vi ser framemot en spännande och intensiv höst. Förutom vår expansion med butiker och online, fortsätter vi att utveckla vårt erbjudande som till exempel vår satsning på H&M Sport samt vårt utökade skosortiment som under hösten kommer att finnas på våra onlinemarknader och i utvalda butiker. Under oktober lanseras vår nya kollektion ”H&M Conscious Denim” som består av mer hållbara material. En del av kollektionen innehåller återvunnen bomull från vårt globala klädsamlingsinitiativ ”Garment Collecting”, som är en del i vårt arbete med att sluta kretsloppet för textilier då vi vill minska den miljöpåverkan som kläder har under sin livscykel.

Hållbarhet är viktigt för både våra kunder och medarbetare och vi använder därför vår storlek och vårt inflytande till att driva utvecklingen framåt inom både miljö och sociala frågor. När våra kunder handlar hos oss ska de känna sig trygga med att de köper från ett företag som tar ansvar. Vi är övertygade om att det som vi investerar i hållbarhet är rätt att göra även om det kostar på kort sikt. För oss är det viktigt att vi alltid är långsiktiga och vi ser hållbarhet som en självklar investering i vår gemensamma framtid.”

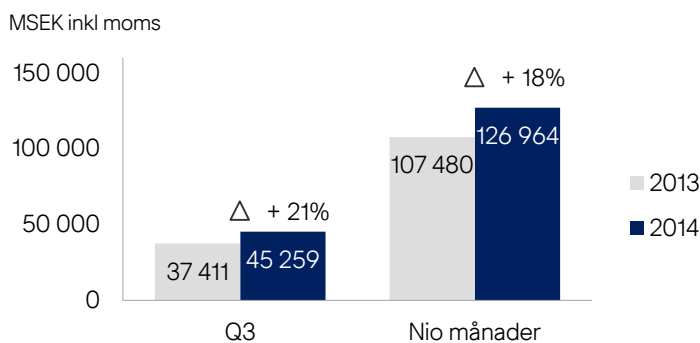


H&M Conscious Denim

”Hittills har våra kunder samlat in över 8 000 ton plagg via H&M:s klädsamlingsinitiativ Garment Collecting, som är en del i vårt arbete med att sluta kretsloppet för textilier.”

Försäljning

Med väl mottagna kollektioner och en fortsatt stark expansion har H&M-koncernen ökat försäljningen samt fortsatt att ta marknadsandelar på en klädmarknad som alltjämt präglas av ett utmanande makroekonomiskt läge i flera länder.



H&M Autumn Collection

Försäljningen inklusive moms omräknat till SEK ökade med 21 procent till MSEK 45 259 (37 411) i tredje kvartalet. För niomånadersperioden ökade försäljningen inklusive moms med 18 procent och uppgick till MSEK 126 964 (107 480).

Försäljningen exklusive moms ökade med 21 procent till MSEK 38 805 (32 040) i tredje kvartalet och med 18 procent till MSEK 108 775 (92 067) under niomånadersperioden.

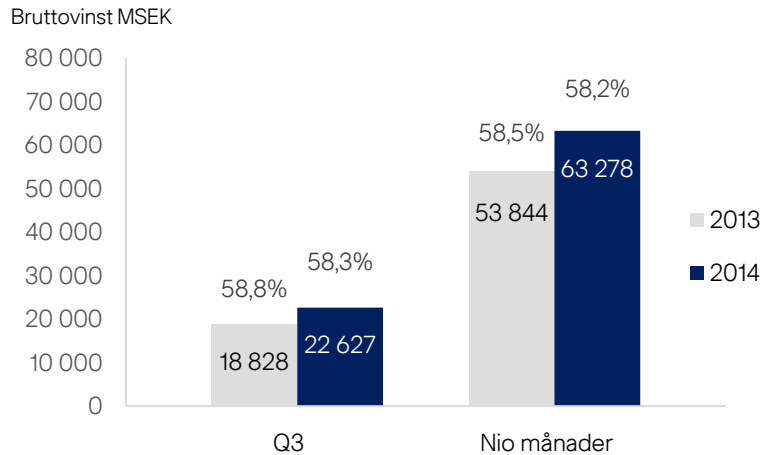
Försäljningen inklusive moms i lokala valutor ökade med 16 procent i tredje kvartalet och med 15 procent under niomånadersperioden.

