

FENIX OUTDOOR INTERNATIONAL AG

Delårsrapport 2021-01-01 – 2021-03-31

Första kvartalet 2021-01-01 – 2021-03-31

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 128 124 (TEUR 129 282), en minskning med 0,9%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 26 119 (TEUR 17 685).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 14 529 (TEUR 6 778).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 15 688 (TEUR 8 938).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 9 633 (TEUR 4 412).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 0,72 (EUR 0,33).

Händelser efter rapportperiodens slut

Förutom Covid19 påverkan har det inte inträffat något materiellt efter rapportperiodens slut. Det finns fortsatt några för Fenix Outdoor viktiga marknader, som Tyskland, som är nedstängda. För vidare information se kommentar från Styrelseordförande och not 4.

Återköp av egna aktier i bolaget

Per 2021-03-31 innehar företaget 119 598 egna B-aktier, vilket representerar 0,89% av aktiekapitalet.

Denna rapport innehåller information som Fenix Outdoor International AG är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande kl. 08:30 den 27 april 2021.

KONTAKTPERSON Martin Nordin, Styrelseordförande +41 797 99 27 58

INNEHÅLL

Sid.

Kommentar från styrelseordf	2-5
Verksamheten	6-9
Finansiella rapporter	10-14
Noter	15-18

FINANSIELL INFORMATION

Aktuell finansiell information finns tillgänglig på www.fenixoutdoor.se under fliken "Investerare"

KALENDARIUM EKONOMISK INFORMATION

Delårsrapport Q2 juli 23 2021

KOMMENTAR FRÅN ARBETANDE STYRELSEORDFÖRANDE

Kanske ljuset i slutet av Covid-19-tunneln

Bilden har ljusnat sedan min beskrivning i årsredovisningens ordförandetext.

Vi hade en tuff start på året och står fortsatt inför en hel del utmaningar. Generellt blev situationen motsatt från Q1 förra året. Januari och februari var med anledning av stora butiksstängningar i Europa i allmänhet tuffa, vilket jag skrev i årsredovisningen. Detta även om det fanns ljuspunkter, som butiksverksamheterna i Sverige och Finland, men också inom grossist verksamheten i USA. Mars visade däremot, på ett positivt sätt, en återhämtning. Detta via detaljhandelsöppning i Danmark och en optimism på många andra marknader innebärande en avsevärd förbättring i de flesta av Europas länder. Asien som helhet utvecklades också bra, särskilt på de marknader där vi bedriver egen verksamhet; Sydkorea och Taiwan samt Kina.

Detta innebar att vi trots alla nedstängningar uppvisade en stabil försäljning jämfört med föregående år. Nettoomsättningen för grossist verksamheten (Brands och Global Sales) var 81,6 MEUR (80, 1), en ökning med 2%, medan Frilufts omsättning sjönk med 5%. Givet försäljningsstrukturen, supportad av den starka jämförbara konsumentförsäljningen, visade den digitala försäljningen en tillväxt om 104%. Vårt rörelseresultat ökade från 6,8 MEUR till 14,6 MEUR. Vi kunde också bibehålla vår totala bruttomarginal, då vi ökade försäljningen av våra interna varumärken såväl via Frilufts som genom våra digitala BtoC-kanaler.

Jag noterar att jämförelser i vissa avseenden är svåra eftersom stängningarna på marknaderna i år har varit längre än förra året, särskilt på några av våra viktigaste marknader som Tyskland och Benelux.

Brands

Vårt varumärkes segment omsatte 37,6 MEUR jämfört med förra årets 39,2 MEUR. Försäljningen var, trots en stark orderbok, trög. Detta på grund av stängda butiker på många viktiga marknader, som Tyskland och Benelux. Den digitala försäljningen i Storbritannien påverkades också av Brexit med högre returerna än normalt för de digitala försäljningsleveranserna. Detta som ett resultat av inledande problem med leveransprocesserna över gränsen. Mars visade en betydande förbättring och med tanke på orderboken står vi väl förberedda för det andra kvartalet. Den direkta digitala konsumentförsäljningen visade också en betydande tillväxt, vilket till viss

del kompenserade för den förlorade grossist försäljningen och också förbättrade marginalen samt höll rörelseresultatet uppe jämfört med förra året, 15 MEUR (15 MEUR).

Global Sales

Den europeiska delen av Global Sales drabbades av samma effekter som Brands med en försäljning om 26,9 MEUR (24,3). Partihandeln drabbades huvudsakligen av nedstängningar i Storbritannien och Österrike. Totalt ökade försäljningen från 40,9 MEUR till 44,0 MEUR. Rörelseresultatet visade en betydande ökning från 6,8 MEUR till 9,0 MEUR.

