

Tremånadersrapport

Första kvartalet (1 december 2020 – 28 februari 2021)

- H&M-gruppens nettoomsättning uppgick till MSEK 40 060 (54 948) under första kvartalet. I lokala valutor minskade nettoomsättningen med 21 procent. Den andra vågen av pandemin ledde till omfattande restriktioner. Som mest var cirka 1 800 butiker, dvs cirka 36 procent av koncernens totala butiksantal, tillfälligt stängda. Onlineförsäljningen fortsatte att utvecklas mycket väl.
- Bruttoresultatet uppgick till MSEK 19 057 (28 034), vilket motsvarar en bruttomarginal om 47,6 procent (51,0).
- Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK -1 389 (2 504).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till MSEK -1 070 (1 928), motsvarande SEK -0:65 (1:16) per aktie.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till MSEK 5 936 (6 837). Nettoskulden i förhållande till EBITDA exklusive IFRS 16 uppgick till -0,2 (0,1), dvs nettoskulden har väntats till nettokassa.
- H&M-gruppen emitterade en hållbarhetslänkad obligation om MEUR 500 i syfte att finansiera bland annat en accelererad övergång till återvunnet material. Obligationen som övertecknades 7,6 gånger löper över 8,5 år till en kupongränta av 0,25 procent.



H&M

- Försäljningen 1 – 28 mars 2021 ökade med 55 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period 2020.
- Effektiviseringsprogrammet inom fakturahantering och betalningsprocesser har under första kvartalet frigjort drygt 3 miljarder SEK av de cirka 10 miljarder SEK som förväntas frigöras under 2021.
- H&M:s kundlojalitetsprogram har nu över 120 miljoner medlemmar på 26 marknader.
- H&M:s medlemmar kan nu få poäng för mer medvetna val, som till exempel 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.
- H&M-gruppens hållbarhetsredovisning, Sustainability Performance Report 2020 publiceras idag på hmgroup.com.
- I mars öppnades H&M online i Qatar via franchise och H&M har även lanserats framgångsrikt på e-handelsplattformen Zalora i Indonesien. I april fortsätter lanseringen av H&M på Zalora i Filippinerna, Malaysia och Singapore.

”Samtidigt som vi är ödmjuka inför den osäkerhet som fortsatt råder på grund av pandemin, är det fantastiskt roligt att se det stora intresset för våra kollektioner. Med ett väl positionerat kunderbudande fortsätter vi vårt förändringsarbete med full kraft för att skapa långsiktig, hållbar och lönsam tillväxt för H&M-gruppen”, säger Helena Helmersson, vd.

Kommentar av Helena Helmersson, vd

”Nu är det ett år sedan pandemin slog till med full kraft. Jag är djupt imponerad och stolt över alla kollegors fantastiska engagemang och kundfokus under en mycket utmanande tid. Även om mycket fortfarande handlar om att hantera de negativa effekterna av återkommande butiksstängningar, är det tydligt att kunderna uppskattar vårt erbjudande. När marknader har tillåtits öppna har butiksförsäljningen tagit fart samtidigt som onlineförsäljningen fortsatt att utvecklas mycket bra.

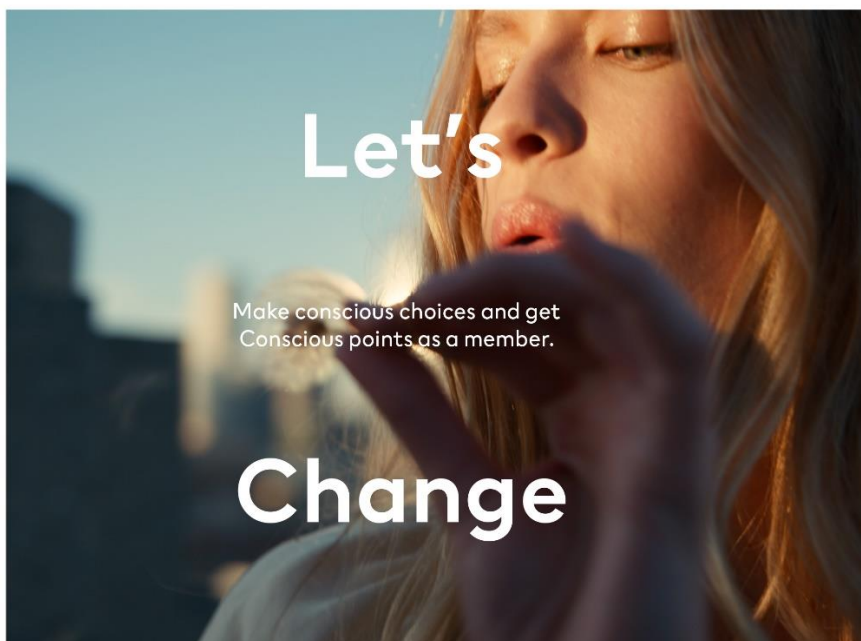
De förändringar som vi såg redan tidigare inom till exempel digitalisering och hållbarhet har skyndats på ytterligare av pandemin. Därför har vi ökat förändringstakten, och tack vare våra omfattande investeringar de senaste åren kan vi allt snabbare möta kundernas ändrade beteende och högre förväntningar.

Vi vill ge våra kunder oslagbart värde och vårt huvudfokus är fortsatt att utveckla H&M-gruppens unika varumärken för att erbjuda kollektioner med den bästa kombinationen av mode, kvalitet, pris och hållbarhet. Läs gärna mer om våra omfattande hållbarhetsåtaganden och mål i vår senaste hållbarhetsredovisning som presenteras idag. Exempelvis accelererar vi övergången till återvunna material med ambitionen att göra hållbart mode tillgängligt för alla.

Våra digitala satsningar fortsätter tillsammans med utvecklingen av vårt fysiska butiksnät. Vi ser att kunderna både vill kunna känna, prova och se plaggen i verkligheten och använda digitala kanaler för att utforska mode, inspireras och handla. Ser vi framåt kommer vi att stärka samspelet ytterligare mellan kanalerna för att erbjuda kunderna den bästa upplevelsen hos alla våra varumärken.