Försäljning tio största marknaderna, nio månader

Land	2014		2013		Förändring i %		31 aug - 14	2014
	MSEK Ink moms	MSEK Ink moms	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker (netto)		
Tyskland	25 557	22 304	15	9	425	7		
USA	11 975	9 755	23	22	334	29		
Storbritannien	9 180	7 212	27	17	251	6		
Frankrike	8 952	7 543	19	13	201	4		
Sverige	6 597	6 073	9	9	176	-1		
Kina	6 244	4 698	33	29	256	51		
Nederländerna	5 344	4 810	11	6	132	2		
Italien	4 994	3 767	33	27	122	6		
Spanien	4 917	4 344	13	8	157	1		
Schweiz	4 336	3 992	9	3	91	4		
Övriga*	38 868	32 982	18	18	1 196	100		
Totalt	126 964	107 480	18	15	3 341	209		
* Varav franchise	2 140	1 752	22	17	123	13		

Bruttoresultat och bruttomarginal

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



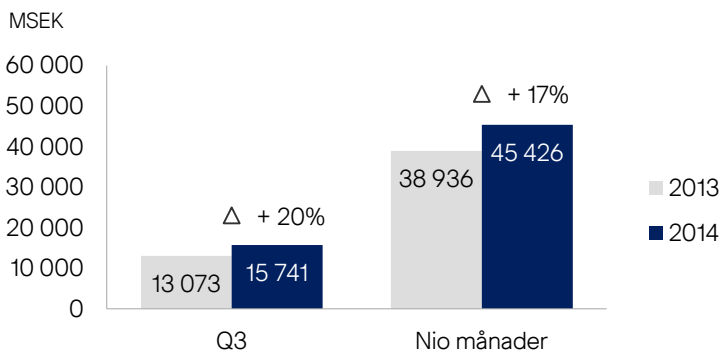
H&M Autumn Collection

Bruttoresultatet ökade med 20 procent till MSEK 22 627 (18 828) under tredje kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 58,3 procent (58,8). För niomånadersperioden ökade bruttoresultatet med 18 procent till MSEK 63 278 (53 844), vilket motsvarar en bruttomarginal om 58,2 procent (58,5).

Prisnedsättningarna i relation till omsättningen ökade marginellt i tredje kvartalet 2014 jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

Sammantaget bedöms marknadsläget för de externa faktorerna, såsom råvarupriser, kostnadsinflation, kapacitet hos leverantörerna, inköpsvalutor och transportkostnader, varit svagt negativt för inköpsperioden till tredje kvartalet, främst till följd av den ökade kostnadsinflationen, jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år. Även för inköpsperioden till fjärde kvartalet bedöms marknadsläget för de externa faktorerna vara svagt negativt.

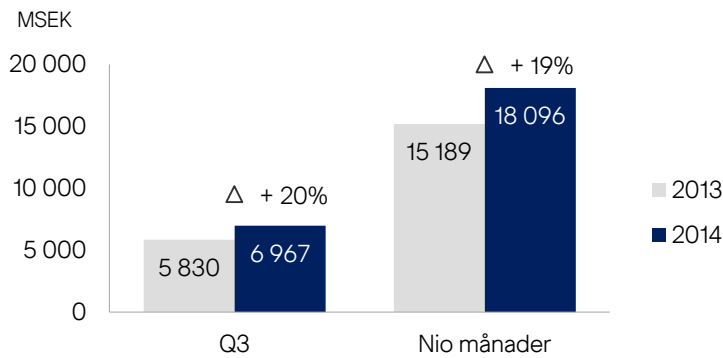
Försäljnings- och administrationskostnader



Kostnadskontrollen i koncernen är fortsatt mycket god. Kostnaderna i jämförbara butiker ökade jämfört med tredje kvartalet föregående år i absoluta tal, men minskade som en andel av omsättningen.

