



FENIX OUTDOOR AB (PUBL)
ÅRSREDOVISNING 2011

WITH ENGLISH SUMMARY



INNEHÅLL

03	Året i sammandrag
04	VD har ordet
06	Fenix Outdoor koncernen
10	Hållbarhetsredovisning
14	Affärsområde Brands
15	- Fjällräven
18	- Tierra
20	- Primus
22	- Hanwag
24	- Brunton
26	Affärsområde Retail
28	Årsredovisning, Förvaltningsberättelse
30	Fem år i sammandrag
31	Rapport över totalresultat, koncernen
32	Koncernens finansiella ställning
33	Rapport över förändring i koncernens eget kapital
34	Rapport över kassaflöde, koncernen
35	Resultaträkning och totalresultat, moderbolaget
36	Balansräkning moderbolaget
38	Rapport över förändring i moderbolagets eget kapital
39	Kassaflödesanalys moderbolaget
40	Noter
53	Revisionsberättelse
54	Styrelse, ledande befattningshavare och revisorer
55	Aktie och ägande
57	English summary - annual accounts 2011
59	Adresser och butiksnätet

KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN

KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN
Årsstämma, 10 maj 2012

DELÅRSRAPPORTER 2012
Januari-mars, 10 maj 2012
Januari-juni, 16 augusti 2012
Januari-september, 6 november 2012
Bokslutskommuniké 2012, februari 2013

ÅRET I SAMMANDRAG

Koncernens rörelseintäkter uppgick till 1 553,8 (1 351,6) MSEK, en ökning med 15%.

Koncernens rörelseresultat uppgick till 234,7 (251,4) MSEK, en minskning med 7%.

Koncernens resultat efter skatt uppgick till 167,3 (168,5) MSEK, en minskning med 1%.

Vinst per aktie efter skatt uppgick till 12,60 (12,70) kronor.

Fenix Outdoor koncernen uppvisar ånyo ett år med god tillväxt. Koncernens omsättning har ökat med 15% till 1 531,9 (1 331,7) MSEK, där förvärvade verksamheter bidragit med 136,0 MSEK. Brands visar en stabil tillväxt, med en topp under det tredje kvartalet, vilken bl a kan härledas till att många sport- och outdoorbutiker stängde förra vintersäsongen med låga lagernivåer. Retail's omsättning har minskat mätt i jämförbara enheter. Minskningen är koncentrerad till två perioder. Försäljningen i januari och februari 2011 bromsades av att vinterförsäljningen förra vintern startade ovanligt tidigt, redan i november. Dessutom har försälj-

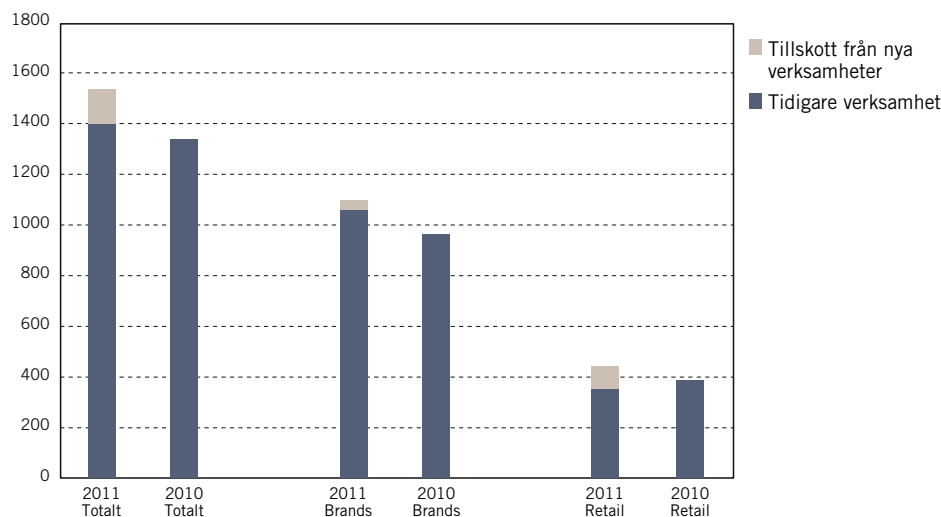
ningen påverkats negativt av det milda vädret under november och december.

Den starka kronan har begränsat omsättningssökningen i SEK. I lokal valuta var den totala tillväxten för koncernen cirka 20%, där nya verksamheter bidragit med 10%.

Koncernens rörelseresultat minskade 7% från 251,4 MSEK till 234,7 MSEK, vilket kan förklaras med lägre vinstbidrag från Retail samt högre koncerngemensamma kostnader, hänförliga till förvärv och integrering av nya verksamheter samt uppgradering av IT struktur.

Fenix Outdoor har under året förvärvat tre bolag, vilka till del konsoliderats under perioden. De nya bolagen är Bus Sport Ag som är en distributör av outdoorprodukter till den schweiziska marknaden, med Hanweg och Fjällräven som två betydande varugrupper, samt Fjällräven USA Llc som är ett relativt nyetablerat distributionsbolag för Fjällräven på den amerikanska marknaden. Detta bolag driver dessutom en butik i New York. I maj förvärvades den finska detaljhandelskedjan Partioaitta, med elva butiker. Efter räkenskapsårets utgång har Fenix Outdoor AB förvärvat utestående minoritet i Fjällräven USA Llc.

OMSÄTTNING PER SEGMENT, MSEK



ÅRSSTÄMMA

Ordinarie årsstämma för verksamhetsåret 2011 hålls torsdagen den 10 maj 2012 kl. 13.00 på Röntgenvägen 2 i Solna. Kallelse till årsstämma sker genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar samt på bolagets webbplats under finansiell information. Vid tidpunkten för kallelse kommer information om att kallelse skett annonseras i Svenska Dagbladet och Örnsköldsviks Allehanda. I kallelsen finns bland annat information om anmälan. Vid anmälan ska uppges namn, personnummer (registreringsnummer), adress och telefonnummer. Aktieägare som låtit förvaltarregistrera sina aktier måste för att få delta

i stämman tillfälligt inregistrera aktierna i eget namn. För att aktierna ska kunna omregistreras i tid, bör aktieägare, hos den bank eller fondförvaltare som förvaltar, begära tillfällig ägarregistrering, s.k. rösträtsregistrering, i god tid före fredagen den 4 maj 2012. Styrelsen har beslutat föreslå den ordinarie årsstämman att utdelningen för 2011 blir 3,00 kr per aktie (föregående år 3,00 kr). Styrelsen föreslår som avstämningsdag tisdagen den 15 maj 2012. Utbetalning genom VPC beräknas tidigast ske fredagen den 18 maj 2012.

VD HAR ORDET

2011 BLEV ETT MELLANÅR

År 2011 blev ett mellanår för Fenix Outdoor. Försäljningen nådde 1 532 Mkr, efter en tillväxt på 15%, vilket var positivt. De flesta operativa enheterna inom brands visade ökade försäljningssiffror. Rörelseresultatet sjönk till 235 Mkr, -7%, främst beroende på att detaljhandeln hade ett mycket bra år 2010 och därigenom mycket höga jämförelsetal samt att vädret påverkade det viktiga fjärde kvartalet negativt. Koncernens nettolikviditet var 40 Mkr per 31 december 2011 och även om en hel del av den försämrade likviditeten förklaras av förvärv är detta inte tillfredställande, då övriga enheter som helhet haft en lagerutveckling som varit för hög. Detta kan dock till stor del förklaras av att handeln under hösten 2011 var svagare än förväntat. Per 31 december 2010 var koncernens nettolikviditet 219 Mkr.

VÅRA AFFÄRSOMRÅDEN

Koncernens största varumärke, Fjällräven, hade även under 2011 en god utveckling, framförallt har de skandinaviska marknaderna utvecklats positivt. Genomförsäljningen har trots vädret och det ekonomiska klimatet varit god, vilket gör att förorderläget inför 2012, som vi bedömer, ser bättre ut än för marknaden som helhet. Den amerikanska marknaden har också visat fortsatt positiva tendenser under 2011, även om rörelsen haft vissa barnsjukdomar avseende leveranser och organisation. Dessa bedöms dock redan vara åtgärdade av den nya ledningen.

Hanwags positiva utveckling fortsatte under 2011 och tillväxten i lokal valuta var bra på de flesta marknaderna. Tillväxten har emellertid störts, då bolaget under året dragits med en obalans mellan produktion och försäljning. Produktionskapaciteten har varit lägre än både planerat och efterfrågat behov, främst beroende på att vissa underleverantörer inte levt upp till sina leveransmål av såväl råmaterial som delvis färdigställda produkter. De förväntade ökningarna av kapaciteten har dock följt plan och bolaget har en lagersituation inför 2012 som ser mycket bra ut. Tyvärr har de tidigare leveransproblemen medfört en mindre

nedgång i ordererna inför hösten 2012. För Primus var försäljningsutvecklingen under 2011 positiv vilket förklaras av ökad efterfrågan framförallt på den nordamerikanska marknaden. Resultatet utvecklades också positivt och blev avsevärt bättre än för 2010. Under 2011 har Primus position som en världsledare inom friluftskök ytterligare förstärkts. Satsningen på family outdoor, med stora tält och större kök, har fortsatt och även om tillväxten inom området ännu inte nått de mål vi satt upp förväntas en ordentlig tillväxt under de närmaste åren. Under året har bolaget dragits med en del organisatoriska problem på ledningsnivå vilket kan komma att påverka utvecklingen under 2012.

Brunton som förvärvades kring årsskiftet 2009/2010 genomgår en förändringsprocess som har fortsatt under 2011. Under året har fokus varit förnyelse av produkter och sortiment. Trots denna process har Brunton fortsatt visat på en mycket bättre försäljning än förväntat, resultatet är dock ännu inte på den nivå som vi förväntar oss av våra varumärkesbolag.

Naturkompaniets utveckling var 2011 negativ och även lönsamheten påverkades negativt. Detta har ett antal förklaringar. För det första var 2010 ett extremt bra år beroende på två vintersäsonger, dels i början på året och dels på slutet vilket gav extrema jämförelsetal. Under 2011 var första kvartalet mer normalt vädermässigt och den extrema försäljningen från året innan uteblev. Dessutom uteblev det kallare vädret under hösten och julhandel vilket påverkade branschen negativt. En jämförelse med 2009 visar dock på en förhållandevis god utveckling. Under året har finska Partioaitta förvärvats som ett led i en internationell expansion. Detta förvärv har utvecklats väl enligt plan och bolaget förväntas bidra positivt till koncernens resultat under 2012.

Arbetet med att lyfta Tierra har börjat bära frukt och omsättningen har fortsatt öka även om del återstår innan koncernens mål är uppnådda. Planen är att växa vidare på marknader där varumärket redan är etablerat, de nordiska, men även att introducera varumärket på nya marknader, som den schweiziska genom

koncernens nyförvärvade distributionsbolag.

Vårt joint venture i Kina har en fortsatt positiv utveckling. Tempot med etableringar av egna butiker, som fokuserar på Hanwag och Fjällräven har gått ner. Fokuseringen på traditionella outdoorhandeln har fallit väl ut. Fenix Outdoors förväntningar på denna satsning är långsiktig och det kinesiska bolaget bidrar ännu inte positivt till koncernens resultat. Ledningen förväntar sig dock ett positivt resultat redan 2012.

FORTSATT MILJÖMEDVETENHET

Miljö och etik arbete har fortsatt under 2011 och en Chief Sustainability Officer, CSO, har anställts under året, men beroende på uppsägningstider tillträds positionen först den första mars 2012. Våra varumärken har fortsatt sina satsningar på mer naturvänliga produkter och Fenix Outdoors interna regler för hur dessa frågor skall handhas har utvecklats. Arbetet med att få externa leverantörer och underleverantörer att förbinda sig att följa dessa regler är en konstant intensiv process. De regelbundna och oannonserade inspektionerna för att kontrollera efterlevnaden har ytterligare utökats och kontroller och certifieringar längre ned i leverantörsleden genomförs i ökande omfattning. Vi har identifierat att arbetet bör intensifieras ytterligare, då vår uppfattning är att detta inte bara är riktigt ur ett miljömässigt framtidsperspektiv utan en god långsiktig ekonomisk investering och på sidan 10-13 i denna årsredovisning beskrivs på ett vidare sätt koncernens ramverk, vision och färdriktning för hållbarhetsarbetet. Vi har under året också identifierat brister inom etikområdet exempelvis vilka kunder koncernen skall ha med att göra, vilket innebär att vi håller på att utveckla en striktare manual, framförallt för ledande befattningshavare, för hur olika typer av etiska frågor som kundval och affärer med närstående skall hantearas. När det gäller kundval kommer en så kallad compliance process införas inom vissa områden förutom vanliga kreditkontroller.