Vår kundbas växer och ett exempel på det är den snabba ökningen av antalet medlemmar i H&M:s kundlojalitetsprogram. Samtidigt som vi är ödmjuka inför den osäkerhet som fortsatt råder på grund av pandemin, är det fantastiskt roligt att se kundernas stora intresse för våra kollektioner. Med ett väl positionerat kunderbjudande fortsätter vi vårt förändringsarbete med full kraft för att skapa långsiktig, hållbar och lönsam tillväxt för H&M-gruppen.”

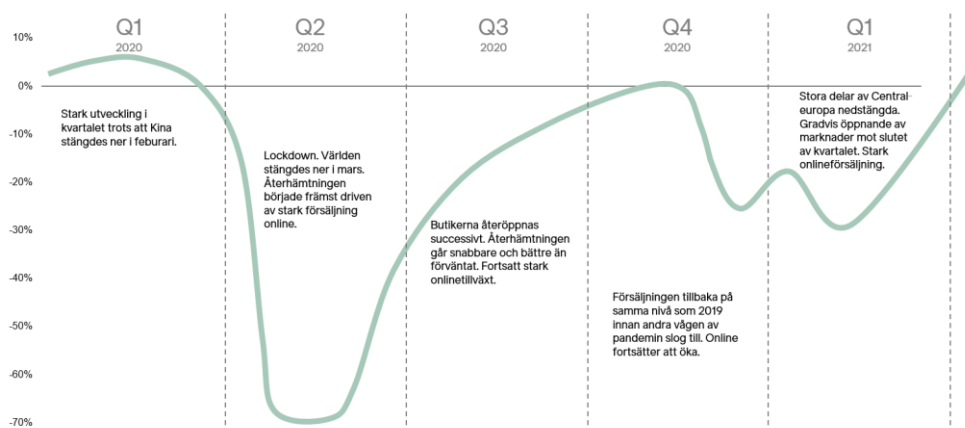
Läs mer om våra satsningar i avsnittet *Initiativ för en förbättrad kundupplevelse* på sidan 11.



Wear. Care. Recycle.

Försäljning

H&M-gruppens försäljningsutveckling under pandemin i lokala valutor jämfört med föregående år



H&M-gruppens nettoomsättning minskade med 21 procent i lokala valutor i det första kvartalet 2021, dvs under perioden 1 december 2020 till 28 februari 2021, jämfört med 1 december 2019 till 29 februari 2020. Omräknat till SEK uppgick koncernens nettoomsättning till MSEK 40 060 (54 948).

H&M-gruppens onlineförsäljning fortsatte att utvecklas starkt samtidigt som försäljningen i butik minskade kraftigt som en följd av covid-restriktioner. Online ökade med 57 procent i lokala valutor under första kvartalet. Omräknat till SEK var ökningen 48 procent.

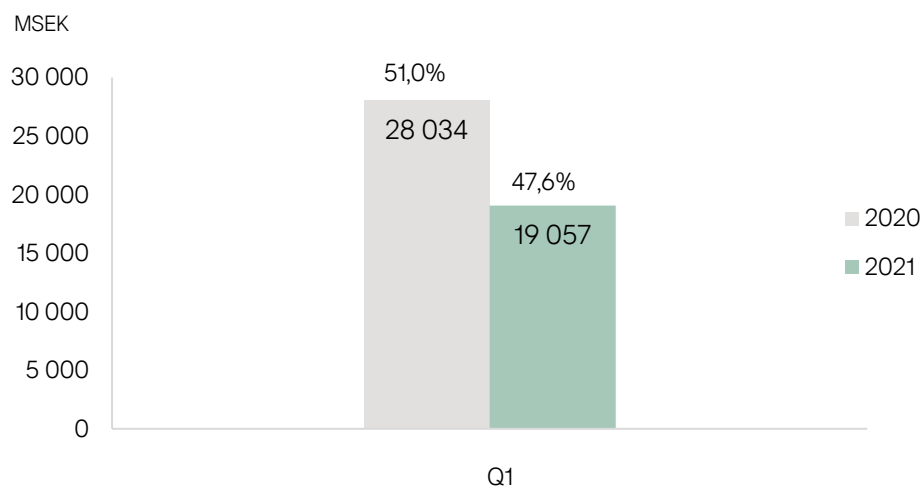
Portfolio brands försäljning under första kvartalet minskade med 18 procent i lokala valutor och med 22 procent i SEK.

Försäljning tio största marknaderna, första kvartalet

	Q1 - 2021	Q1 - 2020	Förändring i %		28 feb - 21	Q1 - 2021
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker (netto)
	netto-omsättning	netto-omsättning				
USA	5 453	7 234	-25	-14	559	-23
Tyskland	4 593	7 743	-41	-39	451	-6
Kina	2 388	2 114	13	21	502	-3
Frankrike	2 259	2 869	-21	-18	224	-4
Storbritannien	2 172	3 531	-38	-33	284	-5
Sverige	1 746	2 147	-19	-19	162	-6
Ryssland	1 383	1 517	-9	24	155	0
Spanien	1 232	1 861	-34	-32	165	-1
Italien	1 205	1 916	-37	-35	172	-2
Polen	1 041	1 485	-30	-24	192	0
Övriga	16 588	22 531	-26	-25	2 083	-19
Totalt	40 060	54 948	-27	-21	4 949	-69

Skillnaden i försäljningsutvecklingen mellan SEK och lokala valutor beror på hur den svenska kronan har utvecklats gentemot den samlade valutakorgen i koncernen jämfört med motsvarande period föregående år.

Bruttoresultat och bruttomarginal



Bruttoresultatet uppgick till MSEK 19 057 (28 034) i första kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 47,6 procent (51,0).