Ökningen av försäljnings- och administrationskostnaderna om 20 procent i SEK jämfört med tredje kvartalet föregående år hänförs främst till expansionen samt de långsiktiga satsningarna inom IT och online men även av breddningen av sortimentet och etableringen av det nya modevarumärket & Other Stories. I lokala valutor var ökningen 16 procent.

Resultat efter finansiella poster



Resultatet efter finansiella poster ökade med 20 procent till MSEK 6 967 (5 830) under tredje kvartalet och 19 procent till MSEK 18 096 (15 189) under niomånadersperioden.

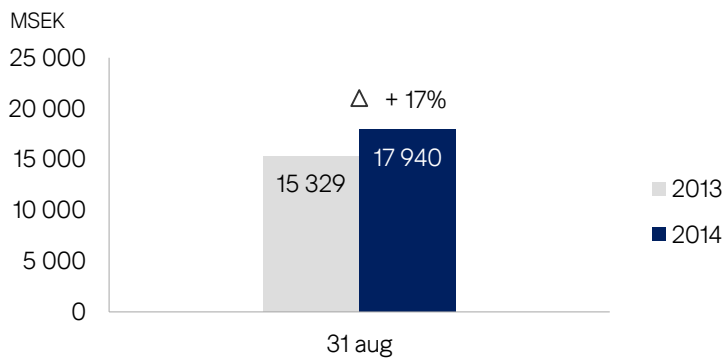
De långsiktiga satsningarna, som syftar till att stärka H&M-koncernens position ytterligare och säkra framtida expansion, fortsätter. De kommer att vara på en högre nivå under 2014 än året innan och kan fördela sig olika mellan kvartalen.

Under tredje kvartalet ökade de långsiktiga satsningarna jämfört med tredje kvartalet förra året. I tredje kvartalet 2014 fick de långsiktiga satsningarna en procentuellt sett större påverkan på resultatet än i andra kvartalet 2014.



H&M Kids

Varulager



Varulagret uppgick till MSEK 17 940 (15 329), en ökning med 17 procent i SEK och 15 procent i lokala valutor, jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år.

Lagerökningen förklaras främst av butiks- och online-expansionen. Nivån och sammansättningen på det utgående varulagret bedöms som bra.

Varulagret utgjorde 12,3 procent (12,3) av omsättningen exklusive moms, rullande tolv månader och 26,5 procent (27,3) av balansomslutningen.

Expansion

H&M ser fortsatt positivt på den framtida expansionen och koncernens affärsmöjligheter. Den kraftiga expansionen fortsätter.

H&M:s tillväxtmål ligger fast. Målet är att öka antalet butiker med 10–15 procent per år med fortsatt hög lönsamhet men också att öka försäljningen i jämförbara enheter.

För helåret 2014 planeras ett nettotillskott om cirka 375 nya butiker. Under 2014 planeras flest butiker att öppnas i Kina och USA. Det finns även fortsatt stora möjligheter till expansion i övriga befintliga länder och på nya marknader.

Australien, som öppnade i april, samt Filippinerna som öppnar under hösten 2014 – är de två nya H&M-marknader som öppnar under 2014. Indien, vars öppning planerades till hösten 2014, kommer istället att öppnas under 2015. Förutom Indien, blir även Sydafrika, Peru, Taiwan och Macao nya H&M-marknader under 2015.

Koncernen fortsätter arbetet med den globala uttrullningen av H&M:s onlinebutik. Frankrike blev ny onlinemarknad i mars och i augusti öppnades H&M:s onlinebutik i Spanien och Italien. I Kina öppnade onlinebutiken under andra veckan i september. H&M planerar att öppna 8 - 10 nya onlinemarknader under 2015.