UTMANINGAR

Sedan några år är vi ett av ledande bolagen inom Outdoorbranschen i Europa. Koncernens strategi avseende produkt- och varumärkesmix i kombination med en detaljhandelsstrategi för snabbt informationsflöde och varumärkesexponering har visat sig vara bra.

Koncernen har under 2011 gjort tre förvärv. I början på april slutfördes avtalet om att förvärva aktiemajoriteten i Bus Sport Ag i Schweiz. I maj månad förvärvades aktiemajoriteten i Fjällräven Arctic Fox Llc i USA och i januari 2012 förvärvades resterande aktier i bolaget. Det största förvärvet under 2011 var dock förvärvet av Partioaitta Oy i Finland, som genomfördes i maj. Detta förvärv gör koncernen till en av de största detaljhandlarna, inom outdoor, även i Finland. Partioaitta grundades av scoutrörelsen i Helsingfors och Tammerfors vilket gör att Naturkompaniet och Partioaitta har en gemensam bakgrund i scoutrörelsen. Detta skapar en gemensam värdegrund för den pågående integrationen.

Vår östeuropasatsning är fortsatt lyckosam och visar procentuella tillväxttal som är mycket höga, initialt framförallt på de ungerska och tjeckiska marknaderna.

Under det senaste året har vi tittat på ett antal förvärvsmöjligheter, förutom de som vi genomfört. Jag konstaterar att prisförväntningarna i en del fall inte överensstämmer med vår beredskap att betala och tolkar detta som att prisnivå-

erna på lämpliga objekt är fortsatt höga. Detta är på intet sätt oroande då det snarare vittnar om ett starkare intresse för vår bransch. Vi kommer dock inte att ändra hur vi ser på värderingen av objekt och vi har på basis av den styrka och bredd som finns i våra varumärken både råd att vänta som att söka alternativa möjligheter för expansion. Det kan också konstateras att vi har strikta krav på vad vi kan tänkas förvärva när det gäller produkter och geografisk positionering och det skall mycket till innan vi avviker från denna målbild.

En av koncernens största utmaningar under de senaste åren har varit chefsförsörjning och rekrytering och som en del för att lösa detta så startades ett management traineeprogram under 2011, vilket hittills visat sig vara en lyckad satsning. Antalet sökande översteg vida våra förväntningar, likaså kvaliteten och den geografiska spridningen över Europa. Vi kommer därför under 2012 att välkomna ännu en årskull av traineer.

Även under 2012 kommer varuförsörjningen att vara en utmaning, situationen i Asien och höjda råvarupriser medför att vi upplever ett tryck på priserna uppåt. Detta förstärks av den svaga Euron. Det största orosmomentet inför 2012 är dock ekonomin inom Euroområdet och vilken effekt den kan komma att ha på konsumtionen i allmänhet och på vår bransch i synnerhet. För även om det ofta historiskt visat sig att vårt segment ofta är mer väderberoende än ekonomiberoende är läget oroande då den

potentiella magnituden av problemen är i en storleksordning som överstiger något vi sett förut. Detta kan komma att innebära att gamla sanningar inte längre gäller. Mitt/vårt jobb är att vara beredd även i ett sådant läge. Det innebär dock inte någon ändring av vår strategi, då det är vår övertygelse att konsumenten i alla lägen kommer att söka varumärken som står för trovärdighet och pålitlighet, vilket är våra ledord. Dock kommer vi att fokusera på kostnader och flexibilitet.

När allt är sagt konstaterar jag att vi står mycket väl rustade inför framtiden och även om 2011 inte uppnådde samma höjd resultatmässigt som 2010 och även om vi inte kan vara nöjda med en försämring måste jag konstatera att vi ändå klarat oss bra relativt andra aktörer i marknaden. Våra starka varumärken, effektiva organisation och motiverade och kunniga personal står som en garant för vår framtid. Jag är stolt över att ha möjligheten att leda en sådan organisation och repeterar de ledord som styrt oss de senaste åren.

Kostnadsmedvetenhet och försiktig investeringsvilja.

Jag ser med mycket stor tillförsikt på Fenix Outdoors långsiktiga utveckling.

Stockholm i april 2012

Martin Nordin
Verkställande Direktör



FENIX OUTDOOR KONCERNEN

Fenix Outdoor är en friluftskoncern, vars affärsidé är att utveckla och marknadsföra friluft produkter av hög kvalitet och låg vikt genom ett utvalt detaljhandelsnätverk med hög servicegrad och professionalism till konsumenterna med höga förväntningar.

INLEDNING

Fenix Outdoor är en internationellt verksam koncern inriktad på produkter för ett aktivt friluftsliv. Moderbolaget är noterat på Stockholmsbörsen, Mid cap.

Koncernens verksamhet var ursprungligen baserad på utveckling och försäljning av produkter under det egna varumärket Fjällräven. Under 2001 skedde en komplettering genom förvärvet av detaljhandelskedjorna Naturkompaniet och Friluftsbolaget, numera under varumärket Naturkompaniet. Dessutom förvärvades varumärket Tierra som utvecklar och säljer innovativa och högteknologiska plagg för utomhusbruk. Under 2002 förvärvades Primus, som är en världsledande tillverkare av mobila förbränningsapparater. I september 2004 förvärvades den tyska kängtillverkaren Hanweg och under 2009 förvärvades ytterligare ett varumärke, Brunton, som säljer och utvecklar teknisk outdoor utrustning, i form av kompasser, kikare och portabel solenergiutrustning. 2011

kompletterades retailverksamheten genom förvärvet av finska Partioaitta.

AFFÄRSIDÉ, MÅL OCH STRATEGIER

Affärsidé

Fenix Outdoor affärsidé är att utveckla och marknadsföra friluft produkter av hög kvalitet och låg vikt genom ett utvalt detaljhandelsnätverk med hög servicegrad och professionalism till konsumenterna med höga förväntningar.

Mål

- Vara en globalt ledande aktör inom utveckling och försäljning av utrustning och kläder för ett aktivt friluftsliv.
- Uppnå en årlig tillväxt på minst 10 procent i enlighet med företagets långsiktiga plan.
- Uppnå en långsiktig vinstmarginal före skatt på minst 10 procent.

Strategier

Fenix Outdoor koncernen ska uppnå målen genom:

- Fortsatt expansion av affärsområdet Brands genom organisk tillväxt samt genom förvärv.
- Organisk tillväxt baserad på ett växande starkt nordiskt detaljhandelsnätverk med starka varumärken

Innehavet av ett detaljhandelsnätverk ger en bättre kontroll av värdekedjan genom en nära kontakt med slutkonsumenten, något som ger möjlighet att agera snabbare gällande trender och förändrade krav från konsumenterna. Butikerna tjänar dessutom som skyltfönster för varumärkesdivisionens, Brands, sortiment.

Viktiga årtal i Fenix Outdoor koncernens historia

1950

Träramen. Den då 14-åriga Åke Nordin snickrar ihop sin första träram inför en fjällvandring. Samerna blir imponerade och beställningarna börjar komma in.



1960

Fjällräven. Åke startar Fjällräven och lanserar revolutionerande ryggsäcksramar i aluminium.



1964

Tältrevolutionen. Fjällräven lanserar Termotältet som blir en sensation. De första kondensfria tälten gör att folk kan vakna torra och varma.

1968

Grönlandsjackan och G-1000, friluftsvärldens kanske stryktåligaste och mest anpassningsbara väv ser dagens ljus.



1978

Kånken. Lanseras för att rädda skolbarns ryggar. 2008 blir Kånken världens första klimatkompenserade ryggsäck.



1983

Bolaget introduceras på OTC-listan vid Stockholmsbörsen.

ORGANISATION

Fenix Outdoor koncernens organisation syftar till att uppnå administrativa skalfördelar och att koordinera aktiviteterna inom affärsenheterna till en enhet. Det innebär bland annat att realisera synergier genom nyttjande av centrala stabsfunktioner och gemensam lagring samt att koordinera och samordna investerings- och marknadsföringsaktiviteter för att stödja alla operativa delar inom koncernen.

BRANDS

Affärsområdet Brands utvecklar, tillverkar, marknadsför och säljer utrustning för aktivt friluftsliv och fritid genom de egna varumärkena Fjällräven, Tierra, Primus, Hanwag och Brunton.

RETAIL

Affärsområdet Retail består av Naturkompaniet och Partioaitta vilka driver försäljning av friluftsliv-, fritids- och reseprodukter. Naturkompaniet består av 32 butiker i Sverige, varav 5 är franchisebutiker medan Partioaitta har 11 butiker i Finland.

VARUMÄRKESSTRATEGI, MARKNADSFÖRING OCH SPONSORING

Koncernen arbetar mycket aktivt för att skydda och utveckla sina varumärken och några av koncernens viktigaste varumärken beskrivs på sidan 14. Varumärkesarbetet omfattar såväl aktivt varumärkesskydd gentemot intrång genom juridiska insatser som aktiviteter för att vårda och stärka varumärkena. Ett exempel på varumärkesstärkande aktiviteter är fjällvandningsloppet Fjällräven CLASSIC och Hanwags "24 Stunden von Bayern" ett annat är Tierras sponsring av

Annelie Pompe. Sedan 1986 är Fjällräven även Kunglig Hovleverantör i Sverige och enligt TNS-SIFOs undersökning "Superbrands" räknas Fjällräven idag som ett av Sveriges starkaste varumärken.

INNOVATIONER OCH PRODUKTUTVECKLING

Verksamheten startade genom Åke Nordins innovation av ramryggsäcken. Koncernen har därefter fortsatt att utveckla produkter för ett aktivt friluftsliv och uteliv, där kundernas behov har styrt produktutvecklingen. Exempel på detta är förbränningsapparaten Primus Omni-Fuel™, som kan användas med nästan vilket bränsle som helst och friluftsköken i ETA serien med en verkningsgrad på cirka 80%, vilket innebär en halverad bränsleförbrukning jämfört med traditionella friluftskök. Thermo™ tältet var det första fungerande tältet i syntetväv och bygger på principen dubbla vävar. Fjällräven var först i världen med denna lösning och idag tillverkas i princip alla tält enligt denna princip. Fjällräven Kånken®, är en av världens mest sålda ryggsäckar. Den utvecklades med idén att det i ryggsäcken skulle få plats två A4 pärmar och ett sittunderlag. Andra innovationer är G-1000® tyget, Silhuett® sovsäck, ryggsäcken Gyro® samt "ice grip sulan" från Hanwag. I och med köpet av Brunton, med dess långa historia innefattande bl a utveckling och försäljning av kompasser och portabla solenergisystem, tillförs ytterligare möjligheter till nya innovativa produkter för ett aktivt friluftsliv.

PRODUKTION OCH LOGISTIK

Koncernens produkter tillverkas i de egna fabriker i Tyskland, Wyoming och Estland samt genom inhyrd produktion i bland annat Kroatien, Ungern, Estland

och Fjärran Östern.

Sedan december 2003 finns koncernens central-lager i Holland från vilket i princip all logistik administreras. Logistikbyggnaden ägs av det holländska dotterbolaget, medan lagren ägs av respektive bolag inom Brands. Från januari 2011 har även koncernens lagerhantering i USA samordnats under ett tak i Denver. Sedan många år finns ett centralt informationssystem som tillsammans med centrala lager skapar förutsättningar för bättre verksamhets- och lagerstyrning, förbättrade interna kommunikationer samt effektivare faktureringsystem.

MEDARBETARE

Medelantalet anställda i Fenix Outdoor koncernen uppgick 2011 till 598, en ökning med 178 personer jämfört med föregående år. Huvuddelen av ökningen kan hänföras till nyförvärv gjorda 2011. Koncernens bolag har platta organisationer som kännetecknas av decentralisering och korta beslutsvägar.

2001

Fjällräven förvärvar Tierra AB, Friluftsbolaget AB, Naturkompaniet AB samt Skandinavisk Høyfjellsstyr A/S i Norge. Totalt 35 butiker.



2002

Fjällräven-gruppen byter namn till Fenix Outdoor och Primus AB förvärvas.



NATUR
KOMPANIET



2003

I december tas det egna nya lager- och logistikcentret i drift i Holland.

2004

Förvärv av Hanwag.