Friluft

Vår Friluftsverksamhet är inte ett mysterium, men mycket olik mellan marknaderna. På den negativa sidan hade vi stängningar i Danmark och Tyskland, vilket fortsatt kommer och går i Tyskland. På den positiva sidan fick vi i Sverige och Finland support från vädergudarna med kallt väder, vilket stödde vår försäljning. Vi hade också fortsatt en framgångsrik tillväxt inom våra digitala kanaler vilket innebär att vi totalt bara tappade 2,5 MEUR i försäljning jämfört med 2020. När det gäller rörelseresultatet var det -7,7 MEUR, en förbättring om 3,7 MEUR jämfört med föregående år.

Nordamerika

Vi ser definitiva tecken på förbättringar i Nordamerika, särskilt vår konsumentförsäljning (butiker och digitala) förbättras. I januari och februari såg vi en god utveckling i grossistledet. I mars noterade vi dock en något sämre situation, särskilt i Kanada, eftersom Ontario drabbades av ytterligare begränsningar. Till exempel stängdes vår Toronto-butik igen. Ur ett ekonomiskt perspektiv förbättrades Nordamerikas resultat kraftigt och de är nu tillbaka till lönsamhet.

Digital

Vår digitala verksamhet fortsatte sin tillväxt och under det första kvartalet mer än fördubblades vår digitala försäljning jämfört med förra året. Under första kvartalet i år stod den för 25,1% (12,2%) av vår totala försäljning och 53% (26,4%) av vår konsumentförsäljning. På rullande tolv månadersbasis uppskattas vår digitala försäljning till 123 MEUR. Vi förväntar oss att vi kommer att se en absolut tillväxt framöver, men som andel av försäljningen förväntar vi oss en minskning. En effekt av vi återgår till en mer normal handel när alla våra butiker är öppna igen och när andras butiker öppnas och vi kan börja leverera till dem från Brand och

Global Sales. Som jag har sagt tidigare investerar vi i detta område för att öka tillväxten, men på ett lönsamt sätt.

Q2 försäljning

När det gäller våra förväntningar på andra kvartalet vill jag nämna att vi fortfarande har ett större antal orders än normalt inom segmenten Brands och Global Sales. Många av våra detaljhandelskunder har skjutit upp sina leveranser av sina vårorders till andra kvartalet. Det betyder att när och speciellt när den europeiska detaljhandelsmarknaden öppnas är vi mycket välpositionerade för att leverera. Vi hoppas på en snabb återhämtning och därmed en väsentlig förbättring under det andra kvartalet. Vi måste dock komma ihåg att det finns en reell risk att många retailkunder kan möta ekonomiska utmaningar efter pandemin, vilket kan begränsa deras återhämtningsförmåga.

För Frilufts ser situationen mer normal ut om inga ytterligare begränsningar begränsar verksamheten. Vi anser att det finns en viss risk, särskilt i Sverige. Situationen i Tyskland är sådan att vi bedömer att ingen verklig öppning av butikerna blir av före den 1 juni och att vi fram tills dess kommer att möta volatila handelsförhållanden.

Framåt

Vi förväntar oss (hoppas på) en fortsatt förbättring på alla våra marknader när handeln förhoppningsvis återgår till en mer normal situation. Vårt Brand och Global Sales segment har en sund orderbok, som överstiger förra årets höst, i vissa fall med mycket stora ökningar. Vi är för närvarande i en position som kan svara på kundernas efterfrågan mycket bra. Gällande hösten finns det dock några moln på himlen, inte minst leveranssituationen på grund av återhämtning i produktion. Det finns en eftersläpning i produktionskapaciteten globalt och redan nu har Frilufts mött en viss brist på varor från varumärken/leverantörer. Våra egna varumärken står, på grund av vårt teams utmärkta arbete, för närvarande inte inför några speciella problem inom detta område. Det finns dock en viss risk för förlängda leveranstider, men jag är övertygad om att vårt team som hittills har lyckats på ett så utmärkt sätt kommer att fortsätta göra det. Ett annat problem är den geografiska obalansen i containrar för transport av gods. Situationen har försämrats något på grund av den allmänna återhämtningen och stängningen av Suezkanalen förbättrade inte situationen. I linje med detta vill jag betona att det i det här fallet kommer att vara viktigt för oss att prioritera

våra kunder och bygga på vårt rykte som en tillförlitlig leverantör och varumärke. Detta även om det kostar oss lite mer.