Expansionen för koncernens övriga varumärken COS, Monki, Weekday, Cheap Monday och & Other Stories fortsätter. COS öppnar butiker på fem nya marknader under 2014; Australien, Portugal, Schweiz, Japan och USA samt även online i USA. & Other Stories öppnar butiker på tre nya marknader under 2014; Belgien, Nederländerna och USA samt online på tre nya marknader; Irland, Österrike och USA.

Även H&M Home fortsätter att expandera och för 2014 planeras cirka 15 nya H&M Home-marknader.

H&M lanserar ett utökat skosortiment för dam, herr, ungdom och barn. Det nya skokonceptet erbjuder många olika typer av skomodeller i olika priskategorier, alla till H&M-priser. Lanseringen sker under hösten på H&M:s befintliga onlinemarknader samt i utvalda H&M-butiker i nio marknader däribland Kina, USA, Storbritannien och Sverige.



H&M Home i New York.

Butiksantal per varumärke

Under niomånadersperioden öppnade koncernen 245 (215) butiker och stängde 36 (27) butiker, vilket gav ett nettotillskott om 209 (188) nya butiker. Av koncernens totalt 3 341 (2 964) butiker per den 31 augusti 2014 var 123 franchisebutiker.

Varumärke	Nya butiker 2014 (Netto)		Totalt antal butiker (31 aug)	
	Q3	Nio månader	2014	2013
H&M	50	182	3 118	2 787
COS	3	12	97	75
Monki	2	11	90	69
Weekday	0	0	21	22
& Other Stories	1	2	10	7
Cheap Monday	0	2	5	4
Totalt	56	209	3 341	2 964

Butiksantal per region

Region	Nya butiker 2014 (Netto)		Totalt antal butiker (31 aug)	
	Q3	Nio månader	2014	2013
Europa	13	94	2 468	2 294
Asien & Oceanien	22	85	468	327
Nord- och Sydamerika	21	30	405	343
Totalt	56	209	3 341	2 964

Skatt

H&M-koncernens skattesats för räkenskapsåret 2013/2014 beräknas att bli 23-24 procent. Den slutliga skattesatsen för räkenskapsåret beror på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land. I niomånadersrapporten har en beräknad skattesats om 24 procent använts.

Kommentarer till innevarande kvartal

Försäljningen ökade med 7 procent i lokala valutor under perioden 1 september - 23 september 2014 jämfört med samma period föregående år. Septemberförsäljningen har hittills påverkats av det osedvanligt varma vädret på flertalet marknader.

Vid årsstämman 2013 ändrades avsättningsprincipen till belöningsprogrammet H&M Incentive Program (HIP). Den tidigare kopplingen till utdelningsökningen togs bort, istället beslutade årsstämman att avsättningen till belöningsprogrammet endast ska baseras på 10 procent av ökningen av bolagets vinst efter skatt, före avsättning till HIP, mellan två räkenskapsår i följd. Under fjärde kvartalet kommer således en avsättning till belöningsprogrammet att göras förutsatt att helårsresultatet 2014 ökat jämfört med föregående års helårsresultat.

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 2012/2013 och som framgår i not 1 Redovisningsprinciper, förutom vad som gäller IAS 19.

IAS 19 Ersättning till anställda, ändring - tillämpas av H&M för första gången räkenskapsåret 2013/14. Koncernen har till och med räkenskapsåret 2012/2013 redovisat aktuariella vinster och förluster i resultaträkningen. I och med att den ändrade IAS 19 tillämpas kommer dessa att redovisas i övrigt totalresultat. Jämförelsetalen för räkenskapsåret 2012/2013 har räknats om i enlighet med den förändrade principen.