2008

Försäljningsbolag etableras i Kina.



2009

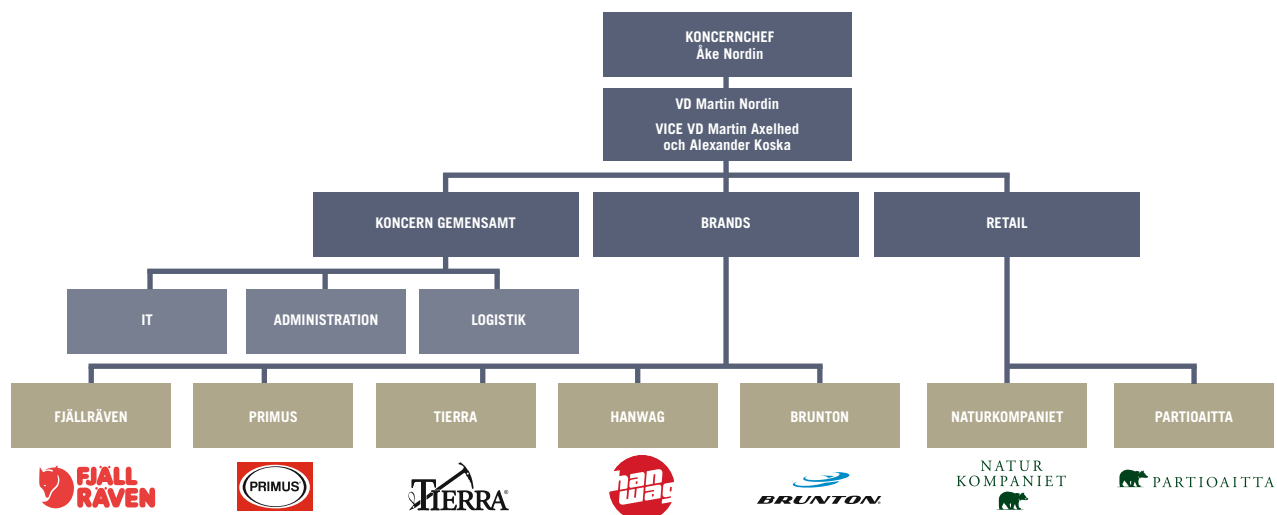
Förvärv av den engelska distributionen Rosker Ltd. Förvärv av Brunton.

2011

Förvärv av distributionsbolag i Schweiz och USA. Förvärv av den finska detaljistkedjan Partioaitta Oy

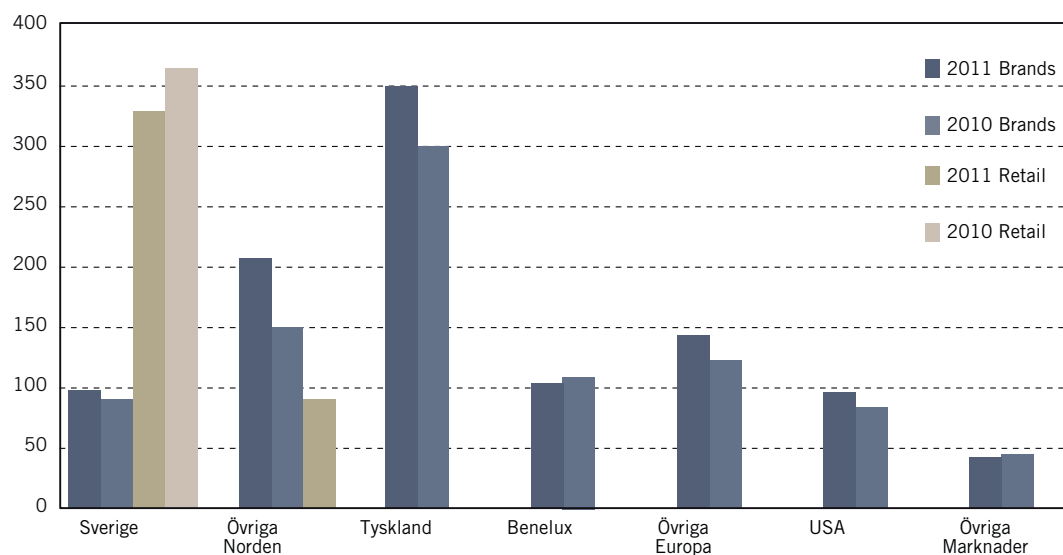
 PARTIOAITTA

ORGANISATIONSSTRUKTUR



Koncernen är uppdelad i två segment, Brands och Retail. Dessa segment stöds av en koncerngemensam enhet med ansvar för redovisning, finansiering, IT samt logistik.

FÖRSÄLNING PER MARKNAD, MSEK





HÅLLBARHETSREDOVISNING

Martin Axelhed vice VD för Fenix säger;

»Fenix ska bli ledande på hållbar utveckling i sin bransch genom innovation som ledstjärna. Vi förväntar oss stora framsteg under 2012, vi har precis anställt en Chief Sustainability Officer som sitter i ledningsgruppen och är ansvarig för att koordinera och driva hållbar utveckling i hela gruppen. Ett gemensamt synsätt för samtliga varumärken möjliggör expansion på alla fronter och medlemskapet i Global Compact förstärker ytterligare vårt engagemang. Detta är första gången vi rapporterar hela gruppens hållbarhetsprestanda och något vi kommer att förfina under åren som kommer.«



»Leave the base-camp better than you found it«

Fenix Outdoors utrustning vänder sig till människor med passion för friluftsupplevelser i naturen. Förutsättningarna för ett aktivt friluftsliv är ett hållbart förhållningssätt till världens naturresurser, en rättvis fördelning av resurserna och en god ekonomi. För Fenix är det självklart att hållbar utveckling utgör en bas för hela verksamheten. Utan en attraktiv natur med plats för friluftsliv finns inte utrymme för Fenix produkter.

THE FENIX WAY SOM RAMVERK FÖR HÅLLBAR UTVECKLING

Fenix varumärken är alla kända för kvalitet och hållbara produkter. Slit-

starka, tidlösa produkter som håller länge begränsar användningen av resurser och påverkan på miljön. Sedan Fjällräven startades 1960 har omtanken om naturen alltid funnits med i företagskulturen. Verksamheten har utvecklats till en koncern med flera varumärken och detaljhandel spridd i stora delar av världen med produktion och försäljning. Flera av Fenix varumärken har redan gjort sig kända för produkter utvecklade med hållbarhet som ledstjärna. Under 2011 intensifierades arbetet inom hållbar utveckling genom att hela koncernen samverkade för att skapa ett gemensamt förhållningssätt och systematik i hållbarhetsarbetet.

Under året utvecklades en gemensam Code of Conduct och ett ramverk för hela koncernens arbete med hållbarhetsfrågor, som kallas The Fenix Way. Dessutom anställdes en CSO, Chief Sustainability Officer som sitter i ledningsgruppen och ansvarar för att driva hela koncernens hållbarhetsfrågor. Fenix gick också med i the Global Compact under året.

EN BRANSCH MED STORA UTMANINGAR

Fenix verksamhet påverkar hela värdekedjan från design och utveckling till produktion, användning och slutfasen i livscykeln.

Flera av Fenix varumärken utvecklar, producerar och säljer textilier. Detta är en bransch med stor påverkan av exempelvis bekämpningsmedel för olika grödor, kemikalieanvändning i materialen, vattenanvändning vid odling, utsläpp till vatten då fibrer framställs och tyger färgas samt utsläpp av bland annat koldioxid från energianvändning och transporter.

En stor del av produktionen äger rum i Asien där utmaningar med arbetsvillkor och mänskliga rättigheter är vanligt förekommande. Arbetstid, anställningskontrakt, hälsa och säkerhet är exempel på frågor som kräver insatser. Även övriga varumärken behöver arbeta strategiskt för att hantera miljö- och samhällspåverkan inom en rad områden.

Fenix har höga ambitioner, inte bara i att reducera påverkan i alla led, utan att genom innovativa lösningar erbjuda konsumenterna produkter med hög håll-

barhetsprestanda. Genom att inspirera människor till ett aktivt friluftsliv, dels genom produkterna men också genom aktiviteter som Fjällräven Classic och 24 timmars vandring i Bayern, bidrar Fenix till att höja medvetenheten hos människor om värdet av en sund natur vilket påverkar miljön positivt på lång sikt.

Trenden inom Outdoor branschen idag är att utvecklingen mot produkter med högre hållbarhetsprestanda går fort. Det pågår en intensiv jakt efter bättre material som är ekologiska, rättvisemärkta, fossilfria eller baserade på återvunnen råvara. Dessutom arbetar många hårt för att säkerställa att hela produktionsprocessen sker utan kränkningar av mänskliga rättigheter och med rättvisa arbetsvillkor.

FÖRSTA ÅRET MED KONSOLIDERAD HÅLLBARHETSRAPPORTERING

Årets hållbarhetsredovisning på sid 10-14 innehåller för första året konsoliderade siffror och resultat. Redovisningen har tagit intryck från GRIs (Global Reporting Initiative) riktlinjer för rapportering, ambitionen är att göra en mer fullständig hållbarhetsredovisning enligt GRI för år 2012.

THE FENIX WAY

The Fenix Way är ett ramverk för att styra, hantera och utveckla Fenix verksamhet på ett hållbart sätt. Den omfattar samtliga helägda företag i koncernen. The Fenix Way innehåller en vision för Hållbar utveckling, en kompass för styrning som ligger till grund för målformuleringar, ett lednings-system som säkerställer ett systematiskt hållbarhetsarbete, en Code of Conduct och ett antal mer detaljerade dokument som exempelvis Supplier guidelines för krav på leverantörerna och en Restricted substances list som specificerar vilka kemikalier som måste undvikas enligt REACH-lagstiftningen.

VÅR VISION

”Leave the base camp better than you found it” – drivs av vår passion för uteliv. Den är naturligt integrerad med vårt ständiga åtagande att erbjuda bästa kvalitet, hållbarhet, tidlöshet och entreprenörskap i våra produkter och arbetssätt. Visionen manifesterar vår strävan att våra världsledande produkter också skall vara ledande när det gäller miljöprestanda och samhällsansvar.

För att vara ledande inom hållbar utveckling måste Fenix ständigt utveckla nya innovativa lösningar inom alla segment som skapar bättre produkter och nya arbetssätt.

Fenix grundtanke är att affärsverksamhetens mål leder till lyckligare och friskare människor, starkare samhällen, sundare miljö i balans och bästa möjliga finansiella resultat. Fenix strävar efter att uppnå gott resultat på alla fyra områden samtidigt.

THE FENIX WAY MANAGEMENT COMPASS

Kompassen syftar till peka ut färdriktningen så att Fenix optimerar resultat och uppnår ledarskap inom alla fyra områden;

- **Nature**
 - **Economic performance and core business processes**
 - **Societal Responsibility**
 - **Wellbeing**
- “Compass of Sustainability © AtKis-son, used under license”

North-Nature

Vår verksamhet innebär att vi utrustar och inspirerar människor till naturupplevelser. Därför arbetar vi aktivt med att bevara och skydda naturen och dess biologiska mångfald för att på lång sikt bidra till återuppbyggnaden av förstörda ekosystem.



East – Economic performance and core business processes

Genom att producera och sälja produkter med hög kvalitet, lång hållbarhet, och tidlös design, samt genom att ständigt vara innovativa förser vi våra kunder med högvärdiga produkter och tjänster, dessutom utvecklar vi långsiktiga affärsrelationer, allt detta säkerställer starka finansiella resultat för våra aktieägare på lång sikt.



South – Societal Responsibility

Vi tar vårt samhällsansvar i alla länder och samhällen där vi har verksamhet och vi upprätthåller de högsta krav på affäretik och mänskliga rättigheter. Vårt mål är att bidra till ett väl fungerande samhälle överallt där vi verkar.



West – Wellbeing

Våra anställda över hela världen förtjänar en säker och hälsosam arbetsmiljö och våra kunder måste få säkra och tillfredställande produkter. Vårt mål är att respektera varje individs integritet och att inte diskriminera någon. Vi uppmuntar balans i livet och erbjuder möjligheter till personlig utveckling.



CODE OF CONDUCT

Fenix kod ska följas av alla Fenixföretag, deras anställda, leverantörer, underleverantörer, entreprenörer och affärspartners. Koden bygger på internationellt erkända ramverk och dokument såsom, The Global Compact, The Universal Declaration of Human Rights och ILO – the International Labour Organization's Declaration on Fundamental Principles and Rights to Work.