Som jag nämnde tidigare fortsätter vi att investera i vår digitala verksamhet. Detta innebär också att vi måste arbeta för att förbättra vår försörjningskedja för att förkorta ledtider samt bli mer flexibla och mer hållbara och ytterligare förbättra vår kvalitet. Det betyder att det över tid inte är osannolikt att vi kommer att expandera till mera egen produktion för att få bättre kontroll över värdekedjan.

Så - Jag är positiv i termer av lång sikt eftersom jag menar att vår affärsmodell har visat sin robusthet i denna kris. Jag tror också att krisen har visat oss nya sätt och möjligheter att bli bättre och har gett oss möjlighet att testa nya sätt att göra saker bättre.

På kort sikt är det dock för tidigt att slappna av och tro att allt är tillbaka till det normala. Vi måste vara vaksamma och säkra.

Så håll dig säker

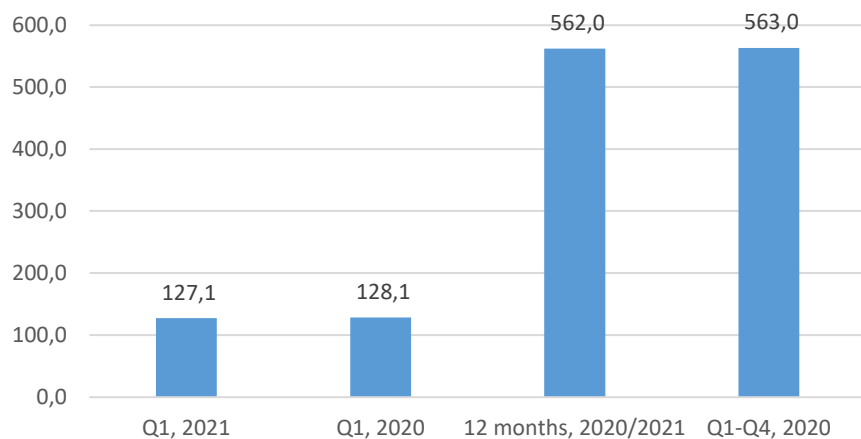
Martin Nordin

Arbetande Styrelseordförande

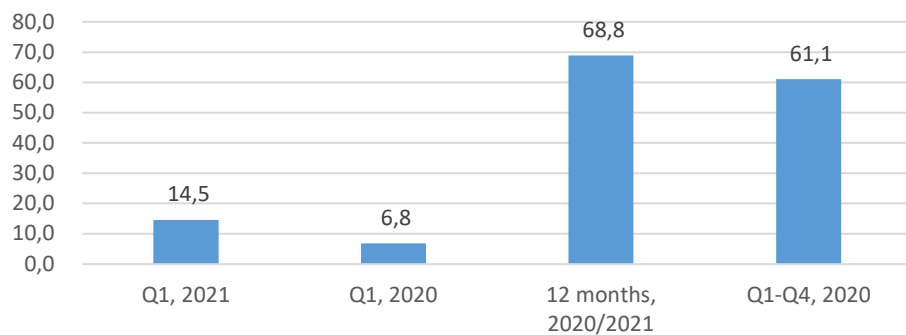
MEUR	Jan-Mar 2021	Jan-Mar 2020	Apr-Mar 2020/2021	Jan-Dec 2020
Nettoomsättning	127,1	128,1	562,0	563,0
EBITDA	26,1	17,7	118,4	110,0
Rörelseresultat	14,5	6,8	68,8	61,1
Rörelsemarginal, %	11,4%	5,3%	12,3%	10,9%
Resultat före skatt	15,7	8,9	60,3	53,5
Periodens resultat	9,6	4,4	39,1	33,9
Vinst per aktie, EUR *)	0,72	0,33	2,93	2,54
Soliditet, %	57,5%	57,8%		54,3%

VERKSAMHETEN

Nettoomsättning, MEUR



Rörelseresultat, MEUR



VERKSAMHETEN

Koncernen är organiserad i tre rörelsesegment Brands, Friluftss och Global sale.

- Brands består av varumärkena Fjällräven, Tierra, Primus, Hanwag, Royal Robbins och Brunton. Samt tillhörande försäljning genom Brandretail (Varumärkenas egna E-handel samt monobrandbutiker) och distributionsbolag vilka koncentrerar sin försäljning till ett varumärke.
- I Friluftss ingår detaljisterna Naturkompaniet AB, Partioaitta Oy, Globetrotter Ausrüstung GmbH och Friluftssland A/S.
- Global sales omfattar de distributionsbolag som säljer flera av koncernens varumärken.