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 7. Övriga finansiella tillgångar och skulder har korta löptider. Härav 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. De flesta 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, externa faktorer i produktionsländerna, klimatförändringar, handelsinterventioner och valutor men kan även uppkomma vid etablering på nya marknader, lansering av nya koncept, förändrat konsumtionsbeteende eller hantering av varumärket.

För ytterligare beskrivning avseende risker och osäkerhetsfaktorer hänvisas till förvaltningsberättelsen och not 2 i års- och koncernredovisningen för 2013.

Kalendarium

28 januari 2015	Bokslutskommuniké, 2013-12-01 – 2014-11-30
26 mars 2015	Tremånadersrapport, 2014-12-01 – 2015-02-28
29 april 2015, kl 15.00	Årsstämma 2015, Victoriahallen, Stockholmsmässan

Stockholm den 24 september 2014
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 2014 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 24 september 2014

Ernst & Young AB

Åsa Lundvall

Auktoriserad revisor

Informationen i denna delårsrapport är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnas för offentliggörande den 25 september 2014 klockan 08.00 (CET). Denna delårsrapport, liksom ytterligare information om H&M, finns tillgänglig på www.hm.com.

Kontaktpersoner

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

H & M Hennes & Mauritz AB (publ)

106 38 Stockholm

Tel: 08-796 55 00, fax: 08-24 80 78, e-mail: info@hm.com

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

KONCERNENS RESULTATRÄKNING (MSEK)

	Q3 2014	Q3 2013	Nio månader 2014	Nio månader 2013	2012-12-01- 2013-11-30**
Omsättning inklusive moms	45 259	37 411	126 964	107 480	150 090
Omsättning exklusive moms	38 805	32 040	108 775	92 067	128 562
Kostnad sålda varor	-16 178	-13 212	-45 497	-38 223	-52 537
BRUTTORESULTAT	22 627	18 828	63 278	53 844	76 025
<i>Bruttomarginal, %</i>	58,3	58,8	58,2	58,5	59,1
Försäljningskostnader	-14 568	-12 174	-41 871	-36 084	-49 944
Administrationskostnader	-1 173	-899	-3 555	-2 852	-3 991
RÖRELSERESULTAT	6 886	5 755	17 852	14 908	22 090
<i>Rörelsemarginal, %</i>	17,7	18,0	16,4	16,2	17,2
Ränteintäkter	84	76	250	283	367
Räntekostnader	-3	-1	-6	-2	-9
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	6 967	5 830	18 096	15 189	22 448
Skatt	-1 671	-1 399	-4 342	-3 645	-5 355
PERIODENS RESULTAT	5 296	4 431	13 754	11 544	17 093

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

Resultat per aktie, SEK*	3,20	2,68	8,31	6,97	10,33
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	1 231	1 056	3 709	3 106	4 191
därav kostnad sålda varor	139	117	417	347	470
därav försäljningskostnader	1 015	875	3 061	2 570	3 463
därav administrationskostnader	77	64	231	189	258

* Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q3 2014	Q3 2013	Nio månader 2014	Nio månader 2013	2012-12-01- 2013-11-30**
PERIODENS RESULTAT	5 296	4 431	13 754	11 544	17 093
Övrigt totalresultat					
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>					
Omräkningsdifferenser	866	226	1 323	-396	30
Förändring i såringsreserver	-134	-277	-34	-77	-61
Skatt hänförlig till förändring i såringsreserver	32	72	8	20	15
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>					
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	-	78
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	-	-19
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	764	21	1 297	-453	43
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	6 060	4 452	15 051	11 091	17 136

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

** Resultatet för räkenskapsår 2012/2013 har på grund av ändrad redovisningsprincip (IAS 19 Revised) omräknats jämfört med tidigare publicerad information. Resultatet har minskat med MSEK 59 och Övrigt totalresultat har ökat med MSEK 59. I balansräkningen har den ändrade redovisningsprincipen inte medfört någon effekt. För ytterligare information se avsnittet Redovisningsprinciper på sida 7.

KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

TILLGÅNGAR	2014-08-31	2013-08-31	2013-11-30
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	2 819	2 111	2 276
Materiella anläggningstillgångar	25 002	20 626	22 186
Finansiella anläggningstillgångar	2 483	2 290	2 026
	30 304	25 027	26 488
Omsättningstillgångar			
Varulager	17 940	15 329	16 695
Kortfristiga fordringar	6 031	4 756	5 269
Kortfristiga placeringar, 4-12 månader	-	-	3 306
Likvida medel	13 451	10 953	13 918
	37 422	31 038	39 188
SUMMA TILLGÅNGAR	67 726	56 065	65 676
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	44 576	39 203	45 248
Långfristiga skulder*	3 324	2 362	3 031
Kortfristiga skulder**	19 826	14 500	17 397
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	67 726	56 065	65 676

* Endast pensionsskulder är räntebärande.

** Inga kortfristiga skulder är räntebärande.

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL I SAMMANDRAG (MSEK)

	2014-08-31	2013-08-31	2013-11-30
Eget kapital vid periodens början	45 248	43 835	43 835
Totalresultat för perioden	15 051	11 091	17 136
Utdelning	-15 723	-15 723	-15 723
Eget kapital vid periodens slut	44 576	39 203	45 248

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)

	Nio månader 2014	Nio månader 2013
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	18 096	15 189
Avsättning till pensioner	35	45
Avskrivningar	3 709	3 106
Betald skatt	-4 199	-2 921
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	17 641	15 419
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-418	20
Varulager	-965	-211
Rörelseskulder	1 749	-254
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	18 007	14 974
Investeringsverksamheten		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-687	-665
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-5 661	-4 675
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4-12 månader	3 306	2 995
Övriga investeringar	-47	21
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-3 089	-2 324
Finansieringsverksamheten		
Utdelning	-15 723	-15 723
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-15 723	-15 723
PERIODENS KASSAFLÖDE	-805	-3 073
Likvida medel vid räkenskapsårets början	13 918	14 148
Periodens kassaflöde	-805	-3 073
Valutakurseffekt	338	-122
Likvida medel vid periodens slut**	13 451	10 953

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 6 (2).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar 4-12 månader uppgick vid periodens slut till MSEK 13 451 (10 953).

FÖRSÄLJNING INKLUSIVE MOMS PER LAND OCH ANTAL BUTIKER

Q3, 1 juni - 31 aug

Land	Q3 - 2014	Q3 - 2013	Förändring i %		31 aug - 14	Q3 - 2014	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker	Stängda butiker
Sverige	2 302	2 084	10	10	176		2
Norge	1 532	1 472	4	4	113		1
Danmark	1 269	1 144	11	5	98		
Storbritannien	3 402	2 570	32	17	251	2	1
Schweiz	1 522	1 371	11	4	91	1	
Tyskland	8 742	7 603	15	9	425	3	1
Nederländerna	1 840	1 633	13	7	132	1	
Belgien	1 033	901	15	9	77	1	
Österrike	1 295	1 164	11	6	73		
Luxemburg	109	98	11	5	10		
Finland	710	676	5	0	58		
Frankrike	3 205	2 691	19	13	201	1	4
USA	4 500	3 444	31	27	334	22	1
Spanien	1 735	1 539	13	7	157		
Polen	991	796	24	17	135	1	
Tjeckien	257	207	24	26	42	1	
Portugal	289	247	17	11	29	1	
Italien	1 724	1 272	36	29	122	4	
Kanada	854	774	10	13	67		
Slovenien	129	117	10	5	12		
Irland	207	153	35	28	20		
Ungern	268	186	44	42	35		
Slovakien	113	89	27	19	13		
Grekland	319	237	35	28	28	1	2
Kina	2 245	1 640	37	28	256	15	1
Japan	736	617	19	21	47	1	
Ryssland	881	707	25	31	65	3	
Sydkorea	241	188	28	13	19		
Turkiet	325	184	77	92	24		
Rumänien	315	210	50	43	35		
Kroatien	199	181	10	6	14		
Singapore	209	179	17	12	9	1	
Bulgarien	104	75	39	33	13	1	
Lettland	78	36	117	84	5		
Malaysia	185	95	95	92	13	3	
Mexiko	134	70	91	84	3		
Chile	91	89	2	14	1		
Litauen	69	7	886	790	6	1	
Serbien	57	5	1 040	1 078	4	1	
Estland	61				4	1	
Australien	146				1		
Franchise	836	660	27	23	123	3	
Totalt	45 259	37 411	21	16	3 341	69	13