Koden håller på att implementeras inom organisationen och kommer att ingå i kontrakten med leverantörer och affärspartners. Uppföljning av koden gentemot leverantörer kommer att initieras under 2012 genom utveckling av de granskningar som redan görs av de olika varumärkena.

Kodens innehåll beskriver hur Fenix ska uppnå ambitionerna i kompassens fyra delar, North, East, South och West. Varje del innehåller en rad specifika frågor som är relevanta för Fenix verksamhet, för mer information ladda gärna ner Fenix Code of Conduct från hemsidan www.fenixoutdoor.se.

Fokusområden för mål och uppföljning

För att prioritera hållbarhetsarbetet har Fenix definierat sex fokusområden för insatserna under de kommande åren:

1. **Climate action**
2. **Material choice**
3. **Engaging suppliers**
4. **Continuous innovation**
5. **Inspiring customers**
6. **Healthy workplace**

Under 2012 kommer Fenix att sätta mål för sina strävanden inom dessa områden som följs upp årligen. I årets rapport redovisas fakta som följer upp och redogör för Fenix ambitioner och resultat inom de fem första fokusområdena.

ÅRETS KONSOLIDERADE RESULTAT

2011 är första året som Fenix presenterar konsoliderade siffror för hela gruppen på energianvändning, resor och materialanvändning.

CLIMATE ACTION

Fenix påverkar växthuseffekten framför allt genom verksamhetens energianvändning och vid transporter av råvaror, material och färdiga produkter, men även genom personresor. Fenix redovisar inköpt elektricitet, värme och kyla för anläggningar som används som kontor, lager, butiker och egna fabrikslokaler. Redovisningen av affärsresor täcker 95% av resandet och antagandet att bilarna till 75% drivs av diesel och 25% av bensin ligger till grund för beräkning av koldioxidutsläppen.

Koldioxidutsläpp Fenix Outdoor Group 2011

Energianvändning	KWh	CO ₂ ton
Inköp av elektricitet, värme och kyla	3 793 212	1 110

Affärsresor	Km	CO ₂ ton	Andel av resandet i km
Flyg	3 407 659	282	60%
Bil	2 159 172	581	38%
Tåg och kollektiva färdmedel	144 403	15	2%
Totalt	5 711 234	878	

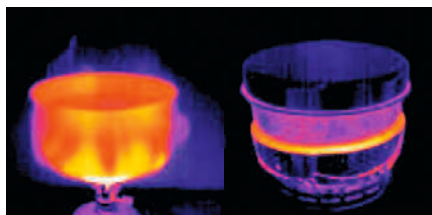
I flera länder använder Fenix till viss del förnybara energikällor såsom vind, vattenkraft eller biomassa. Ambitionen är att öka andelen förnybar energi för uppvärmning och elektricitet.

Transportfunktionen är centraliserad till ett lager i Holland, ett i Norge och ett i USA. Detta möjliggör effektivt utnyttjande av transportkapacitet från produktionsländerna. God planering av alla steg i design- och produktionsprocessen gör att fartygstransporter är det vanligaste transportmedlet för Fenix varor.

ETAPower kök sparar bränsle

Fenix erbjuder en rad produkter som har en positiv effekt på växthuseffekten genom att de reducerar utsläppen under användning eller har en mindre påverkan i produktionsledet.

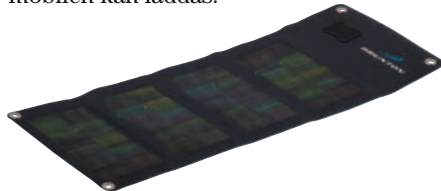
Primus ETAPower kök är ett samlingsnamn för flera varianter av kök som har en avsevärt högre verkningsgrad än traditionella friluftskök. Verkningsgraden uppgår till ca 75% som kan jämföras med ett genomsnittligt kök som har ca 40% verkningsgrad. Detta innebär nästan en halvering av bränsleförbrukning och koldioxidutsläpp.



Primus Etakastruller bygger på ny teknik med värmväxlare i botten, vilket reducerar bränsleåtgång och CO₂ utsläpp med ca en tredjedel och förkortar koktiden. Dessa kastruller kan användas till de flesta konventionella gas och multifuelkök på marknaden.

Eco-Shell är Fjällrävens nya material för plagg som är vattentäta, vindtäta och ventilerande. Materialet är helt baserat på återvunnen polyester vilket minskar användning av fossilt material och koldioxidutsläpp, samtidigt blir plaggen helt återvinningsbara i sin tur. Kläderna är också fria från fluorkarboner.

Brunton erbjuder bärbara solceller för att ladda utrustning av olika slag ute i naturen. Det innebär helt fossilfri energi ute i fält och även högre säkerhet då mobilen kan laddas.



Klimatkompensation på utvalda produkter

Primus klimatkompenserar för förbränningen av bränsle i ETAPower köken genom investeringar i återplantering av regnskog i Costa Rica av stiftelsen Bauminvest. Under 2011 uppgick klimatkompensationen till 11 ton CO₂.

Fjällräven klimatkompenserar för de populära ryggsäckarna Kånken

och Kajka. Kompensationen gäller för produktionen och transportererna av ryggsäckarna. Dessutom kompenserar Fjällräven för de koldioxidutsläpp som uppstår i samband med produktion och transporter av Eco-Shell plagg. Den totala koldioxidreduktionen som Fjällräven investerade i under 2011 uppgick till 600 ton koldioxid.

Koldioxidreduktionen som Fjällräven köper avser projekt i utvecklingsländer som fokuserar på antingen förnybar energi eller på energieffektiviseringar. De är verifierade och granskade av FN och är dessutom så kallade Gold standard vilket innebär att de har en oberoende kvalitetsmärkning som stöds av mer än 60 frivilligorganisationer, däribland Greenpeace International och WWF International.

MATERIAL CHOICE

Materialvalet till Fenix produkter är en mycket viktig faktor som till stor del avgör hur väl produkterna lever upp till Fenix ambitioner att erbjuda varor med så låg miljöpåverkan som möjligt. I textilbranschen går utvecklingen snabbt mot återvunna, ekologiska och fossilfria råmaterial. Kemikaliefrågan är en stor utmaning i branschen som fått mycket uppmärksamhet internationellt under 2011. EUs REACH-lagstiftning utgör grunden för Fenix arbete med kemikalier.



Fenix Materialanvändning 2011

Varumärke	Återvunnen textil-fiber kg	Ekologisk bomull kg	Återvunnet stål kg	Kromfritt läder kg
Fjällräven	27 500	24 750		3 600
Primus			171 564	88
Hanwag				25 500
Tierra	2 984	124		
Fenix totalt	30 484	24 874	171 564	29 188

Fjällrävens Eco-Shell är exempel på en produkt som innehåller återvunnen polyester. Tierras andel återvunnet material uppgick till 21% av total materialåtgång under 2011. Andelen återvunnet stål i Primus produkter uppgår till 36%. Fjällräven uppskattar att 10% av den totala inköpta volymen material är ekologisk bomull eller återvunnet material. Hanwag arbetar för att öka volymen kromfritt läder som redan idag uppgår till 25 500 kg.

Ett grönare val - ett medvetet val

Inom Fenix har de olika varumärkena börjat utveckla rutiner och listor för vilka material som ska väljas i första hand utifrån hållbarhetskriterier. Dessa används vid design och materialval för att hela tiden öka andelen miljöanpassade produkter.

Naturkompaniet har upprättat en egen märkning, "Ett grönare val" för att exponera de produkter som har bäst miljöprestanda i butikerna. Detta underlättar för kunderna att göra medvetna val.

Utfasning av kemikalier

Fjällräven har nästan fasat ut användningen av fluorkarboner helt och hållet som behandling för vattenavvisande plagg. Hanwag använder kromfritt läder till vissa kängor och arbetar för att ersätta farliga lim med vattenbaserade i sin produktion. Primus håller på att ersätta BPA (Bisfenol A) i plastartiklar och PTFE – fluorkarboner i beläggningen på kokkärl och de har kommit en bra bit på väg.



Att fasa ut skadliga kemikalier ur produktionen är något som står högt på Fenix lista över miljöåtgärder. Flera av varumärkena har rutiner för att ersätta de kemikalier som finns på REACH listan som begränsar och förbjuder användningen av vissa substanser. Detta sker genom att ställa tydliga krav på leverantören samt genomföra stickprovstester på produkterna för att följa upp. För att säkerställa kemikaliekompetensen anlitas ofta expertis utifrån. Detta arbete kommer att utvecklas vidare till att omfatta samtliga varumärken under 2012.

ENGAGING SUPPLIERS

Fenix har alltid haft en filosofi att arbeta med leverantörer i långsiktiga relationer, vilket gör att kunskapen om leverantören och möjligheten att påverka är stor. Något som är användbart i arbetet med att utveckla nya mer miljöanpassade lösningar, säkerställa att arbetsvillkoren enligt ILO efterlevs och att mänskliga rättigheter respekteras.

CONTINUOUS INNOVATION

Hela Fenix gruppen startade med en innovation i form av Åke Nordins träram till en ryggsäck som fick stor uppmärksamhet av både samerna och friluftsentusiaster. Det var startskottet till Fjällräven som sedan vuxit till en grupp företag där innovation finns i kulturen sedan länge. Brunton startades också med en innovation, den sk syftkompassen 1894, som används flitigt än idag.

För att kunna erbjuda alternativa lösningar till fluorkarboner, BPA plast och konventionellt läder krävs en driven designkultur som söker nya lösningar. Fenix bedömer detta som en avgörande framgångsfaktor i sin bransch där utvecklingen går snabbt mot mer hållbarhetsanpassade produkter.

Ett verktyg för att uppnå mer miljöanpassade produkter är Eco index, som tagits fram av branschorganisationen Outdoor Industry Association. Indexet används för att bestämma det miljömässiga fotavtrycket från en viss produkt. Fjällräven använde Eco index under 2011 vilket ledde till nya insikter eftersom en mängd olika aspekter behandlas i varje steg av livscykel.

Arbetet med att klimatkompensera vissa produkter som Fjällrävens ryggsäckar; Kånken och Kajka har lett till värdefull

kunskap om var utsläppen uppstår i värdekedjan och därigenom förslag till förbättringar som lett till reducerade CO2 utsläpp.

Design och produktutveckling är central för att behålla de starka positioner som Fenix varumärken har och dessa processer får allt större betoning mot hållbarhetsdriven utveckling. De listor som utvecklas för vilka material som ska väljas i första hand är ett verktyg som säkerställer hållbar innovation. Primus använder ett LCA (Life cycle analysis) verktyg för att hitta nya optimala lösningar för sina produkter.

INSPIRING CUSTOMERS

Ett ytterligare viktigt fokusområde för Fenixföretagen är att inspirera människor att pröva på friluftsliv. Generellt har marknaden för friluftsliv utvecklats mycket positivt de senaste åren.

Redan under 70-talet arrangerades Fjällrävsveckorna i Riksgränsen. Det fick stadsmänniskor att pröva på något som annars hade känts alltför svåröverkomligt. Idag är det Fjällräven Classic som är det mest populära äventyret, sedan starten har över 11 000 vandrare tillryggat de 110 kilometerna mellan Nikkaloukta sameby och Abisko, 200 kilometer norr om polcirkeln. Majoriteten av deltagarna har aldrig fjällvandrat tidigare och anländer från hela Europa för att delta. Fjällräven har också ett samarbete med Friluftsrådet som kallas Green team där barn och ungdomar lockas ut på äventyr i naturen.

Hanwag anordnar sedan några år tillbaka en 24 timmars vandring i Bayern som blivit mycket populär. Ett spännande inslag är att starten går från olika platser varje år. Sist anmälde sig 8000 vandrare från 20 länder för att rösta om var starten skulle gå av stapeln, det blev Frankenskonen i Bayern.

AFFÄRSOMRÅDE BRANDS

- Nettoomsättning för affärsområdet 2011: 1.089 (952) MSEK.
- Antal anställda 2011: 319 (238)
- Varumärken: Fjällräven, Tierra, Primus, Hanwag och Brunton

AFFÄRSIDÉ

Affärsområdet Brands utvecklar, tillverkar, marknadsför och säljer utrustning för aktivt friluftsliv och fritid under de egna varumärkena Fjällräven, Tierra, Primus, Hanwag och Brunton.