De tre rörelsesegmenten stöds av koncerngemensamma funktioner för ledning, CSR/CSO, finans/juridik, IT och logistik

Första kvartalet 2021-01-01 – 2021-03-31

	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Knc extern omsättning, MEUR	37,6	39,2	45,5	48,0	44,0	40,9			127,1	128,1
EBITDA, MEUR	17,5	17,6	-1,4	-6,2	9,6	7,3	0,5	-1,1	26,1	17,7
Rörelseresultat, MEUR	15,0	15,0	-7,7	-11,4	9,0	6,8	-1,8	-3,5	14,5	6,8
Antal butiker	37	36	86	80	27	25			150	141
Varav franchise			2	3					2	3
Sum anläggningstillgångar	46,9	54,1	136,7	132,7	13,5	12,2	55,2	51,7	252,3	250,7
Investeringar	1,0	2,3	2,9	0,5	0,2	0,4	3,2	1,8	7,3	5,0

Koncern extern omsättning per marknad	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Schweiz					4,1	3,9			3,2%	3,0%
Sverige	3,8	2,7	15,1	9,5					14,9%	9,5%
Övriga Norden	0,4	0,2	10,7	8,1	10,9	7,1			17,3%	12,0%
Tyskland	15,3	16,8	18,9	30,1					26,9%	36,6%
Benelux	3,9	4,2	0,1	0,1	2,5	2,4			5,1%	5,2%
Övriga Europa	3,3	3,8	0,7	0,2	9,4	10,9			10,6%	11,6%
Amerika	10,7	11,1			7,3	8,6			14,2%	15,4%
Övriga Marknader	0,2	0,4			9,8	8,0			7,9%	6,6%
Totalt	37,6	39,2	45,5	48,0	44,0	40,9	0,0	0,0	100%	100%

Fenix Outdoors användning av alternativa nyckeltal:

Fenix Outdoor lämnar ett antal nyckeltal i den inledande sammanfattningen på framsidan av delårsrapporten. Koncernen definierar earnings before interest, tax, depreciation and amortization (EBITDA) som rörelseresultat exklusive av- och nedskrivningar avseende materiella och immateriella tillgångar. Eftersom EBITDA påverkas av tillämpningen av IFRS16 har koncernen valt att inkludera detta som ett alternativt nyckeltal.

VERKSAMHETEN

Brands

		2021 (2020)
Extern försäljning	Q1	37,6 (39,2) - 4,1%
Rörelseresultat	Q1	15,0 (15,0)

Den lägre försäljningen, jämfört med föregående år, är främst relaterad till marknader som stängts ned, såsom Tyskland och Benelux. Vi ser en återhämtning i den amerikanska detaljhandelsmarknaden, vilken stöds av en stark onlineförsäljning. Hanwag och Primus är de varumärken som vinner mest på nuvarande ”outdoor trend”, även om Fjällräven också visar en ökning gällande outdoorvaror som byxor, jackor och tekniska produkter.

Friluft

		2021 (2020)
Extern försäljning	Q1	45,5 (48,0) - 5,2%
Rörelseresultat	Q1	-7,7 (-11,4)

Mycket starkt utveckling i Norden, inte minst i Finland och Sverige. Tyskland har påverkats negativt av nedstängningarna under kvartalet. Stor ökning av onlineförsäljningen på alla marknader. Resultatet är bättre än 2020. Förra året hade vi under Q1 inte fått igång vårt kostnadsbesparingsprogram för att neutralisera för Covid situationen som startade i mars samma år.

Global sales

		2021 (2020)
Extern försäljning	Q1	44,0 (40,9) + 7,6%
Rörelseresultat	Q1	9,0 (6,8)

Stark utveckling i försäljning och resultat. De marknader som påverkats negativt är främst UK, Österrike och Italien.

Koncerngemensamt, likviditet och finansiell ställning

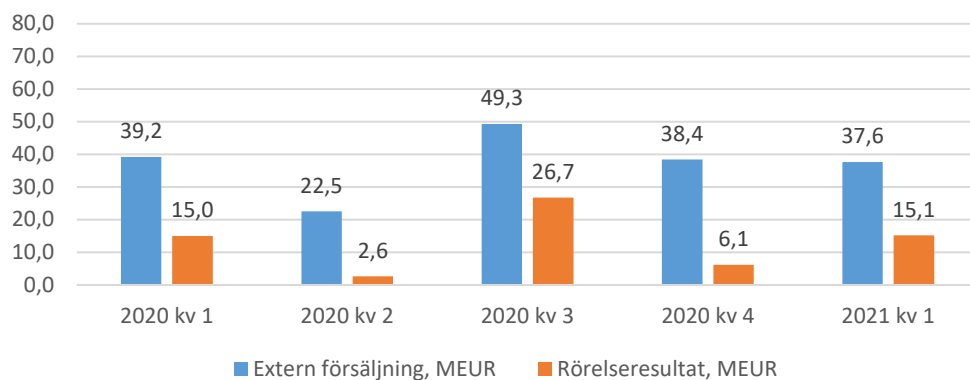
		2021 (2020)
Rörelseresultat	Q1	-1,8 (-3,5)

Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark. Koncernens likvida medel uppgick till MEUR 145,1 (MEUR 70,2) vid rapporteringsperiodens utgång. Koncernens räntebärande skulder uppgick till MEUR 55,0 (MEUR 22,4). Leaseskulder uppgick till MEUR 124,5 (MEUR 129,2). Koncerns egna kapital, hänförligt till bolagets aktieägare uppgick till MEUR 363,6 (MEUR 319,0), vilket motsvarar en soliditet på 57,5% (57,8%).

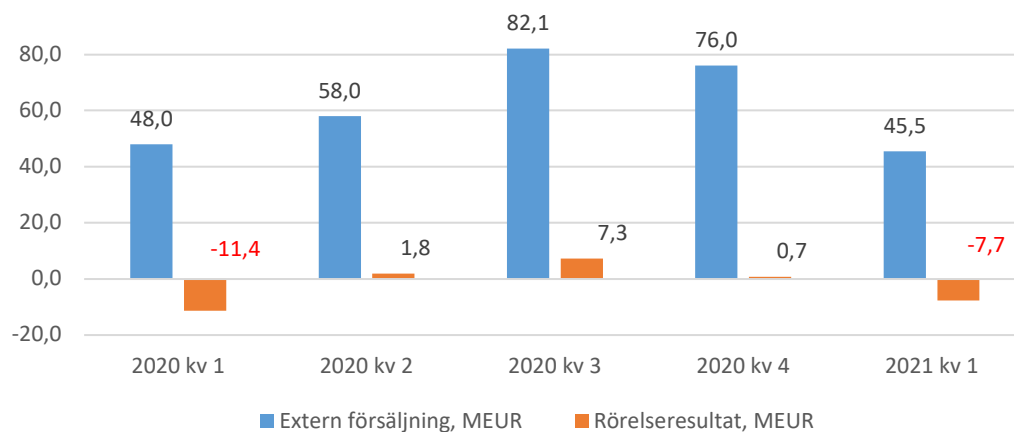
VERKSAMHETEN

Omsättning och rörelseresultat per segment

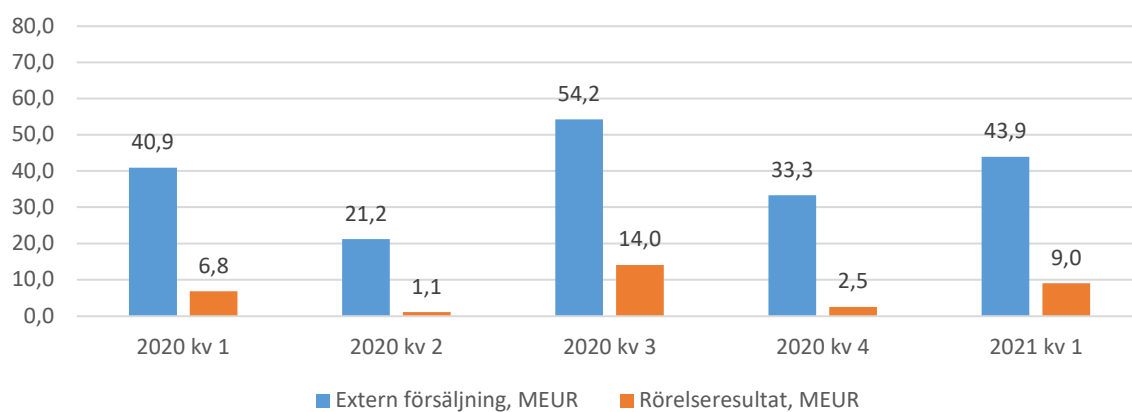
Brands



Friluft



Global sales



FINANSIELLA RAPPORTER

RESULTATRÄKNING KONCERNEN MEUR	3 månader		12 månader	
	jan-mar	jan-mar	april-mar	jan-dec
	2021	2020	2020/2021	2020
Nettoomsättning	127,1	128,1	562,0	563,0
Övriga rörelseintäkter	1,0	1,2	8,4	8,5
Summa rörelseintäkter	128,1	129,3	570,4	571,5
Handelsvaror	-53,9	-54,3	-241,2	-241,6
Övriga externa kostnader	-22,4	-28,8	-103,8	-109,1
Personalkostnader	-26,0	-28,3	-106,3	-108,6
Av- och nedskrivningar	-11,6	-10,9	-49,6	-48,9
Resultat från andelar i intresseföretag	0,4	0,1	0,4	0,2
Övriga rörelsekostnader	-0,1	-0,3	-1,1	-2,4
Summa rörelsens kostnader	-113,6	-122,5	-501,5	-510,4
Rörelseresultat	14,5	6,8	68,8	61,1
Finansiella intäkter	1,9	2,8	-0,7	0,1
Finansiella kostnader	-0,8	-0,7	-7,9	-7,7
Resultat före skatt	15,7	8,9	60,3	53,5
Skatter	-6,1	-4,5	-21,2	-19,6
Årets resultat	9,6	4,4	39,1	33,9
Årets resultat hänförligt till:				
Moderbolagets aktieägare	9,5	4,4	39,1	33,6
Innehav utan bestämmande inflytande	0,1	0,0	0,0	0,3
Resultat per aktie, EUR	0,72	0,33	2,93	2,54
Vägt genomsnitt utestående b aktier tusentals	10 940	10 940	10 940	10 940
Vägt genomsnitt utestående a aktier tusentals	24 000	24 000	24 000	24 000

Resultat per aktie beräknat enligt, antal B-aktier + 2 400 000 A-aktiedelar, då A-aktierna bara berättigar till en tiondel av utdelning jämfört B-aktierna. Det finns inga utestående options- eller konverteringsprogram och därmed inga utspädnings effekter.

FINANSIELLA RAPPORTER

	3 månader		12 månader	