Kostnaderna för prisedsättningarna i relation till omsättningen ökade med strax under 1 procentenhet i första kvartalet 2021 jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

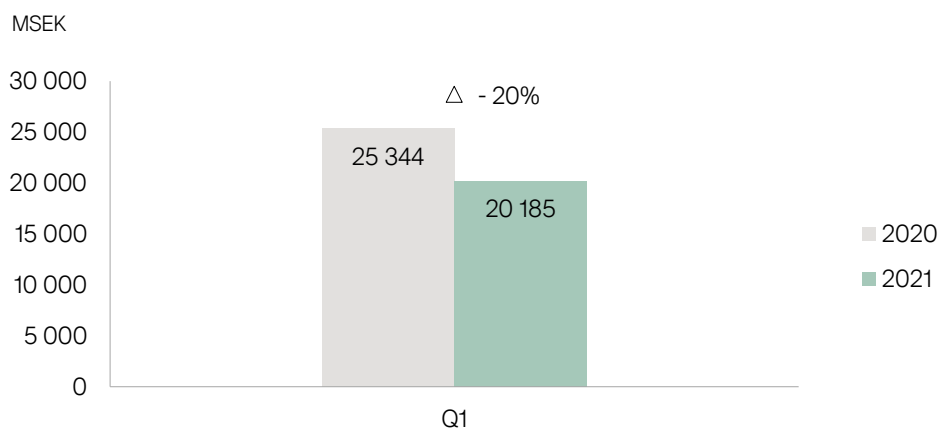
Bruttoresultatet och bruttomarginalen är resultatet av många faktorer, såväl interna som externa, och påverkas främst av de beslut som H&M-gruppen tar utifrån strategin att alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad – utifrån kombinationen mode, kvalitet, pris och hållbarhet.

För det första kvartalet var marknadsläget för de externa faktorerna som påverkar inköpskostnaderna något positivt, jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.

För inköpen till andra kvartalet 2021 bedöms marknadsläget för de externa faktorerna sammantaget vara fortsatt något positivt jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.



Försäljnings- och administrationskostnader



© Anna Ström

Kostnadskontrollen är fortsatt god. Genom fortsatt kraftfulla åtgärder för att parera de negativa effekterna av pandemin kunde försäljnings- och administrationskostnaderna minska betydligt även under första kvartalet. Hyreskostnaderna har minskats genom omförhandlingar, omsättningsbaserade hyror och vissa tillfälliga hyreslättnader. I första kvartalet minskade försäljnings- och administrationskostnaderna inklusive avskrivningar med 17 procent i lokala valutor. Omräknat till SEK minskade kostnaderna med 20 procent till MSEK 20 185 (25 344).

Statliga stöd kopplat till pandemin har erhållits på ett flertal marknader. Detta har minskat försäljnings- och administrationskostnaderna i första kvartalet med totalt cirka MSEK 700. Detta ska ses mot bakgrund av pandemins kraftigt negativa påverkan på försäljningen och den svårbedömda situation som pandemins förlopp fört med sig.

Resultat efter finansiella poster

Resultatet efter finansiella poster, som uppgick till MSEK -1 389 (2 504), är helt hänförligt till det försäljningsbortfall som covid-19-relaterade restriktioner medfört. Som mest var cirka 1 800 butiker stängda och de öppna butikerna hade kraftigt minskad kundtrafik. Detta kompenseras till viss del av den fortsatt starka utvecklingen online.

Resultaträkning med och utan effekter av IFRS 16

MSEK	Q1 2021	Q1 2020
Nettoomsättning	40 060	54 948
Bruttoresultat	19 057	28 034
Bruttoresultat exkl. IFRS 16	19 038	28 022
Rörelseresultat	-1 128	2 690
<i>Rörelsemarginal, %</i>	<i>-2,8</i>	<i>4,9</i>
Rörelseresultat exkl. IFRS 16	-1 426	2 371
<i>Rörelsemarginal, %, exkl. IFRS 16</i>	<i>-3,6</i>	<i>4,3</i>
Finansnetto	-261	-186
Finansnetto, exkl. IFRS 16	-55	47
Resultat efter finansiella poster	-1 389	2 504
Resultat efter fin. poster, exkl. IFRS 16	-1 481	2 418
Periodens resultat	-1 070	1 928
Periodens resultat, exkl. IFRS 16	-1 140	1 862
Avskrivningar	5 712	6 397
Avskrivningar, exkl. IFRS 16	2 573	2 760

För definitioner, se års- och koncernredovisningen.

Varulager

Det bokförda värdet av varulagret i SEK minskade något jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år och uppgick till MSEK 36 978 (37 201). Valutajusterat ökade varulagret med strax under 10 procent.

Varulagret i SEK utgjorde 21,5 procent (15,7) av omsättningen rullande 12 månader som uppgick till MSEK 172 143 (236 688).

Som en följd av det fortsatta förändringsarbetet med bland annat effektivisering av varuförsörjningskedjan och integrering av försäljningskanalerna i kombination med en gradvis förbättrad covid-19-situation, finns det goda förutsättningar för lägre varulagernivåer framöver.

Tillväxt och expansion med integrerade kanaler

H&M-gruppens expansion sker med fokus på ökad omnikanalförsäljning. Pandemin har skyndat på den sedan tidigare pågående förändringen inom branschen med ökad digitalisering som snabbt ändrat kundernas beteende. Det rådande läget har förändrat förutsättningarna gällande bland annat hyresvillkor. H&M-gruppen fortsätter att omförhandla ett stort antal hyreskontrakt som en del i bolagets intensifierade butiksoptimering vilket även innefattar ombyggnader, anpassning av butikantal och ytor för att säkerställa rätt butiksportfölj på respektive marknad. H&M-gruppen har enligt avtal möjlighet att omförhandla eller avsluta cirka en fjärdedel av hyreskontrakten årligen.

För helåret 2021 planeras antalet stängningar uppgå till cirka 350 och antalet nyöppningar till drygt 100 vilket ger en nettominusning om cirka 250 butiker. Merparten av öppningarna kommer att ske på tillväxtmarknader medan stängningarna främst kommer att ske på etablerade marknader.

I mars öppnades H&M online i Qatar via franchise och H&M har även lanserats framgångsrikt på e-handelsplattformen Zalora i Indonesien. I april fortsätter lanseringen av H&M på Zalora i Filippinerna, Malaysia och Singapore. Den första H&M-butiken i Panama planeras öppna under andra halvåret 2021 via franchise.