PRODUKTER

Sortimentet omfattar ryggsäckar, sovsäckar, tält, kök, lyktor, kläder, skor samt kängor för friluftsbruk, kompasser, portabel solenergiutrustning och

kikare. Produkterna har hög kvalitet och slitstyrka i kombination med låg vikt och kännetecknas av klassisk design. Produktutvecklingen anpassas till krav från konsumenter och professionella utövare. Varumärkena har hög kompetens inom produktutformning, material- och produktionsstyrning. Fenix-filosofin är att erbjuda optimalt fungerande produkter baserade på funktionsstyrd design. Tierras produktprogram är främst inriktat på högteknologiska kläder. Bland Primus produkter återfinns högteknologiska mobila kök som kan användas med olika bränslen. Hanwag

är en av Europas ledande tillverkare av kvalitetskängor. Fjällräven är ett väl inarbetat varumärke för kläder, tält, sovsäckar och ryggsäckar. Brunton har ett fokus på teknisk outdoor utrustning, i form av kompasser, kikare och portabel solenergiutrustning. Förutom investeringar i en kontinuerlig utveckling av produktsortiment sker en målmedveten satsning på och investering i varumärkena. Produkterna säljs huvudsakligen genom helägda distributionsbolag till externa samt interna outdoordetaljister.

VARUMÄRKEN INOM AFFÄRSOMRÅDE BRANDS



PRODUKTER

KLÄDER, SOVSÄCKAR, TÄLT
OCH RYGGSÄCKAR

TRÖJOR, JACKOR,
BYXOR

GASKÖK, LYKTOR
OCH TILLBEHÖR

KÄNGOR OCH SKOR

KOMPASSER, PORTABEL
SOLENERGIUTRUSTNING
OCH KIKARE

UNDERVARU- MÄRKEN

Känken®, G-1000®
Hydratic®, Silhuett®
Gyro®, DePender

LiTech™
OmniFuel™
Micron™
ETA™
Gravity™
PrimeLite™

FJÄLLRÄVEN



Sedan 1960 utvecklar, producerar, marknadsför och säljer Fjällräven funktionell, tidlös och stryktålig utrustning för upplevelser i naturen. Under alla år har Fjällräven även konsekvent arbetat med att ta ansvar för människor, djur och natur samt att inspirera fler att ge sig ut i naturen. Idag är Fjällräven mer populärt än någonsin.

EN BÄRANDE HISTORIA

Fjällrävens historia började 1950 när Åke Nordin, en 14-årig grabb från norrländska staden Örnsköldsvik, skulle ge sig ut på en fjällvandring. Åke var inte nöjd med dåtidens ryggsäckar. De hängde alltid som små obekväma, päronformade påsar längst nere vid rumpan. Han tog saken i egna händer och byggde en ram av trä. Ramen fördelade belastningen bättre över ryggen och gjorde det inte bara skönare för kroppen – han kunde bära tyngre också.

Ryggsäcksramen, vars avlastande principer gäller än idag, blev 1960 starten på Åkes företag Fjällräven. Snart lanserades helt nya ryggsäckstyper, revolutionerande sovsäckar och de första kondensfria tälten. Innovationerna spreds och gjorde så småningom friluftslivet tillgängligt för en bredare publik. Behovet tycktes enormt. Av tältduk, för tung för Åkes lättviktstält, syddes Fjällrävens första friluftskläder, bland annat den klassiska Grönlandsjackan. Kläderna var av en helt ny standard. Väven som användes till plaggen fick namnet G-1000 (G efter en lyckad Grönlandsexpedition 1966). Idag är G-1000 en av friluftsvärldens mest slitstarka och anpassningsbara material. Fjällrävens utrustning gav tillsammans med insatser från Friluftsrådet och Svenska Turistföreningen syre åt en hel folkrörelse.

VARUMÄRKET

Varumärket Fjällräven har under de senaste åren blivit än mer populärt. Detta märks inte bara på den ökade efterfrågan på företagets produkter utan även i diverse opinionsundersökningar.

- 2009 tilldelas Fjällräven "Signumpriset", ett pris som delas ut till det nordiska företag som är bäst på att vårda sitt varumärke över tiden.

- 2010 visade en undersökning från TNS-SIFO som genomförs vartannat år att Fjällräven är Sveriges starkaste varumärke inom konfektion. Bland samtliga varumärken på den svenska marknaden hade Fjällräven vandrat från plats 183 år 2008 till plats 6 år 2010, strax efter giganter som bland annat IKEA och Google.

- 2012 bekräftades varumärkets styrka ytterligare av ISI Wissings varumärkesundersökning där Fjällräven återigen placerade sig på plats 6.

Förutom en fortsatt stark produktutveckling kan en stor del av populariteten härledas till de senaste årens förbättrade dialog med användarna. Arrangemang som Fjällräven Classic och Fjällräven Polar följs med intresse av hundratusentals personer världen över samtidigt som hög närvaro i sociala medier skapar en personlig dialog.

Fjällräven lägger även än större omsorg vid att förklara sin historia, sina ambitioner och sina produkter för användare. Företagets hemsida är till exempel full med praktiska tips och filmer om friluftsliv och företagets annonser skiljer sig från sina konkurrenters genom att ge detaljerad information om såväl företaget som produkten.

Företagets kataloger påminner ofta mer om en friluftstidning eller lärobok inom friluftsliv än om ensidigt reklammaterial.

Sammantaget har denna ärliga och trovärdiga kommunikation lett till en god relation med friluftsentusiaster över hela världen och skapat en solid plattform för framtiden.

UTRUSTNINGEN

Fjällrävens har alltid vart ett företag känt för sin utrustning med genomtänkta funktioner och lång hållbarhet. Denna stolta tradition har bara blivit tydli-

gare med åren och utrustningen hyllas världen över. 2009 utsågs ryggsäcken Kajka till Sveriges bästa friluftskonst och bedriften upprepades 2010 då tältet Akka Dome fick samma utmärkelse. Under 2011 utsågs friluftskonst Keb till världens bästa friluftskonst av en enig jury bestående av representanter från den internationella friluftspresen.

En av hemligheten bakom dessa framgångar ligger i Fjällrävens stolta produktutveckling. Medarbetare ger sig själva regelbundet ut i naturen för att finna nya smarta lösningar, förbättra material, minska vikt och öka hållbarheten och rörelsefrihet i kläder och utrustning.

Från egna och andras upplevelser tas skisser och prototyper på ny utrustning fram. Dessa testas, testas och testas igen. Maskinger på textillaboratorier river, sliter och nöter. Testpatruller undersöker hur lösningar fungerar under faktiskt användande. Under dessa utvärderingar utsätts produkterna för mer påfrestning under kort tid än de gör under år av normalt användande.

DISTRIBUTION

Sedan starten i ett litet källarutrymme i Örnsköldsvik har Fjällräven expanderat till nästan alla hörn av världen. Försäljningen i Sverige, Norge, Finland, Danmark, Tyskland, Österrike, Benelux, Nordamerika, England, Italien, Schweiz, Kina och Östeuropa hanteras av koncentrerade bolag. Försäljningen i Korea och Japan sker via licenstagare.

NU FORTSÄTTER VANDRINGEN

För att säkerställa en fortsatt positiv utveckling för företaget och friluftslivet har Fjällräven identifierat tre fokusområden:

- Utveckla slitstark, tidlös och funktionell friluftsutrustning.
- Visa hänsyn mot människor, djur och natur
- Inspirera fler att ge sig ut i naturen.

1. Utveckla slitstark, tidlös och funktionell utrustning.

Slitstark utrustning är inte bara en självklarhet för mer njutbara naturupplevelser. Det är även resultatet av ett miljö-tänk som funnits inom företaget sedan starten. Lång hållbarhet leder till färre onödiga köp och Fjällrävens produkter ska vara en garant för att användaren inte behöver köpa nytt under lång, lång tid. Många av Fjällrävens plagg sys därför i den stryktåliga G-1000 väven.

2. Visa hänsyn mot människor, djur och natur.

Ingen som på ett eller annat sätt arbetar med Fjällräven ska behöva få sina

mänskliga rättigheter kränkta. Detta faktum regleras genom "Fjällrävens uppförandekod".

När det gäller själva produkterna uttrycks företagets ansvar främst genom fokuseringen på hållbar och tidlös utrustning. Självklart används även miljövänliga material som ekologisk bomull och återvunnen polyester. Eftersom det idag är känt att fluorkarboner är farliga för miljön, fasar Fjällräven ut dessa kemikalier ur den vattentäta kollektionen och under 2011 lanserades skalplagg i det nyutvecklade materialet Eco-Shell. Dessa nya plagg är återvinningsbara, klimatkompenserade och fria från fluorkarboner.

Värt att nämna är att ryggsäcken Kånken 2008 blev världens första klimatkompenserade ryggsäck. Idag är även vandringsryggsäcken Kajka kompenserad för de oundvikliga emissioner som uppstår i samband med produktion och transport. Fjällräven arbetar också sedan många år för djuret fjällrävens överlevnad genom att finansiellt stödja projektet "Rädda Fjällräven".

3. Inspirera fler att ge sig ut i naturen.

Redan i slutet på 70-talet tog Fjällräven ut nyfikna nybörjare i naturen genom de så kallade "Fjällräven-veckorna" i Riksgränsen i norra Lappland. Företaget

har även under lång tid samarbetat med Svenska Turistföreningen och Friluftsrådet för att få fler att upptäcka den svenska fjällvärlden.

Idag introducerar Fjällräven årligen tusentals människor till fjällvandring genom Fjällräven Classic. Evenemanget är en folkfest i en av världens vackraste miljöer. Längst delar av Kungleden, med start i Nikkaluokta sameby och målgång i Abisko, vandrar deltagarna 110 kilometer i storslagen natur.

Fjällräven Polar är ytterligare ett av företagets friluftsanslag där deltagare från hela världen röstar fram för att ge sig ut på ett 330 km långt äventyr norr om Polcirkeln. Under fyra dagar navigerar deltagarna deras egen hundsläde genom ett spektakulärt landskap i en till synes ogästvänlig miljö, över karg tundra och frusna sjöar, genom berg och skogar tunga av snö. Inför 2012 års Fjällräven Polar röstade mer än 100 000 personer fram de 20 deltagarna och 700 000 personer besökte kampanjsidan.

Mycket har hänt sedan 1960, men Fjällräven fortsätter vandringen längs sin utstakade led.

PRODUKTGRUPPER



JACKOR



BYXOR



SKJORTOR, TRÖJOR



JAKT



RYGGSÄCKAR



TÄLT



SOVSÄCKAR



TILLBEHÖR



UTVECKLA SLITSTARK, TIDLÖS OCH FUNKTIONELL UTRUSTNING

Hela idén bakom Fjällräven bygger på att erbjuda funktionell utrustning för fler och skönare upplevelser i naturen. En förutsättning för detta är att fortsätta finna nya smarta lösningar, förbättra material, minska vikt och öka rörelsefrihet i kläder och utrustning. Vår utrustning följer inga ängsliga trender. Alla våra produkter står för funktion och hållbarhet under lång, lång tid framöver.

VÄCKA OCH UPPRÄTTHÅLLA INTRESSET FÖR FRILUFTSLIV

Redan på 70-talet tog vi med nyfikna nybörjare ut i vildmarken genom Fjällrävsveckorna i Riksgränsen. Över åren har vi tagit med oss tiotusentals människor på olika äventyr. Och vi tänker fortsätta väcka lusten för naturen hos än fler. Fjällräven Classic och Halv Classic är bara två exempel på folkfester i världens vackraste miljöer.



AGERA ANSVARSFULLT MOT MÄNNISKOR, DJUR OCH NATUR

För oss handlar kvalitetstid inte bara om produkter och en kärlek till naturen. Det handlar också om att visa hänsyn mot människor, djur och natur. Vi arbetar ständigt för att bli bättre på detta. För oss är detta ett kontinuerligt arbete som genomsyrar allt vi gör, från produktion hållbar utrustning, val av material och klimatkompensering till sponsorskap och donation.



Tierra grundades 1983 med målet att tillverka kläder för klättrare och friluftsmänniskor med krav på högsta funktion. Varumärket är väl inarbetat i Norden och framförallt i Sverige har det en mycket hög varumärkeskännedom hos målgruppen.

Tierra grundades 1983 med målet att tillverka kläder för klättrare och friluftsmänniskor med krav på högsta funktion. Varumärket är väl inarbetat i Norden och framförallt i Sverige har det en mycket hög varumärkeskännedom hos målgruppen.

Under 2010 förstärkte Tierra sin organisation och verksamheten flyttades till Solna, där övriga varumärken i koncernen finns representerade.