	jan-mar 2021	jan-mar 2020	april-mar 2020/2021	jan-dec 2020
TOTALRESULTAT MEUR				
Årets resultat	9,6	4,4	39,1	33,9
Som inte kommer att återföras över resultaträkningen				
Periodens förändring av pensionsavsättningar			-0,2	-0,2
Som kommer att återföras över resultaträkning				
Periodens förändring av omräkningsreserv	-0,8	-5,3	5,4	2,2
Periodens förändring av säkringsreserv	-0,5		-0,8	-0,1
Skatt	0,1		0,2	
Summa övriga totalresultat för perioden	-1,2	-5,3	4,6	1,9
Summa totalresultat för perioden	8,4	-0,9	43,7	35,8
Summa totalresultat hänförligt till:				
Moderbolagets aktieägare	8,3	-0,9	43,7	35,5
Innehav utan bestämmande inflytande	0,1	0,0	0,0	0,3

FINANSIELLA RAPPORTER

KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING MEUR	31 Mars 2021	31 Mars 2020	31 Dec 2020
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	37,9	39,1	38,1
Materiella anläggningstillgångar	73,3	67,9	70,6
Tillgångar med nyttjanderätt	122,8	127,8	127,5
Finansiella anläggningstillgångar	18,3	15,9	18,8
Summa anläggningstillgångar	252,3	250,7	255,0
Omsättningstillgångar			
Varulager	162,5	167,8	153,8
Kundfordringar och andra fordringar	66,6	54,8	45,3
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	5,8	8,6	6,5
Likvida medel	145,1	70,2	191,1
Summa omsättningstillgångar	380,0	301,4	396,7
Summa tillgångar	632,3	552,1	651,7
Eget kapital och skulder			
Eget kapital hänförligt till bolagets ägare	363,6	319,0	353,7
Innehav utan bestämmande inflytande	0,1	0,1	0,1
Summa eget kapital	363,7	319,1	353,8
Skulder			
Långfristiga skulder			
Långfristiga icke räntebärande skulder	17,2	15,3	16,8
Leasingskulder	98,4	103,9	102,8
Långfristiga räntebärande skulder	33,8	-	36,0
Summa långfristiga skulder	149,4	119,2	155,6
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga icke räntebärande skulder	48,1	46,6	61,1
Leasingskulder	26,1	25,3	26,3
Kortfristiga räntebärande skulder	21,2	22,4	30,2
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23,8	19,5	24,7
Summa kortfristiga skulder	119,2	113,8	142,3
Summa eget kapital och skulder	632,3	552,1	651,7