MONKL

För mer information, se avsnittet *Initiativ för en förbättrad kundupplevelse* på sidan 11.

Varumärke	Antal marknader 28 feb - 2021		Expansion 2021
	Butik	Online	Nya marknader
H&M	74	52	Butik: Panama (franchise), Online: Qatar (franchise)**
COS	44	34	Butik: Grekland, Estland, Filippinerna
Monki	20	31	-
Weekday	16	30	-
& Other Stories	22	33	Butik: Kina
ARKET	8	31	Butik: Sydkorea*, Kina
Afound	1	4	-
H&M HOME	51	42	Butik: Thailand (franchise)

* Öppnat fram till 28 februari 2021

** Öppnat under mars 2021

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.

Butiksantal per varumärke

H&M-gruppen öppnade 15 (21) butiker inklusive franchise under första kvartalet och stängde 84 (44) butiker vilket gav en nettominusning om 69 (nettominskning om 23) butiker. Av koncernens totalt 4 949 (5 053) butiker per den 28 februari 2021 drevs 269 (277) butiker av franchisepartners.

Varumärke	Nya butiker (netto)	Totalt antal butiker	
	Q1 - 2021	28 feb - 2021	29 feb - 2020
H&M	-57	4 372	4 473
COS	-11	280	290
Monki	-4	119	128
Weekday	0	57	53
& Other Stories	0	74	70
ARKET	1	22	20
Afound	-1	5	8
H&M HOME*	3	20	11
Totalt	-69	4 949	5 053

* Konceptbutiker. H&M HOME ingår även med shop-in-shop i 402 H&M-butiker.



ARKET

Butiksantal per region

Region	Nya butiker (netto)	Totalt antal butiker	
	Q1 - 2021	28 feb - 2021	29 feb - 2020
Europa & Afrika	-46	2 982	3 060
Asien & Oceanien	-1	1 210	1 224
Nord- & Sydamerika	-22	757	769
Totalt	-69	4 949	5 053

Finansiering och likviditet

Koncernen strävar efter att säkerställa finansiell flexibilitet och handlingsfrihet till bästa möjliga villkor. H&M-gruppen har under kvartalet ytterligare stärkt sin finansiella ställning med ökad likviditet, minskad nettoskuld, förbättrat rörelsekapital och effektivare finansiering.

Kassaflöde och rörelsekapital

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till MSEK 5 936 (6 837), exklusive IFRS 16 uppgick detta till MSEK 2 788 (3 114). Det positiva kassaflödet är framförallt ett resultat av effektiviseringsprogrammet inom fakturahantering och betalningsprocesser gentemot koncernens varuleverantörer. Som tidigare har kommunicerats förväntas detta frigöra cirka 10 miljarder SEK av rörelsekapitalet under räkenskapsåret 2021. Av dessa har drygt 3 miljarder SEK frigjorts under första kvartalet.

Likviditet och skuldfinansiering

H&M-gruppens likviditet är fortsatt mycket god. Per den 28 februari 2021, uppgick likvida medel till MSEK 17 304 (11 972). Därutöver har koncernen outnyttjade kreditfaciliteter om MSEK 25 128 (12 462). Total likviditetsbuffert, dvs summan av likvida medel och outnyttjade kreditfaciliteter, uppgick till MSEK 42 432 (24 434).

Per den 28 februari 2021 hade koncernen räntebärande skulder om MSEK 15 105 (15 023) i form av företagscertifikat, obligationer och lån från kreditinstitut.

Den genomsnittliga löptiden på räntebärande skulder uppgick till 4,9 (2,1) år. Förbättringen kan framförallt hänföras till refinansiering av kortfristiga lån.

Nettoskulden inklusive avsättningar för pensioner exklusive IFRS 16 uppgick till MSEK -1 577 (3 595), dvs nettoskulden har under kvartalet utvecklats till nettokassa. Nettoskuld i förhållande till EBITDA uppgick till -0,2 (0,1) exklusive IFRS 16.

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

År	Företags-certifikat	Obligationer (EMTN)	Lån från kreditinstitut	Outnyttjade kreditfaciliteter
2021	1 025	-	316	10 053
2022	275	-	415	-
2023	-	-	4 021	4 000
2024	-	-	-	7 075
2025	-	-	2 000	4 000
2026	-	-	2 000	-
2027	-	-	-	-
2028	-	-	-	-
2029	-	5 053	-	-
Total MSEK	1 300	5 053	8 752	25 128



WEEKDAY

Följande väsentliga finansieringsaktiviteter har genomförts under första kvartalet 2021:

- Med syfte att accelerera koncernens hållbarhetsarbete har ett ramverk tagits fram. Ramverket är utformat enligt Sustainability-Linked Bond Principles (SLBP) och möjliggör utställande av hållbarhetslänkade obligationer.
- För att säkerställa tillgång till obligationsmarknaden till bästa möjliga villkor har ett kreditbetyg från Standard & Poor's erhållits. Kreditbetyget är BBB med stabila utsikter.
- H&M-gruppen har emitterat sin första hållbarhetslänkade obligation. Beloppet uppgick till MEUR 500 med en löptid på 8,5 år och en årlig kupongränta om 0,25 procent. Obligationen skapade ett stort intresse och övertecknades 7,6 gånger.
- Den revolverande kreditfacilitet som tecknades i april 2020 om MEUR 980 har delvis stängts under första kvartalet och kommer att stängas i sin helhet under andra kvartalet.
- Två kreditfaciliteter om sammanlagt MEUR 600 med förfall under 2021 har återbetalats i förtid under kvartalet.

Skatt

Under årets tre första kvartal kommer en skattesats om 23 procent att användas för att beräkna skattekostnaden på respektive periods resultat.

Innevarande kvartal

Angående den senaste veckans händelseutveckling kring H&M i Kina se kommentar på hmgroupp.com/news.

H&M-gruppens försäljning 1 – 28 mars 2021 ökade med 55 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period 2020.