MARKNAD

Under 2012 kommer Tierra öka antalet återförsäljare specialiserade på outdoorprodukter. Tierra finns idag representerat i Sverige, Finland, Norge, Danmark och från hösten 2011 representeras varumärket i Schweiz genom Fenix Outdoorägda distributören Bus Sport. Intresset för varumärket stiger och antalet återförsäljare som representerar Tierra ökar på samtliga marknader. I Finland ökas närvaron betydligt genom Fenix Outdoors förvärv av butikskedjan Partioattia och Tierras produkter kommer nu att säljas i Partioattias samtliga butiker från och med våren 2012.

För att förstärka varumärket Tierra ytterligare fortlöper samarbetet med ett testteam bestående av aktiva och auktoriserade bergsguider och under 2011 har bergsguiden Stefan Palm anslutit sig till teamet. Dessutom samarbetar Tierra med Åre Lavincenter och Kebnekaise Fjällstation, där personal och guider bär Tierras kläder i det dagliga arbetet.

För att stödja svensk klättersport sponsrar Tierra en internationell klätter- och boulderingtävling, Tierra Boulder Battle, med deltagare från världseliten. Media-bevakningen under tävlingen väntas bli god och kommer att liksom förra året upplaga sändas via SVT.

PRODUKTERNA

Tierra har en ständig strävan att förbättra och utveckla sina produkter. Det har varit en medveten strategi att med ett produktdrivet arbete skapa en tydlighet och autenticitet i varumärket. Produktutvecklingsteamet är sammansatt av personer med kompetens inom industridesign, materialteknik, textilteknik,

inköp och produktion. Alla med ett brinnande intresse och gedigen erfarenhet av Tierra-aktiviteter som högalpin klättring, klippklättring, skidbestigning och skidåkning. Tierras produkter har testats på flera av jordens yttersta utposter såsom Mount Everest, K2 och Nordpolen och detta har varit en positivt särskiljande faktor för Tierra som varumärke. Nya ideer och produkter föds på berget och därför värdesätter vi tid ute. Tierras produktutvecklingsteam har också en ständigt pågående diskussion med testteamet. För att göra de mest innovativa och funktionella plaggen så arbetar vi med materialleverantörer som Gore Tex, Polartec, Primaloft, Pertex som alla är bäst i sin kategori av textil och material. Under produktutvecklingen kan vi påverka och minska vårt resursutnyttjande genom att företrädesvis välja återvunna material eller material från förnybar råvara och alltid välja helt Flourkarbonfri impregnering när det är möjligt, samt formge för minskat spill vid produktionen.



ANY ADVENTURE. WEATHER. FUEL.

Nya PRIMUS OmniLite™ Ti är vårt mest avancerade kök någonsin. Baserat på samma teknologi som vårt prisbelönta PRIMUS OmniFuel™. Köket är mindre, lättare och betydligt mer bränsleeffektivt. Perfekt på alla tänkbara äventyr, i alla väder och tillsammans med i princip alla bränslen.



**A PART OF PEOPLE'S
ADVENTURES SINCE 1892**



I alla tider har funktion, kvalitet och nya tekniska lösningar varit centrala delar vid utvecklingen av våra produkter. Sedan 1892 har vårt mål varit att göra livet ute i naturen så enkelt och bekvämt som möjligt för dig som vill koka, lysa och värma.

Våra produkter testas om och om igen för att de ska vara klimatsmarta, enkla att använda och lätta att bära.



Primus samarbetar med miljöstiftelsen Bauminvest som återplanterar regnskog i Costa Rica. Läs mer på www.primus.se

1897 var ett Primuskök med på resan när Andrée försökte nå Nordpolen med luftballong. 1911 hade Roald Amundsen med sig ett Primuskök när han nådde Sydpolen. Sir Edmund Hillary och Tenzing Norgay blev de första att bestiga Mount Everest den 29 maj 1953. De lagade sin mat på ett kök från Primus.



Primus AB är sedan augusti 2002 ett helägt dotterbolag till Fenix Outdoor AB. Grunden till Primus var Frans Wilhelm Lindqvists första sotfria fotogenkök från 1892. Köket hade bättre värmekapacitet än konkurrenterna och blev snabbt en populär produkt, inte minst vid expeditioner. Primus användes till exempel vid den första bestigningen av Mount Everest 1953.

Primus AB är sedan augusti 2002 ett helägt dotterbolag till Fenix Outdoor AB. Grunden till Primus var Frans Wilhelm Lindqvists första sotfria fotogenkök från 1892. Köket hade bättre värmekapacitet än konkurrenterna och blev snabbt en populär produkt, inte minst vid expeditioner. Primus användes till exempel vid den första bestigningen av Mount Everest 1953.

Primus är en av världens ledande tillverkare av lätta, mobila kök, lyktor och tillbehör för friluftsliv. Företaget utvecklar, producerar och säljer högteknologiska produkter för att koka, värma och lysa. En stor del av produkterna tillverkas av det egna dotterbolaget Primus Eesti OÜ, beläget i Tartu, Estland. Försäljningen sker till ett 70-tal länder över hela världen. Primus är ett välkänt varumärke och företaget har gedigen erfarenhet av att tillverka högkvalitativa, innovativa och pålitliga produkter.

MILJÖVÄNLIG MATLAGNING

Primus Eta-kök tillhör de mest miljövänliga och bränslesnåla friluftskök som finns på marknaden. De har avsevärt lägre bränsleförbrukning än traditionella typer

av stormkök, spritkök och gaskök. Bra för miljön, bra för plånboken – dessutom blir packningen lättare. Genom stiftelsen BaumInvest kompenseras även Primus för de små koldioxidutsläpp som Eta-köken ändå orsakar.

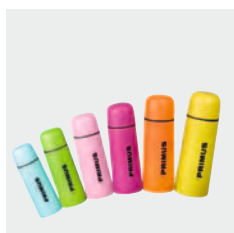
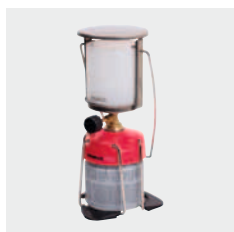
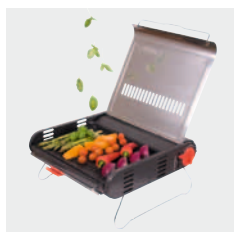
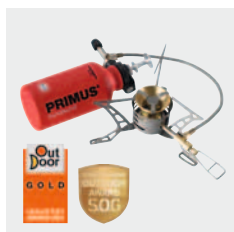
Mount Everest benämns allt oftare som "världens högst belägna soptipp". Under 2011 har den första långsiktiga städskampanjen, Saving Mount Everest, inletts. Många av expeditionerna som försöker nå toppen av Mount Everest använder kök från Primus och majoriteten använder även Primus gasbehållare. Därför var det självklart för Primus att stödja projektet. I en första fas har mer än åtta ton skräp forslats ner från toppen. 2012 inleds nästa fas då man ska bygga återvinningsstationer längs vägen till Everests basläger samt utbilda befolkningen i att ta hand om avfallet och återvinna det – allt för att nå en hållbar lösning på problemet.

PRODUKTER, FÖRSÄLJNINGSKANALER OCH KONKURRENTER

Primus sortiment kan delas in i tre huvudgrupper: kök & lyktor, tillbehör och bränsle. Den huvudsakliga målgruppen

utgörs av människor som utövar olika typer av utomhusaktiviteter. Försäljning i Sverige, Tyskland och Österrrike bedrivs i egen regi. Försäljning på andra viktiga marknader som Finland, Norge, Storbritannien, Östeuropa, Kina och USA sker genom koncernens försäljningsbolag i dessa länder. I Japan sker distribution via ett japanskt joint venture-bolag. På övriga marknader sker försäljning främst genom distributörer. Primus största konkurrenter är MSR, Jetboil, Coleman, Trangia, Kovea, Edelrid, Optimus, Snow Peak, Esbit, Soto och Campingaz.

Primus har under 2011 behållit sina marknadsandelar inom bränslesegmentet. Försäljningen av kök och lyktor har ökat och kategorin tillbehör fortsätter att öka stadigt. Under 2011 lanserades även köket OmniLite. Det har redan belönats med flera utmärkelser. Köket bygger på samma teknologi som det prisbelönta OmniFuel-köket men är mindre, lättare och betydligt mer bränsleeffektivt. De senaste åren har Primus breddat sitt sortiment genom utveckling av nya och innovativa produkter. Med ett brett produktutbud är förutsättningarna att öka försäljningen goda, framför allt i Europa och Nordamerika.





HANWAG

Hanwag startades 1921 i Vierkirchen utanför München, Tyskland, av Hans Wagner. Hanwag har utvecklats till att bli en av världens ledande tillverkare av kvalitetskängor. Fenix Outdoor förvärvade Hanwag hösten 2004 av ägaren Josef Wagner.

HANWAG 90 ÅR

Hanwag startade som en liten, lokal producent av traditionella skor, bayerska "haferischeuhe". Hans Wagner var en av de första att tillämpa den så kallade dubbelstygn metodiken vid tillverkningen av dessa skor. Med tiden specialiserade sig företaget på skor för vandring i Alperna. Kvaliteten och kraven på funktionalitet har kvarstått också nu när företaget, 90 år senare, är en av Tysklands mer erkända producenter av vandringskängor. Produktionen ligger delvis fortfarande kvar i Vierkirchen utanför München.

HANTVERKSTRADITION OCH PASSFORM

Hanwag erbjuder ett brett sortiment för både kvinnor och män. Sortimentet innehåller kängor för allt från promenad till glaciärklättring. Prisnivån är relativt hög eftersom varje känga är handgjord och

kontrollerad för sin funktionalitet och passform. Detta gör att många produkter finns kvar i sortimentet, år från år. Därtill sker kontinuerlig produktutveckling med förbättringar och framtagning av nya kängor och skor. Varumärkets identitet är starkt förknippad med funktion, passform och kvalitet. Det brukar sägas att den som en gång satt ner foten i en Hanwag-känga i affären sällan väljer en annan beroende på den goda passformen.

KUNDER, MARKNADER OCH KANALER

Hanwags kunder återfinns främst bland friluftslivsintresserade människor, alpinister, vandrare, jägare, paraglidare och resande. Cirka 50% av företagets produkter exporteras till ett stort antal länder i Europa, men också till marknader längre bort som Asien. Exportförsäljningen

sker genom externa distributörer, koncernägda försäljningsbolag och genom koncernens kinesiska joint venture bolag. Varumärket har haft en mycket god försäljningsutveckling de senaste åren. De största konkurrenterna på den ännu så länge viktigaste marknaden, Europa, är Meindl och Lowa.

PRODUKTUTVECKLING

Produktutveckling drivs i samråd med med såväl bolagets personal och dess samlade kunskap som Hanwag "Pro Team" bestående av erfarna alpinister och vandrare. Bolagets designers och produktutvecklare sitter dessutom inom ett par stegs avstånd från produktionslokalen med dess möjligheter till test och prototypframställande. Hanwag har infört ett nytt koncept "Real custom made" där bergskor efter individuella mått nu kan produceras.



ALPIN



ROCK



ZWIEGENAEHT



YAK



TREK



TREK LIGHT



TRAIL



AIR



TRAVEL



BRUNTON



Brunton är en ledande tillverkare av outdoor-utrustning och har sitt säte i Riverton, vid Wind River Mountains i Wyoming, USA. Brunton är välkänt för sina innovativa produkter inom navigation, optik och förnyelsebar portabel energiutrustning.

Brunton startades av D.W. Brunton 1894, då han skapade en syftkompass, "pocket transit", ett instrument som idag används, inte bara av friluftsmäniskor, utan även av geologer, skogsarbetare och andra professionella nyttjare.

Bruntons kunder är friluftsmäniskor och jägare, men även militärer och yrkesutövare som använder produkterna i sitt dagliga arbete. Produkterna är av hög kvalitet och är designade för att klara tuffa påfrestningar. Produkterna

har genom åren fått många utmärkelser för innovation och design.

Bolaget har under 2011, under sitt ägande i en global outdoorkoncern som Fenix Outdoor, arbetat intensivt med att återskapa och höja de värden som finns i varumärket och bolaget är mycket nöjt med de insatser som genomförts och det resultat detta givit, inte minst vad gäller att stärka varumärkets premiumkaraktär.

Stora resurser satsas nu på fortsatt produktutveckling. Nya produkter är en

viktig komponent för fortsatt tillväxt.