FINANSIELLA RAPPORTER

Förändring av eget kapital	MEUR	Aktiekapital	Övrigt	Kassaflödessäkrings-	Valutaomräknings-	Egna	Balanserade	Summa	Innehav utan	Summa
			tillskjutet kapital						reserv	
2020-01-01		12,4	39,8	0,1	-5,5	-10,2	282,5	319,1	0,1	319,3
Periodens resultat							4,4	4,4		4,4
Övrigt totalresultat					-5,3			-5,3		-5,3
Summa totalresultat för perioden					-5,3		4,4	-0,9		-0,9
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager				0,7				0,7		0,7
2020-03-31		12,4	39,8	0,8	-10,7	-10,2	287,0	319,0	0,1	319,1
2021-01-01		12,4	39,8	-1,3	-3,3	-10,2	316,3	353,7	0,1	353,8
Periodens resultat							9,5	9,5	0,1	9,6
Övrigt totalresultat				-0,4	-0,8			-1,2		-1,2
Summa totalresultat för perioden				-0,4	-0,8		9,5	8,3	0,1	8,4
Transaktion med innehavare utan bestämmande inflytande							0,1	0,1	-0,1	-
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager				1,4				1,4		1,4
2021-03-31		12,4	39,8	-0,3	-4,1	-10,2	325,9	363,6	0,1	363,7

*) Per 2021-03-31 ägde företaget 119 598 egna B-aktier.

FINANSIELLA RAPPORTER

RAPPORT ÖVER KONCERNENS KASSAFLÖDE	3 månader		Helår
	jan-mars	jan-mars	jan - dec
MEUR	2021	2020	2020
Den löpande verksamheten			
Periodens nettoresultat	9,6	4,4	33,9
Skatt	6,1	4,5	19,6
Finansnetto i resultaträkningen	-1,2	-2,2	7,6
Avskrivningar för nyttjanderätt	6,9	6,4	28,0
Av- och nedskrivningar	4,7	4,5	21,3
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-3,7	-3,6	-1,4
Erhållen ränta	0,0	0,7	0,2
Erlagd ränta	-0,8	-1,2	-2,6
Betald skatt	-15,9	-5,4	-18,2
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	5,7	8,1	88,5
Förändring av varulager	-8,7	-8,1	6,4
Förändring av rörelsefordringar	-15,0	-5,1	7,7
Förändring av rörelseskulder	-4,5	-5,7	7,4
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-22,5	-10,8	110,0
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1,7	-1,7	-5,5
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-5,6	-3,3	-15,7
Förvärv av dotterföretag			-0,4
Förändringar i finansiella tillgångar		0,3	
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-7,3	-4,7	-21,5
Finansieringsverksamheten			
Upplåning			45,4
Återbetalda lån	-9,4		-0,3
Förvärv av minoritetsandelar			-0,1
Amortering låneskuld för leasingavtal	-6,8	-5,6	-26,1
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-16,3	-5,6	18,9
Förändring av likvida medel	-46,1	-21,1	107,4
Likvida medel vid periodens början	191,1	88,9	88,9
Kursdifferens i likvida medel	0,1	2,4	-5,2
Likvida medel vid periodens slut	145,1	70,2	191,1

Noter till den finansiella rapporten

Not 1 Redovisningsprinciper

Fenix Outdoor International AG är ett noterat bolag, beläget i Zug, Schweiz.

Denna delårsrapport är upprättad enligt IAS 34 Delårsrapportering. Tillämpningen av redovisningsprinciperna är i överensstämmelse med de som finns i årsredovisningen för räkenskapsåret som slutade den 31 december 2020 och ska läsas tillsammans med dessa med undantag av nya och reviderade standards och tolkningar som trätt i kraft i januari 2021.

Not 2 Tillgångar med nyttjanderätt

Koncernen har valt att inte hantera Covid-19-relaterade hyresrabatter som kontrakts modifieringar från början av 2020. Beloppet redovisas i resultaträkningen för perioden som härrör från hyresrabatten till vilka leasingtagaren tillämpat punkt 46A.

2021-03-31, MEUR	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total	2020-03-31, MEUR	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	19,6	99,3	1,7	2,2	122,8	Nyttjanderätter	27,0	97,5	2,2	1,0	127,8
Leasing skulder	-20,8	-100,0	-1,6	-2,0	-124,4	Leasing skulder	-28,0	-97,8	-2,2	-1,0	-129,0
	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total		Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-1,5	-4,9	-0,2	-0,3	-6,9	Avskrivningar	-1,8	-4,2	-0,2	-0,2	-6,4
Räntekostnader	-0,1	-0,4	0,0	0,0	-0,5	Räntekostnader	-0,2	-0,3	0,0	0,0	-0,5

Not 3 Växelkurser

	Genomsnittskurs			Balansdagens kurs		
	Jan - Mar 2021	Jan - Mar 2020	Jan - Dec 2020	2021-03-31	2020-03-31	2020-12-31
SEK/EUR	10,1627	10,8040	10,4815	10,2383	11,0613	10,0343
CHF/EUR	1,0951	1,0630	1,0707	1,1070	1,0585	1,0802
USD/EUR	1,1990	1,0994	1,1441	1,1725	1,0956	1,2271
SEK/CHF	9,2804	10,1634	9,7898	9,2487	10,4500	9,2893

Not 4 Risker och Covid-19

Koncernens riskfaktorer som presenteras i den senast publicerade årsredovisningen 2020, sidan 26, är fortsatt giltiga i övrigt hänvisas till kommentarer från Styrelseordförande.