Inledningen av kvartalet är fortsatt påverkad av kraftiga restriktioner och butiksstängningar. Per den 30 mars uppgick antalet tillfälligt stängda butiker till cirka 1 500, dvs 30 procent av koncernens totala butiksantal.

Givet en gradvis förbättrad covid-19-situation i kombination med bolagets fortsatta förändringsarbete, finns goda förutsättningar för en stark återhämtning för H&M-gruppen under året.

Utdelningskommentar

Styrelsens ambition är att H&M-gruppen ska ha en hållbar och lönsam tillväxt och därigenom möjliggöra god avkastning till aktieägarna. Bolagets finansiella ställning är fortsatt stark och styrelsens bedömning är att det kommer att finnas goda utsikter för en kontantutdelning under hösten 2021. Men, då den pågående pandemins konsekvenser i dagsläget inte helt kan överblickas, och då bolaget mottagit statliga stöd under första kvartalet, kommer styrelsen inte att kunna föreslå någon utdelning till årsstämman i maj. Styrelsen återkommer senare under året med förslag på tidpunkt och nivå för återupptagandet av utdelning.

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 tillämpades vid upprättandet av års- och koncernredovisningen för år 2019 och som framgår i not 1 Redovisningsprinciper, förutom vad avser IFRS 16 Leasingavtal och IAS 20 Redovisning av statliga bidrag och upplysningar om statliga stöd, se vidare nedan.

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.

För definitioner, se års- och koncernredovisningen för 2019 samt bokslutskommuniké 2020.

IFRS 16 Leasingavtal – standarden tillämpades för första gången för räkenskapsåret som började den 1 december 2019 för H&M och har ersatt IAS 17 Leasingavtal samt tillhörande tolkningar. Standarden innebär att leasetagare redovisar tillgångar och skulder hänförliga till alla leasingavtal, med möjlighet till undantag för avtal med en leasingperiod understigande 12 månader och/eller leasingavtal avseende tillgångar med lågt värde. Tillgången skrivs av över nyttjandeperioden och skulden utgör nuvärdet av leasebetalningarna diskonterat med en låneränta. H&M-gruppen tillämpar möjligheten att undanta leasingavtal av lågt värde samt leasingavtal med en leasingperiod understigande 12 månader. Det innebär att dessa inte inkluderas i leasingkulden utan fortsätter att redovisas som tidigare.

I enlighet med IFRS 16 inkluderas de av koncernens leasingavtal som avser ett hyresavtal, vilket enligt standarden är ett avtal som kontrollerar nyttjanderätten av en identifierbar tillgång under en given tidsperiod mot ersättning. Majoriteten av de kontrakt som H&M-gruppen klassificerar som leasingkontrakt enligt IFRS 16 avser hyra av butikslokaler där egen verksamhet bedrivs. Även kontor och lagerlokaler för koncernens eget bruk klassificeras som leasingavtal. Variabla leasingavgifter, så som omsättningsbaserad hyra, inkluderas ej i leasingkulden.

H&M-gruppen har cirka 4 950 butiker samt flertalet kontor och lager världen över. Tillämpningen av standarden har krävt bedömningar och antaganden, så som fastställande av leasingperiod och låneränta. Det antagande som har störst effekt på leasingkuldens storlek är bedömningen av leasingperioden. När en leasingperiod förfaller kan ett avtal avslutas helt, omförhandlas eller förlängas beroende på kontraktets utformning. Rättighet att avsluta kontrakt under perioden kan minska den leasingperiod som används vid beräkningen under vissa förutsättningar.

Möjlighet till förlängning tas med i beräkningen om leasetagaren är rimligt säker på att utnyttja det alternativet. För att underlätta bedömning av leasingperioden som används för att beräkna leasingåtagandet enligt IFRS 16 har antaganden utifrån kontraktstyp gjorts. Antagandena för fastställande av leasingperiod för respektive kontraktstyp är framtagna utifrån bästa möjliga bedömning och baseras på historiska data samt rådande marknadssituation. Diskonteringsränta som används vid beräkning motsvarar H&M-gruppens marginella låneränta vid tidpunkten för övergång med hänsyn tagen till bland annat land och längd på respektive leasingavtal. Antagandena för koncernen kommer att utvärderas löpande utifrån förändringar inom branschen.



#MHOME

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 ett flertal marknader främst relaterat till hyror och bemanning.

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 och eventuella villkor för bidragen är uppfyllda.

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 28 februari 2021 uppgår terminskontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 598 (552) vilket redovisas inom posten övriga kortfristiga fordringar. Terminskontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 432 (385) vilket redovisas inom övriga kortfristiga skulder. 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 årsredovisning.

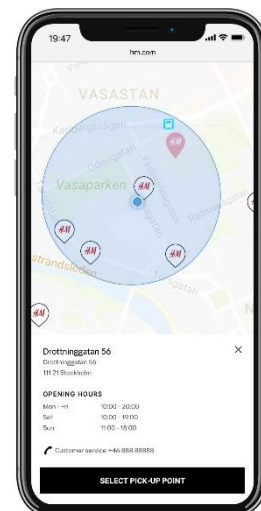


COS

Initiativ för en förbättrad kundupplevelse

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

- **H&M:s kundlojalitetsprogram** har nu omkring 120 miljoner medlemmar på 26 marknader. Medlemmarna belönas inte bara för köp, utan även för 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.
- **Fler betalningslösningar.** Medlemmar i H&M 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 expressleverans** fortsätter att rullas ut till fler marknader.
- **Klimatsmarta leveransalternativ.** I Nederländerna, Sverige och Italien 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. 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 under 2021.
- **#HMxME** ger kunderna möjlighet att dela med sig av sina egna modeberättelser från Instagram samtidigt som plaggen enkelt går att köpa.
- **Storleksrekommendation** hjälper kunden att hitta rätt storlek online baserat på tidigare köp.
- **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.
- **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.
- **H&M HOME X Augmented Reality.** H&M söker ständigt efter nya sätt att skapa engagemang hos kunderna och minska sitt koldioxidavtryck. Ett exempel är pilotprojektet med AR-teknik (augmented reality) där kunderna kan använda mobilkameran för att virtuellt "placera" valda H&M HOME-produkter i sin egen hemmiljö och se hur helheten blir innan köp.