För att koncentrera utvecklingsarbetet har bolaget avvecklat sin "köksprodukter". Bolaget koncentrerar sig avseende den sistnämnda produktkategorin på att sälja Primus produkter.

Bolaget har under 2011 startat upp ett europeiskt marknadsbolag för att öka försäljningen i Europa. Produkterna kommer säljas via detta bolag, men också genom koncernens övriga försäljningsbolag i Europa.



AFFÄRSOMRÅDE RETAIL

- **Nettoomsättning för affärsområdet 2011: 443 (379) MSEK**
- **Antal anställda 2011: 192 (111)**
- **Varumärken: Naturkompaniet AB, Fiskarnas redskapshandel, Partioaitta OY**

Fenix Outdoor har länge haft en strategi att växa med egen retail utanför Sveriges gränser för att stärka koncernens närvaro. Under våren 2011 blev det verklighet då man förvärvade Partioaitta Oy i Finland. I och med förvärvet så har man totalt 43 butiker inom affärsområdet. Under 2011 har arbetet med att integrera Partioaitta till affärsområdet påbörjats och löpande sker utvärdering av andra nya marknader och möjligheter för affärsområdet retail. Affärsområdets målsättning är att "främja friluftsliv och hälsa genom att tillhandahålla utrustning som underlättar och berikar friluftsliv". Retail's uppmaning till sina kunder är att de ska; "Göra vardagen till ett äventyr!"

NATURKOMPANIET AB

Naturkompaniet är Sveriges ledande aktör inom försäljning av produkter för friluftsliv och resor. Försäljningen sker genom 31 butiker, 25 egna och 6 franchise, samt genom postorder/webbutik. Naturkompaniet har sina rötter 81 år tillbaka i den svenska scout rörelsen. De två kedjorna Friluftsbolaget och Naturkompaniet slogs samman under hösten 2002 och verksamheten drivs vidare under det gemensamma namnet Naturkompaniet. Naturkompaniet säljer utrustning för friluftsliv och resa från världens ledande varumärken. Några exempel på kända varumärken som säljs är Fjällräven, Tierra, Primus, Hanwag, Brunton, Patagonia, The North Face, Marmot, Arc'teryx och Haglöfs. Kvalitet, kunskap, service och sortiment är Naturkompaniets signum. Naturkompaniets kunder är friluftsliv och reseintresserade människor som uppskattar personlig service, kvalitet och värenommerade varumärken.

Naturkompaniets kunder har valt en aktiv livsstil och vet att friluftsliv i någon form ökar såväl välbefinnande som livskvalitet. Naturkompaniets målsättning är att kunderna ska "Göra vardagen till ett äventyr" oavsett om det innebär att de

tar en tur i svampskogen eller bestiger ett berg i Himalaya.

MARKNADEN

Naturkompaniet har ytterligare stärkt sin position på den svenska marknaden under året. Fyra nya butiker har öppnats, Helsingborg, Karlstad, Norrköping och Jönköping. Under året har även butiken på Odengatan i Stockholm och Stora Nygatan i Göteborg totalrenoverats. Försäljningsmässigt har året varit utmanande då året började med riktig vinter men slutsålda lager efter en mycket stark höst 2010. Året avslutades med en ovanligt varm höst. Vädret har haft större påverkan på försäljningen än det allmänna oroliga ekonomiska läget i Europa.

FRAMTIDA UTVECKLING

Under april flyttar butiken på Skomakaregatan i Malmö till en tre gånger så stor butiklokal på Södra Förstadsgatan. Målsättningen är ytterligare en till två etableringar under året på den svenska marknaden. År 2011 lanserade Naturkompaniet en kundklubb och ett nytt kundmagasin med fyra utgåvor per år, detta har mottagits mycket positivt och ska fortsätta att utvecklas under 2012. Vidare pågår ett stort projekt att påbörjas med byte av affärssystem, en viktig del inför framtida utveckling av kedjan.

FISKARNAS REDSKAPSHANDEL

Denna del av verksamheten består av import och försäljning av utrustning för sportfiske. Försäljning sker genom butik och grossistverksamhet.

För karta över det svenska butiksnätet, se sid 59.

PARTIOAITTA OY

Partioaitta Oy är med sina 11 butiker Finlands ledande butikskedja inom

försäljning av produkter för friluftsliv och resor. Partioaitta som översatt till svenska betyder scoutbod, grundades redan 1928 av den Finska scout rörelsen. Fenix Outdoor förvärvade bolaget från scouterna i maj. Kedjan är en samslagning av olika scoutföreningars butiker och man har ända sedan starten försett sina kunder med kvalitativ utrustning för skog, fjäll och vildmark. I sortimentet hittar man kända varumärken som Fjällräven, Tierra, Primus, Hanwag, Brunton, The North Face, Marmot, Halti, Arc'teryx och Haglöfs. Scouter har alltid varit en stor del av Partioaittas kunder och på senare år har en nyrekrytering av andra kundgrupper skett. Idag har Partioaitta kunder från alla åldersgrupper och den gemensamma nämnaren är att kunden söker kvalitativ utrustning som ger en bättre friluftsupplevelse. Precis som för Naturkompaniet är service, kvalitet, kunskap och sortiment de viktigaste nämnarna för företaget.

MARKNADEN

Partioaitta är ett starkt varumärke på den finska marknaden och butikerna har inarbetade lägen där många stamkunder handlar. Den geografiska spridningen över landet av butiker är god och man säljer även via sin webbbutik. En utvärdering av butiksnätet och marknaden har genomförts och man planerar för en rad förändringar. 2011 har varit ett förändringens år inom företaget. Verksamheten har effektiviserats och förändrats. Ekonomi och logistik har delvis outsourcats. Marknads-kommunikationen har utvecklats och sortiments tänket strävar till att möta krav på kvalitet i allt högre grad. Inköpsavdelningen har gjort stora förändringar under året som gått vilket kommer att kunna ses från vår sommar 2012 men fullt ut från hösten 2012.

2011 har varit ett utmanande handelsår i Finland och det varma vädret

har under året haft negativ effekt på försäljningsutvecklingen.

FRAMTIDA UTVECKLING

Sedan förvärvet så har arbetet med integreringen av kedjan varit tidskrävande men nödvändigt. Arbetsätt och rutiner har till vissa delar förändrats för att vi på

sikt ska uppnå synergieffekter. I Finland har Partioaitta sin egen organisation och arbetar självständigt för att på bästa sätt ha kunskap om den lokala marknaden. Målet är att etablera fler butiker och under året har det tecknats avtal för en ny stor butik som kommer att öppna under våren 2012 vid Ikea utanför Helsingfors. Butiken blir en outlet för att snabbare

kunna anpassa sortiment och byta säsong i de andra butikerna. Innan sommaren kommer en flytt av butiken i östra centrum att ske till en större och attraktivare lokal. Målet är att under kommande år öppna ett antal nya butiker. Under våren 2012 kommer man att börja ge ut en finsk version av Naturkompaniets 365 magasin.



ÅRSREDOVISNING - FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelsen och verkställande direktören för Fenix Outdoor Aktiebolag (publ) med säte i Örnsköldsvik och organisationsnummer 556110-6310, avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2011. Årsredovisningen inklusive revisionsberättelsen omfattar sid 28-53.

VERKSAMHET

Koncernen är organiserad i två rörelsesegment: Brands som omfattar utveckling och marknadsföring av de egna varumärkena Fjällräven, Tierra, Primus, Hanwag och Brunton samt Retail genom outdoordetaljisterna Naturkompaniet och Partioaitta. Dessa två rörelsesegment stöds av koncerngemensamma funktioner för ledning, ekonomi, finans, IT och logistik. Huvuddelen av de koncerngemensamma funktionerna ligger inom moderbolaget.

KONCERNFÖRHÅLLANDE

Svenska Nordinvestment AB:s innehav av aktier i Fenix Outdoor AB uppgår till 81% av det sammanlagda rösttalet och 57% av kapitalet, vilket innebär att ett koncernförhållande råder mellan Svenska Nordinvestment AB och Fenix Outdoor AB.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER

Koncernen uppvisade under 2011 en fortsatt tillväxt, där cirka en tredjedel kan hänföras till befintlig verksamhet, men i övrigt till förvären av två distributionsbolag samt en finsk retailkedja med elva butiker. Den svenska retailrörelsen uppnådde inte förra årets mycket goda försäljningssiffror, vilka påverkades positivt av då mycket gynnsamma väderförhållanden.

Fenix Outdoor har under året förvärvat tre bolag, vilka till del konsoliderats under perioden. De nya bolagen är Bus Sport Ag som är en distributör av outdoorprodukter till den schweiziska marknaden, med Hanwag och Fjällräven som två betydande varugrupper, samt Fjällräven USA Llc (Fjällräven Arctic Fox Llc) som är ett relativt nyetablerat distributionsbolag för Fjällräven på den amerikanska marknaden. Detta bolag driver dessutom en butik i New York. I maj förvärvades den finska detaljhandelskedjan Partioaitta. Efter räkenskapsårets utgång har Fenix Outdoor AB dessutom förvärvat utestående minoritet i Fjällräven USA Llc.

FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT

Koncernens nettoomsättning ökade med 15% och uppgick till 1.531,9 (1.331,7) MSEK. Koncernens resultat efter skatt uppgick till 167,3 (168,5) MSEK, en minskning med 1%. Vinst per aktie efter skatt uppgick till 12,60 (12,70) kr.

Affärsområdet Brands nettoomsättning uppgick till 1.089,3 (952,3) MSEK, en ökning med 14%. Tyskland är den enskilt största marknaden och svarade för 33% av segmentets omsättning. Rörelseresultatet för helåret uppgick till 249,0 (215,9) MSEK, en ökning med 38%.

Nettoomsättningen för affärsområdet Retail uppgick till 442,6 (379,4) MSEK, en ökning med 17%. Den svenska verksamheten minskade omsättningen med 9%. Rörelseresultatet för helåret uppgick till 38,6 (65,8) MSEK. Resultatbidraget från den finska verksamheten begränsades något av engångskostnader hänförliga till ägarförändringen.

Moderbolagets nettoomsättning uppgick till 0,0 (0,0) MSEK och rörelseresultatet uppgick till -36,2 (-25,7) MSEK. Moderbolagets resultat efter finansiella poster uppgick till 119,3 (77,3) MSEK. Den positiva delen av finansnettot består huvudsakligen av erhållna utdelningar från dotterbolag

UTSIKTER FÖR 2012

Koncernen följer löpande konjunkturen och konsumenternas köpkraftsutveckling. I vilken mån skuldskrisen i världen kommer att påverka försäljningen och då inte minst i Nordvästeuropa, där koncernen har en betydande del av sin omsättning är svårt att bedöma. Historiskt har outdoorbranschen klarat sig bra, relativt andra branscher, vid nedgångar i konjunkturen. På inköpsidan finns risker i form av möjlig fortsatt kostnadspress i produktionsledet och genom rörlighet i råvarupriser.

Risken för koncernen begränsas av att koncernen har en solid finansiell bas med låg belåning. Koncernen står rustad för upp- och nedgångar i konjunkturen och har dessutom möjlighet att kunna genomföra strategiskt intressanta förvärv om sådana möjligheter skulle erbjudas.

PERSONAL

Medelantalet anställda samt löner, ersättningar och sociala kostnader redovisas i not 5. Styrelsens förslag till årsstämman beträffande ersättning till ledande befattningshavare framgår av samma not.

LIKVIDITET OCH FINANSIELL STÄLLNING

Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark, men likviditeten har påverkats genom kontantköp av nya verksamheter, investeringar i IT och lagerlokal samt högre lagernivåer. Koncernens likvida medel uppgick till 85,6 (270,6) MSEK. Koncernens räntebärande skulder uppgick till 45,5 (51,8) MSEK. Koncernens egna kapital uppgick till 754,1 (608,7) MSEK, vilket motsvarar en soliditet på 72,2 (68,9)%.

RISKFaktorER

Konjunkturella risker

Koncernens försäljnings- och resultatutveckling har historiskt ej påverkats särskilt mycket vid upp- och nedgång i konjunktur.

Väder och säsongsrisker

Vissa delar av koncernens sortiment och försäljning påverkas av vådrets utveckling. Delar av vinterkollektionen, som främst säljs på den nordiska marknaden, påverkas negativt vid sena och varma vintrar.

Moderisker

Koncernen ser sig inte som ett företag med modeprodukter och anser sig inte annat en marginellt påverkat av olika modetrender.