FÖRSÄLJNING INKLUSIVE MOMS PER LAND OCH ANTAL BUTIKER**Nio månader, 1 december - 31 aug**

Land	2014	2013	Förändring i %		31 aug - 14	Nio månader	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker	Stängda butiker
Sverige	6 597	6 073	9	9	176	3	4
Norge	4 183	4 130	1	5	113		1
Danmark	3 758	3 340	13	7	98	1	
Storbritannien	9 180	7 212	27	17	251	10	4
Schweiz	4 336	3 992	9	3	91	4	
Tyskland	25 557	22 304	15	9	425	10	3
Nederländerna	5 344	4 810	11	6	132	3	1
Belgien	2 888	2 504	15	10	77	4	
Österrike	3 784	3 465	9	4	73	2	1
Luxemburg	309	279	11	6	10		
Finland	1 998	1 885	6	1	58	1	1
Frankrike	8 952	7 543	19	13	201	11	7
USA	11 975	9 755	23	22	334	35	6
Spanien	4 917	4 344	13	8	157	2	1
Polen	2 741	2 298	19	13	135	13	
Tjeckien	693	597	16	19	42	4	
Portugal	802	663	21	16	29	2	
Italien	4 994	3 767	33	27	122	7	1
Kanada	2 156	2 200	-2	4	67	1	
Slovenien	358	334	7	2	12		
Irland	582	434	34	28	20	1	
Ungern	750	543	38	37	35	3	1
Slovakien	309	268	15	10	13		
Grekland	939	695	35	29	28	4	3
Kina	6 244	4 698	33	29	256	53	2
Japan	2 364	2 079	14	24	47	8	
Ryssland	2 283	1 917	19	31	65	14	
Sydkorea	682	567	20	13	19	3	
Turkiet	843	473	78	105	24	4	
Rumänien	864	620	39	35	35	7	
Kroatien	548	497	10	6	14	1	
Singapore	589	458	29	29	9	3	
Bulgarien	265	186	42	36	13	2	
Lettland	173	94	84	76	5	2	
Malaysia	475	267	78	85	13	6	
Mexiko	405	224	81	83	3		
Chile	247	201	23	39	1		
Litauen	150	7	2 043	1 851	6	4	
Serbien	156	5	3 020	3 177	4	2	
Estland	152				4	1	
Australien	282				1	1	
Franchise	2 140	1 752	22	17	123	13	
Totalt	126 964	107 480	18	15	3 341	245	36