Not 5 Säkringsredovisning

	2021-03-31	2020-03-31	2020-12-31
Marknadsvärde, TEUR	52	704	-1 913
FX Terminer			
Köpta TUSD	43 500	30 500	34 700
Sålda TEUR	36 950	27 194	30 087
Kurs	1,177	1,122	1,153
Köpta TUSD	2 000	2 000	-
Sålda TNOK	16 942	18 332	-
Kurs	8,471	9,166	-

Not 6 Segmentsrapportering – försäljning och resultat

Koncernen är organiserad i tre rörelsesegment Brands, Global sales och Friluft. Fenix Outdoor International AG rapporterar omsättning och rörelseresultat för rörelsesegmenten Brands, Global sales och rörelseresultat för rörelsesegmenten Brands, Global Sales, Friluft och Common. Den interna uppföljningen av verksamheten sker enligt denna uppdelning. Dessutom redovisas försäljning uppdelad på geografiska områden

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Knc extern omsättning, MEUR	37,6	39,2	45,5	48,0	44,0	40,9			127,1	128,1
EBITDA, MEUR	17,5	17,6	-1,4	-6,2	9,6	7,3	0,5	-1,1	26,1	17,7
Rörelseresultat, MEUR	15,0	15,0	-7,7	-11,4	9,0	6,8	-1,8	-3,5	14,5	6,8
Antal butiker	37	36	86	80	27	25			150	141
Varav franchise			2	3					2	3
Sum anläggningstillgångar	46,9	54,1	136,7	132,7	13,5	12,2	55,2	51,7	252,3	250,7
Investeringar	1,0	2,3	2,9	0,5	0,2	0,4	3,2	1,8	7,3	5,0

Koncern extern omsättning per marknad	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar	jan-mar
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Schweiz					4,1	3,9			4,1	3,9
Sverige	3,8	2,7	15,1	9,5					18,9	12,2
Övriga Norden	0,4	0,2	10,7	8,1	10,9	7,1			22,0	15,4
Tyskland	15,3	16,8	18,9	30,1					34,2	46,9
Benelux	3,9	4,2	0,1	0,1	2,5	2,4			6,5	6,7
Övriga Europa	3,3	3,8	0,7	0,2	9,4	10,9			13,4	14,9
Amerika	10,7	11,1			7,3	8,6			18,0	19,7
Övriga Marknader	0,2	0,4			9,8	8,0			10,0	8,4
Totalt	37,6	39,2	45,5	48,0	44,0	40,9	0,0	0,0	127,1	128,1

Not 7 Utestående optioner från förvärv

Genom förvärvet av den taiwanesiska distributören har Fenix Outdoor International AG en rätt och en förpliktelse genom ett put/call optionsarrangemang, där lösenpris baseras på en vinst multipel för att förvärva resterande 30% av bolaget. Optionen kan nyttjas mellan den 30 juni 2022 och 30 juni 2027. Nuvärdet av inlösenkostnaden redovisas som långfristig skuld om 0,7 MEUR och kommer att värderas vid varje kvartals stängning.

Fenix Outdoor International AG förvärvade Alpen International 2017. Avtalet från 2017 inkluderar ett put/call options arrangemang avseende 25% minoritetsintresset, som kan utnyttjas under perioden mellan 2020 och 2029 varav 16,8% utnyttjades i juni 2020. Nuvärdet av inlösenbeloppet redovisades som en kortfristig skuld om 0,3 MEUR och innehav utan bestämmande inflytande har tagits bort. Positionen värderas vid varje kvartalsstängning.

Framtida förändringar i säljoptionsskulden redovisas i eget kapital.

Not 8 Händelser efter rapportperiodens slut

Förutom den pågående Covid19-osäkerheten noteras inga väsentliga händelser efter periodstängning. Covid19-situationen är fortfarande oförutsägbar och eventuella ytterligare/fortsatta ”lock downs” kan påverka försäljningen regionalt.

Not 9 Transaktioner med närstående

Inga väsentliga förändringar har skett i relationer eller transaktioner med närstående parter jämfört med 2020.

.....

Zug den 27 april 2021

VD intygar härmed att Bokslutskommunikén ger en rättvisande översikt av koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som företaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Alexander Koska

Verkställande direktör

Denna bokslutskommuniké har inte granskats av bolagets revisorer.