Varuflöde

Pandemin har intensifierat behovet av flexibilitet mellan olika försäljningskanaler, och H&M-gruppen fortsätter därför arbetet med att fullt ut integrera kanalerna i en omnimodell. Arbetet omfattar hela varuflödet för att säkerställa att rätt vara är på rätt plats, i rätt tid, till rätt kostnad. En viktig del är gruppens tech-satsningar med AI och logistiksystem, men också arbetet med logistikcentra och ökade satsningar på innovation.

I USA har två nyutvecklade, högautomatiserade logistikcenter tagits i drift, varav ett på västkusten under andra halvåret 2020 och ytterligare ett på östkusten under första kvartalet 2021.

Hållbarhet

H&M-gruppens hållbarhetsvision är att leda omställningen till ett cirkulärt, klimatpositivt mode, och att vara ett rättvist och jämlikt företag i hela värdekedjan.

H&M-gruppens hållbarhetsredovisning, Sustainability Performance Report 2020, publiceras idag på [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com), inklusive bolagets uppdaterade hållbarhetsmål. Exempel på viktiga initiativ och resultat som framkommer i hållbarhetsredovisningen är:

- 64 procent av koncernens material är återvunna eller mer hållbart framställda material, vilket gör att ytterligare steg tagits mot att nå målet 100 procent 2030. Under senaste året har andelen återvunna material mer än fördubblats till 5,8 procent.
- Ett nytt mål har lagts till om att uppnå 30 procent återvunna material senast år 2025. Under 2020 lanserade Monki i ett samarbete med HKRITA (Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel) och H&M Foundation de första kollektionerna med plagg som återvinner blandtextilier i större skala med sin så kallade Green Machine. H&M lanserade en kollektion gjord av Circulose, en MMC-fiber framställd av återvunnet bomullsavfall som utvecklats av det svenska textilåtervinningsföretaget Renewcell. H&M-gruppen har ett flerårigt avtal med Renewcell för inköp av Circulose.
- H&M-gruppens mål är att minska förpackningarna i hela värdekedjan med 25 procent till 2025 jämfört med 2018. Till 2020 uppnåddes en minskning om 14 procent. Bolaget har minskat volymen plastförpackningar med 24 procent jämfört med 2018. Målet är att 100 procent av det förpackningsmaterial som fortfarande måste användas ska vara tillverkat av återvunnet eller annat hållbart framställt material senast år 2030.
- H&M-gruppen utökar med fler cirkulära affärsmodeller som gör det möjligt att förlänga plaggens livslängd. Kunder har nu möjlighet att sälja och köpa COS-plagg second-hand samt hyra barnkläder från ARKET genom ett samarbete med webbshoppen och kläduthyruingssajten Circos.

Uppskalning av ny hållbar textilfiber. H&M-gruppens samägda bolag TreeToTextile bygger en demonstrationsanläggning för produktion av en ny hållbar textilfiber i Sverige. Den skalbara tekniken innebär att biobaserade textiler tillverkas med låg miljöpåverkan och till en attraktiv kostnad. Den nya fibern är en regenererad cellulosafiber som framställs av förnybar och hållbart framställd råvara från skogen. Processen är specifikt utformad för att minska förbrukningen av energi och kemikalier och för att passa storskalig produktion. Den inkluderar även ett återvinningssystem för processkemikalier och vatten.

Jeanskollektion av återvunnet textilavfall. Weekday lanserar en jeanskollektion av återvunnet textilavfall i samarbete med Infinited Fiber Company. Weekday har använt 50 procent ekologisk bomull och 50 procent Infinna™, ett material som tillverkas av 100 procent återvunnet textilavfall. Den innovativa processen gör det möjligt att återvinna plagg gång på gång utan att kvaliteten försämras och att därigenom skapa ett verkligt cirkulärt mode.

Läs mer om många av initiativen ovan och gruppens hållbarhetsarbete på [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com).

Kalendarium

6 maj 2021	Årsstämma
15 juni 2021	Andra kvartalets försäljningsutveckling, 1 mar 2021 – 31 maj 2021
1 juli 2021	Sexmånadersrapport, 1 dec 2020 – 31 maj 2021
15 september 2021	Tredje kvartalets försäljningsutveckling, 1 jun 2021 – 31 aug 2021
30 september 2021	Niomånadersrapport, 1 dec 2020 – 31 aug 2021
15 december 2021	Fjärde kvartalets försäljningsutveckling, 1 sep 2021 – 30 nov 2021
28 januari 2022	Bokslutskommuniké, 1 dec 2020 – 30 nov 2021

Stockholm den 30 mars 2021
Styrelsen

Tremånadersrapporten har inte granskats av bolagets revisorer.

Kommunikation i samband med tremånadersrapport

Tremånadersrapporten, 1 december 2020 – 28 februari 2021, publiceras kl. 08.00 CEST den 31 mars 2021, följt av en telefonkonferens kl. 09.00 CEST för finansmarknad och media där vd Helena Helmersson, finanschef Adam Karlsson och IR-chef Nils Vinge medverkar. Telefonkonferensen hålls på engelska.

För inloggningsuppgifter till telefonkonferensen vänligen registrera er på [hmgroup.com](http://emea.directeventreg.com/registration/8156159) eller via länken: <http://emea.directeventreg.com/registration/8156159>.

För bokning av intervjuer med vd Helena Helmersson, finanschef Adam Karlsson och IR-chef Nils Vinge i samband med tremånadersrapporten den 31 mars 2021, vänligen kontakta: Kristina Stenvinkel, telefon: 08-796 39 08, e-post: stenvinkel@hm.com.