FEM ÅR I SAMMANDRAG

Nio månader, 1 december - 31 aug

	2010	2011	2012	2013	2014
Omsättning inklusive moms, MSEK	92 174	92 619	103 018	107 480	126 964
Omsättning exklusive moms, MSEK	78 772	79 047	88 297	92 067	108 775
Ändring från föregående år i SEK, %	7	0	12	4	18
Ändring från föregående år i lokala valutor, %	15	8	12	8	15
Rörelseresultat, MSEK	17 599	13 714	15 221	14 908	17 852
Rörelsemarginal, %	22,3	17,3	17,2	16,2	16,4
Periodens avskrivningar, MSEK	2 332	2 465	2 761	3 106	3 709
Resultat efter finansiella poster, MSEK	17 830	14 140	15 649	15 189	18 096
Resultat efter skatt, MSEK	13 194	10 464	11 580	11 544	13 754
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	21 362	16 895	13 552	10 953	13 451
Varulager, MSEK	10 545	13 310	13 501	15 329	17 940
Eget kapital, MSEK	39 352	38 214	38 275	39 203	44 576
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	7,97	6,32	7,00	6,97	8,31
Eget kapital per aktie, SEK*	23,78	23,09	23,13	23,69	26,93
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	9,78	6,78	7,88	9,05	10,88
Andel riskbärande kapital, %	75,8	72,9	74,0	73,4	70,2
Soliditet, %	72,3	71,4	72,3	69,9	65,8
Totalt antal butiker	2 078	2 325	2 629	2 964	3 341
Rullande 12 månader					
Resultat per aktie, SEK*	11,69	9,64	10,23	10,17	11,66
Avkastning på eget kapital, %	52,3	41,1	44,3	43,4	46,1
Avkastning på sysselsatt kapital, %	69,3	54,6	58,2	55,8	60,0

* Före och efter utspädning.

För definitioner, se årsredovisningen.

SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	Nio månader 2014	Nio månader 2013
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	11 802	9 159
Rörelseresultat	1 516	1 228
Rörelsemarginal, %	12,8	13,4
Europa		
Extern nettoomsättning	83 088	71 302
Rörelseresultat	6 140	1 877
Rörelsemarginal, %	7,4	2,6
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	13 885	11 606
Rörelseresultat	91	-180
Rörelsemarginal, %	0,7	-1,6
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	48 111	43 818
Rörelseresultat	10 105	11 983
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-48 111	-43 818
Totalt		
Extern nettoomsättning	108 775	92 067
Rörelseresultat	17 852	14 908
Rörelsemarginal, %	16,4	16,2

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING (MSEK)

	Q3 2014	Q3 2013	Nio månader 2014	Nio månader 2013	2012-12-01- 2013-11-30
Extern omsättning exklusive moms	6	2	10	5	35
Intern omsättning exklusive moms*	2 241	1 948	6 339	5 633	7 845
BRUTTORESULTAT	2 247	1 950	6 349	5 638	7 880
Försäljningskostnader	-390	-361	-1 865	-1 796	-2 699
Administrationskostnader	-1 331	-869	-3 824	-2 820	-4 259
RÖRELSERESULTAT	526	720	660	1 022	922
Utdelning från dotterbolag	591	63	1 642	1 025	16 039
Ränteintäkter	6	3	42	41	63
Räntekostnader	-15	-1	-23	-2	-9
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	1 108	785	2 321	2 086	17 015
Bokslutsdispositioner	-	-	-	-	-1 020
Skatt	-113	-190	-149	-279	-50
PERIODENS RESULTAT	995	595	2 172	1 807	15 945

* Den interna omsättningen utgörs av erhållen royalty från koncernbolag.

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q3 2014	Q3 2013	Nio månader 2014	Nio månader 2013	2012-12-01- 2013-11-30
PERIODENS RESULTAT	995	595	2 172	1 807	15 945
Övrigt totalresultat	-	-	-	-	-
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	995	595	2 172	1 807	15 945

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	2014-08-31	2013-08-31	2013-11-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	540	461	502
Finansiella anläggningstillgångar	1 511	1 455	1 381
	2 051	1 916	1 883
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	1 707	2 078	12 163
Kortfristiga placeringar, 4-12 månader	-	-	3 304
Likvida medel	1 147	273	1 324
	2 854	2 351	16 791
SUMMA TILLGÅNGAR	4 905	4 267	18 674
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	3 344	2 710	16 847
Obeskattade reserver	454	456	454
Långfristiga skulder*	213	229	213
Kortfristiga skulder**	894	872	1 160
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	4 905	4 267	18 674

* Avser avsättning till pensioner.

** Inga kortfristiga skulder är räntebärande.