Kontakt

Nils Vinge, IR-ansvarig	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, fax: 08-20 99 19, e-mail: info@hm.com
Styrelsens säte: Stockholm, org.nr. 556042-7220

För mer information om H&M-gruppen se hmgroup.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 31 mars 2021 kl 08.00 (CEST). Denna delårsrapport, liksom ytterligare information om H&M-gruppen finns tillgänglig på hmgroup.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. I dagsläget har H&M-gruppen 53 onlinemarknader och cirka 4 950 butiker på 74 marknader, inklusive franchisemarknader. 2020 uppgick nettoomsättningen till SEK 187 miljarder. Antalet anställda uppgår till cirka 153 000. Ytterligare information finns på hmgroup.com.

KONCERNENS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q1 2021	Q1 2020	2019-12-01- 2020-11-30
Nettoomsättning	40 060	54 948	187 031
Kostnad sålda varor	-21 003	-26 914	-93 487
BRUTTORESULTAT	19 057	28 034	93 544
<i>Bruttomarginal, %</i>	47,6	51,0	50,0
Försäljningskostnader	-18 041	-23 028	-81 425
Administrationskostnader	-2 144	-2 316	-9 020
RÖRELSERESULTAT	-1 128	2 690	3 099
<i>Rörelsemarginal, %</i>	-2,8	4,9	1,7
Finansnetto	-261	-186	-1 047
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	-1 389	2 504	2 052
Skatt	319	-576	-809
PERIODENS RESULTAT	-1 070	1 928	1 243

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

Resultat per aktie, SEK*	-0,65	1,16	0,75
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	5 712	6 397	25 953
därav kostnad sålda varor	440	444	1 949
därav försäljningskostnader	5 061	5 721	22 755
därav administrationskostnader	211	232	1 249

* Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q1 2021	Q1 2020	2019-12-01- 2020-11-30
PERIODENS RESULTAT	-1 070	1 928	1 243
Övrigt totalresultat			
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>			
Omräkningsdifferenser	-82	373	-3 673
Förändring i säkringsreserv	-105	-173	92
Skatt hänförlig till förändring i säkringsreserver	24	40	-21
<i>Poster som inte kommer att omföras till årets resultat</i>			
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-113
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	26
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-163	240	-3 689
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	-1 233	2 168	-2 446

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

KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

TILLGÅNGAR	2021-02-28	2020-02-29	2020-11-30
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	10 213	11 383	10 432
Materiella anläggningstillgångar	29 735	39 325	31 639
Nyttjanderättstillgångar	56 420	67 744	59 535
Finansiella anläggningstillgångar	979	641	786
Övriga anläggningstillgångar	6 499	5 333	6 621
	103 846	124 426	109 013
Omsättningstillgångar			
Varulager	36 978	37 201	38 209
Kortfristiga fordringar	11 948	13 199	10 609
Likvida medel	17 304	11 972	16 540
	66 230	62 372	65 358
SUMMA TILLGÅNGAR	170 076	186 798	174 371
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	53 390	59 237	54 623
Långfristiga skulder*	17 974	15 521	13 033
Långfristiga leasingskulder*	47 956	57 183	50 458
Kortfristiga skulder**	37 961	40 234	42 982
Kortfristiga leasingskulder**	12 795	14 623	13 275
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	170 076	186 798	174 371

* Räntebärande långfristiga skulder inklusive leasing uppgår till MSEK 62 053 (68 260).

** Räntebärande kortfristiga skulder inklusive leasing uppgår till MSEK 14 425 (19 113).

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL I SAMMANDRAG (MSEK)

	2021-02-28	2020-02-29	2020-11-30
Eget kapital vid periodens början	54 623	57 069	57 069
Totalresultat för perioden	-1 233	2 168	-2 446
Utdelning	-	-	-
Eget kapital vid periodens slut	53 390	59 237	54 623

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)

	Q1 - 2021	Q1 - 2020
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	-1 389	2 504
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		
- Avsättning till pensioner	11	31
- Avskrivningar	5 712	6 397
- Betald skatt	-744	-2 067
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	3 590	6 865
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-1 190	-322
Varulager	1 213	733
Rörelseskulder	2 323	-439
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	5 936	6 837
Investeringsverksamheten		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-221	-526
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-492	-887
Övriga investeringar	-105	19
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-818	-1 394
Finansieringsverksamheten		
Förändring av räntebärande skulder	-1 227	-2 294
Amortering leasing	-3 148	-3 723
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-4 375	-6 017
PERIODENS KASSAFLÖDE	743	-574
Likvida medel vid räkenskapsårets början	16 540	12 312
Periodens kassaflöde	743	-574
Valutakurseffekt	21	234
Likvida medel vid periodens slut**	17 304	11 972

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 93 (48).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid periodens slut till MSEK 17 304 (11 972).

NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD OCH ANTAL BUTIKER

Q1, 1 december - 28 februari

Marknad	Q1 - 2021	Q1 - 2020	Förändring i %		28 feb - 21	Butiker	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal	Antal butiker	Nya	Stängda
Sverige	1 746	2 147	-19	-19	162	1	7
Norge	947	1 173	-19	-12	121		4
Danmark	656	1 186	-45	-43	104		1
Storbritannien	2 172	3 531	-38	-33	284		5
Schweiz	904	1 338	-32	-30	98	1	1
Tyskland	4 593	7 743	-41	-39	451		6
Nederländerna	988	1 478	-33	-32	126	2	11
Belgien	916	1 037	-12	-8	91		2
Österrike	740	1 160	-36	-34	87		
Luxemburg	95	123	-23	-20	14		
Finland	415	581	-29	-26	61		4
Frankrike	2 259	2 869	-21	-18	224		4
USA	5 453	7 234	-25	-14	559		23
Spanien	1 232	1 861	-34	-32	165		1
Polen	1 041	1 485	-30	-24	192		
Tjeckien	280	422	-34	-29	52		
Portugal	190	304	-38	-35	29		
Italien	1 205	1 916	-37	-35	172		2
Kanada	772	1 136	-32	-24	97	2	1
Slovenien	68	105	-35	-33	13		
Irland	276	296	-7	-4	23		1
Ungern	320	440	-27	-19	47		
Slovakien	112	201	-44	-43	29		
Grekland	210	434	-52	-50	35		
Kina	2 388	2 114	13	21	502	1	4
Hongkong	188	290	-35	-26	24		
Japan	890	1 110	-20	-13	115		
Ryssland	1 383	1 517	-9	24	155		
Sydkorea	435	493	-12	-5	56	1	
Turkiet	311	611	-49	-27	58		1
Rumänien	504	611	-18	-13	57		
Kroatien	133	164	-19	-14	17		
Singapore	140	195	-28	-20	12		1
Bulgarien	103	147	-30	-28	21		
Lettland	38	80	-53	-52	9		
Malaysia	202	373	-46	-39	50		
Mexiko	821	1 294	-37	-23	55		
Chile	437	560	-22	-17	17		
Litauen	35	90	-61	-61	10		
Serbien	81	104	-22	-19	15		
Estland	66	90	-27	-23	13		
Australien	599	634	-6	-4	48		1
Filippinerna	282	429	-34	-29	41		
Taiwan	183	186	-2	5	13		
Peru	209	295	-29	-12	15		
Macao	22	27	-19	-9	2		
Indien	608	631	-4	14	50	1	
Sydafrika	208	294	-29	-17	27		
Puerto Rico	32	32	0	16	2		
Cypern	22	22	0	6	1		
Nya Zeeland	143	126	13	18	11		
Kazakstan	47	58	-19	2	6		
Colombia	224	241	-7	11	9		
Island	64	65	-2	17	7		
Vietnam	146	139	5	20	11	2	
Georgien	11	34	-68	-58	3		
Ukraina	51	59	-14	15	5		
Uruguay	72	109	-34	-14	3		
Bosnien-Hercegovina	8	8	0	12	1		
Belarus	20	16	25	69	3		
Franchise och övrigt	1 364	1 500	-9	0	269	4	4
Totalt	40 060	54 948	-27	-21	4 949	15	84

FEM ÅR I SAMMANDRAG**Q1, 1 december - 28 februari**

	2017*	2018*	2019*	2020	2021
Nettoomsättning, MSEK	46 985	46 181	51 015	54 948	40 060
Ändring nettoomsättning från föregående år i SEK, %	8	-2	10	8	-27
Ändring nettoomsättning från föregående år i lokala valutor, %	4	0	4	5	-21
Rörelseresultat, MSEK	3 159	1 208	1 005	2 690	-1 128
Rörelsemarginal, %	6,7	2,6	2,0	4,9	-2,8
Periodens avskrivningar, MSEK	2 106	2 279	2 677	6 397	5 712
Resultat efter finansiella poster, MSEK	3 212	1 263	1 043	2 504	-1 389
Resultat efter skatt, MSEK	2 457	1 372	803	1 928	-1 070
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	8 437	10 003	11 851	11 972	17 304
Varulager, MSEK	32 692	34 959	39 968	37 201	36 978
Eget kapital, MSEK	63 395	61 720	60 042	59 237	53 390
Antal aktier, tusental**	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK**	1:48	0:83	0:49	1:16	-0:65
Eget kapital per aktie, SEK**	38:30	37:29	36:28	35:79	32:26
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK**	1:43	0:79	1:11	4:13	3:59
Andel riskbärande kapital, %	69,9	61,5	53,1	34,1	33,7
Soliditet, %	64,8	57,0	49,4	31,7	31,4
Totalt antal butiker	4 393	4 743	4 958	5 053	4 949
Rullande 12 månader					
Resultat per aktie, SEK**	11:21	9:12	7:30	8:80	-1:06
Avkastning på eget kapital, %	30,2	24,1	19,8	24,4	-3,1
Avkastning på sysselsatt kapital, %	38,2	27,2	20,3	17,1	-0,4

* Exklusive IFRS 16.

** Före och efter utspädning.

För definitioner och förklaringar avseende rapportens nyckeltal, se not 32 i årsredovisningen.

SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	Q1 - 2021	Q1 - 2020
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	7 264	8 119
Rörelseresultat	340	-271
Rörelsemarginal, %	4,7	-3,3
Europa och Afrika*		
Extern nettoomsättning	24 776	35 928
Rörelseresultat	-2 249	-490
Rörelsemarginal, %	-9,1	-1,4
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	8 020	10 901
Rörelseresultat	-294	50
Rörelsemarginal, %	-3,7	0,5
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	8 754	19 392
Rörelseresultat	1 075	3 401
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-8 754	-19 392
Totalt		
Extern nettoomsättning	40 060	54 948
Rörelseresultat	-1 128	2 690
Rörelsemarginal, %	-2,8	4,9

* Sydafrika

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q1 2021	Q1 2020	2019-12-01- 2020-11-30
Extern nettoomsättning	7	9	53
Intern nettoomsättning*	789	942	3 552
BRUTTORESULTAT	796	951	3 605
Administrationskostnader	-23	-34	-111
RÖRELSERESULTAT	773	917	3 494
Finansnetto**	-49	-5	2 669
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	724	912	6 163
Bokslutsdispositioner	-	-	-3 439
Skatt	-155	-192	-16
PERIODENS RESULTAT	569	720	2 708

* Intern omsättning utgörs för kvartalet av royalty MSEK 784 (936) samt övrigt MSEK 5 (6) från koncernbolag.

** Utdelningsintäkter från dotterbolag ingår för kvartalet med MSEK 0 (16).

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q1 2021	Q1 2020	2019-12-01- 2020-11-30
PERIODENS RESULTAT	569	720	2 708
Övrigt totalresultat <i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>			
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-3
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	1
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-	-	-2
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	569	720	2 706

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	2021-02-28	2020-02-29	2020-11-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	184	224	189
Övriga anläggningstillgångar	1 091	1 196	1 090
	1 275	1 420	1 279
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	42 540	36 244	35 241
Likvida medel	0	0	-
	42 540	36 244	35 241
SUMMA TILLGÅNGAR	43 815	37 664	36 520
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	20 442	17 887	19 873
Obeskattade reserver	38	57	38
Långfristiga skulder*	13 802	10 443	8 637
Kortfristiga skulder**	9 533	9 277	7 972
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	43 815	37 664	36 520

* Samtliga långfristiga skulder är räntebärande.

** Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 1 300 (4 300).