Valutarisker

Koncernens nettoomsättning i olika valutor fördelar sig enligt följande SEK (31%), EUR (45%), USD (7%), DKK (5%) NOK (6%) samt övriga valutor (6%). En betydande del av koncernens inköp görs i USD, även om vissa varumärken också har en stor andel inköp i EUR. Koncernens policy är att terminssäkra en stor del av USD exponeringen genom kontrakt med upp till ett års löptid. Då företaget har en betydande del av sin försäljning i EUR säkras inte dessa inköp. För att balansera koncernens stora nettointäkter i EUR görs all huvudsaklig säkring av USD direkt mot EUR.

Ytterligare information beträffande koncernens riskhantering finns i Not 2 och 19 under avsnittet Redovisningsprinciper och noter.

Känslighetsanalys förutsatt att ingen säkring gjorts

Faktor	Förändring	Påverkan på resultat före finansnetto, Mkr
USD	+/- 5 procent	9-/+
EUR och DKK	+/- 5 procent	7+/-

FORSKNING OCH UTVECKLING

Koncernen bedriver ingen forskning i ordets bemärkelse. En av företagets främsta faktorer för framgång har sedan starten varit förmågan att ständigt utveckla nya produkter och förbättra befintliga. Detta kännetecknas för koncernens samtliga varumärken. Arbetet sker främst av koncernens egen personal. Produkterna testas både i laboratoriemiljö och i verklig miljö bl a genom återkommande event som Fjällräven CLASSIC och Hanwags 24 timmars vandring i Tyskland.

Principer för redovisning av utvecklingskostnader samt beloppsmässiga uppgifter framgår av ett separat avsnitt under not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper.

FILIALER

Fjällrävens inköpsbolags verksamhet innefattar en filial i Norge. Denna filial svarar för första hand för Fjällrävens logistik i Norge och försäljning till Fjällrävens norska försäljningsbolag. Fjällrävens tyska försäljningsbolag driver en filial i Österrike för försäljning på den österrikiska marknaden.

INVESTERINGAR

Koncernens investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar uppgick till 56,1 (28,5) MSEK, exklusive kapitaltillskott i intressebolag.

BOLAGSSTYRNINGSRAPPORT

Bolagsstyrningen utgår från Aktiebolagslagen, noteringsavtalet med NasdaqOMX Stockholm och Svensk kod för bolagsstyrning med de undantag som nedan anmärkes. Bolagsordningen fastställer bolagets firma, verksamhetsinriktning, säte, antal styrelseledamöter, aktiekapitalets storlek, m.m.

SVENSK KOD FÖR BOLAGSSTYRNING

Denna rapport är upprättad i enlighet med Svensk kod för Bolagsstyrning, där undantag förklaras i samband med respektive avsnitt.

Årsstämma

Koncernens högsta beslutande organ är årsstämman. Årsstämma äger vanligen rum i slutet av april eller början av maj månad. På årsstämman utses varje år styrelse och vart fjärde år revisorer för Fenix Outdoor AB. Dessutom fastställs årsboks slutet och beslut sker beträffande ansvarsfrihet och vinstdisposition i enlighet med bolagsordning samt riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare. Samtliga aktieägare som är registrerade i aktieboken på en viss avstämningsdag och som anmält deltagande i tid har rätt att delta i stämman och rösta för det totala innehavet av aktier. Aktieägare kan företrädas av ombud.

Valberedning

Fenix Outdoor AB avser att avvika från kodens bestämmelser rörande valberedning. Skälet härtill är att Åke Nordin, bolagets grundare då under firma Fjällräven AB, numera är koncernchef och att familjen Nordin och dem närtstående bolag äger cirka 63% av aktierna i bolaget motsvarande cirka 86% av rösterna på bolagsstämma/årsstämma om samtliga aktier i bolaget företräds vid stämman. Mot bakgrund av aktieägarkretsens sammansättning har en valberedning inte ansetts behövlig. Förslag avseende val av ordförande vid årsstämma, styrelseval och revisorsval samt om arvode åt styrelseledamöterna och revisorerna lämnas därför av bolagets större aktieägare och presenteras i kallelse till årsstämma samt på bolagets hemsida.

Styrelsearbete

Fenix Outdoor AB:s styrelse består av fyra ledamöter valda av årsstämman. Bolagets verkställande direktör är föredragande men ingår inte i styrelsen. Bolaget kan bara beklaga att det inte varit möjligt att uppfylla önskemålet om en jämn könsfördelning i styrelsen. Information om styrelsen och verkställande direktören finns på hemsidan.

Under verksamhetsåret 2011 har styrelsen utöver det konstituerande mötet haft fem protokollförda sammanträden. På konstituerande styrelsemöte beslutas arbetsordning för styrelse och verkställande direktör, vilken syftar till att säkerställa styrelsens behov av informations- och beslutsunderlag. Därutöver har styrelsen utfärdat skriftliga instruktioner avseende arbetsfördelning mellan styrelsen och verkställande direktören.

Vid varje ordinarie möte framläggs ekonomisk och finansiell rapport för verksamheten. Styrelsen sammanträder årligen med bolagets revisorer för genomgång av revisionsrapport och årets verksamhet. Inom Fenix Outdoor AB finns inga speciella utskott eller kommittéer utan alla frågor behandlas av styrelsen i sin helhet. Styrelsen har dock prövat frågan om inrättande av ett ersättningsutskott men har ansett att den beredning och kompetensfördelning som tillämpas avseende ersättningar är ändamålsenlig och bra. Styrelsen har därför inte funnit anledning till att ändra denna ordning, även om det innebär en avvikelse från Kodens regler. Ersättningsfrågor till ledande befattningshavare handhas av koncernchefen eller verkställande direktören. Arvodet till styrelsens ledamöter valda av bolagsstämman beslutas av bolagsstämman på förslag av bolagets största aktieägare. Vid årsstämman 2011 beslutades ett arvode till styrelsen på sammanlagt 200 000 kronor.

Styrelsen har under 2011 övervakat dels bolagets finansiella rapportering, dels systemen för intern kontroll. Detta syftar till att säkerställa att verksamheten är effektiv och bedrivs i enlighet med lagar och förordningar samt att den ekonomiska rapporteringen är tillförlitlig. Styrelsen har tagit del av och utvärderat rutinerna för redovisning och ekonomisk rapportering samt följt upp och utvärderat de externa revisorernas arbete, kvalifikationer och oberoende.

Riskbedömning

Styrelsen och företagsledningen arbetar löpande med riskbedömning och riskhantering för att säkerställa att de risker som bolaget är utsatt för hanteras inom de ramar som ytterst fastställs av styrelsen.

Kontrollåtgärder

Styrelsen och företagsledningen har baserat på gjorda riskbedömningar fastställt ett antal kontrollåtgärder i verksamhetens processer. I kontrollstrukturen ingår också bland annat fastställda befogenheter, arbetsfördelning och företagsledningens genomgång av finansiell information. Kontrollerna ska även säkerställa att felaktigheter blir rättade.

Information och kommunikation

Den interna informationen och externa kommunikationen regleras på övergripande nivå.

Uppföljning

Den interna kontrollen avseende den finansiella rapporteringen utvärderas löpande.

Styrelsen erhåller kvartalsrapporter med ekonomiskt utfall inklusive ledningens kommentarer till verksamheten. Vid varje styrelsesammanträde behandlas den ekonomiska situationen. Styrelsen tar årligen ställning till väsentliga riskområden och utvärderar den interna kontrollen.

Närvaro på styrelsemöten under 2011

Styrelseledamot	Närvaro ordinarie och konstituerande möten
Sven Stork (ordf)	6
Åke Nordin	6
Mats Olsson	6
Anders Hedberg	6

Information

Bolagets information till aktieägarna och andra intressenter ges via årsredovisningen, boksluts- och delårsrapporterna, pressmeddelanden och bolagets hemsida, www.fenixoutdoor.se. På hemsidan finns också finansiella rapporter och pressmeddelanden för de senaste åren samt information om bolagsstyrning.

Antal aktier och röster

Det totala antalet aktier i bolaget uppgår till 13 273 731, varav 2 400 000 aktier av serie A och 10 873 731 aktier av serie B. Det totala antalet röster i bolaget uppgår till 34 873 731. Bolagets största aktieägare redovisas på hemsidan.

ÄGARFÖRHÅLLANDEN

Fenix Outdoor AB hade vid räkenskapsårets utgång 3 189 aktieägare. De tio största aktieägarnas innehav uppgick tillsammans till 71% av kapitalet. Förteckningen över de största aktieägarna lämnas på sidan 51.

RESULTAT OCH STÄLLNING

Beträffande koncernens och moderbolagets resultat och ställning hänvisas till efterföljande resultat och balansräkningar, kassaflödesanalyser och noter.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel:

	kr
Balanserade vinstmedel	246.680.748
Årets vinst	98.769.866
Summa	345.450.614

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så:

	kr
att till aktieägarna utdelas	39.821.193
att i ny räkning överförs	305.629.421
Summa	345.450.614

STYRELSENS YTTRANDE ÖVER DEN FÖRESLAGNA UTDELNINGEN

Styrelsens uppfattning är att den föreslagna utdelningen om 3,00 (3,00) SEK per aktie ej hindrar bolaget från att fullgöra sina förpliktelser på kort och lång sikt, ej heller att fullgöra erforderliga investeringar. Den föreslagna utdelningen kan därmed försvaras med hänsyn till vad som anförs i ABL 17 kap 3 § 2-3 st. Bolagets soliditet är mot bakgrund av att verksamheten fortsatt bedrivs med lönsamhet betryggande. Likviditeten i bolaget bedöms kunna upprätthållas på en likaledes betryggande nivå.

Styrelsen föreslår som avstämningsdag tisdagen den 15 maj 2012. Utbetalning genom VPC beräknas tidigast ske fredagen den 18 maj 2012.

FEM ÅR I SAMMANDRAG KONCERNEN

Mkr	2011	2010	2009	2008	2007
RESULTATRÄKNING					
Nettoomsättning	1.531,9	1.331,7	1.114,2	961,1	845,0
Av- och nedskrivningar	-30,0	-24,3	-19,7	-20,5	-21,4
Rörelseresultat	234,7	251,4	171,7	135,5	123,8
Finansiella poster	0,2	-13,2	-12,1	9,7	-3,7
Resultat efter finansiella poster	234,8	238,2	159,6	145,2	120,1
Skatt	-67,6	-69,9	-46,3	-40,0	-38,2
Minoritetsintressen	0,9	-0,2	-	-	-
Årets resultat	167,3	168,5	113,3	105,2	81,9
BALANSRÄKNING					
Anläggningstillgångar	280,6	200,7	215,7	200,3	181,9
Varulager	466,1	267,4	231,7	252,7	182,8
Kundfordringar	114,8	92,5	62,8	91,0	81,1
Övriga omsättningstillgångar	97,4	52,1	50,7	29,9	21,8
Likvida medel, kortfristiga placeringar	85,6	270,6	182,7	65,8	120,6
Summa tillgångar	1.044,5	883,3	743,6	639,7	588,2
Eget kapital	754,1	608,7	498,6	417,7	327,4
Minoritetsintressen	8,9	1,2	1,5		
Avsättningar m m	37,3	36,0	29,8	24,2	25,1
Långfristiga skulder, räntebärande	0,0	44,2	56,1	67,3	77,4
Kortfristiga skulder					
Räntebärande	45,5	7,7	7,4	11,8	56,0
Icke räntebärande	198,7	185,5	150,2	118,7	102,3
Summa eget kapital och skulder	1.044,5	883,3	743,6	639,7	588,2
KASSAFLÖDE					
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-12,3	151,7	207,9	55,8	90,2
Investeringar	-124,9	-35,4	-94,1	-23,7	-13,9
Kassaflöde efter investeringar	-137,2	116,3	113,8	32,1	76,3
NYCKELTAL					
Omsättningstillväxt, %	15,0	19,5	15,9	13,7	13,8
Vinstmarginal, %	15,3	17,9	14,3	15,1	14,2
Avkastning på totalt kapital, %	25,2	29,8	16,4	24,9	23,0
Avkastning på eget kapital, %	24,6	30,4	24,7	28,3	27,7
Soliditet, %	72,2	68,9	67,1	65,3	55,7
Medelantalet årsanställda, st	646	420	340	311	285
DATA PER AKTIE					
Antal aktier, tusental per 31/12	13.274	13.274	13.274	13.274	13.274
Genomsnittligt antal aktier, tusental per 31/12	13.274	13.274	13.274	13.274	13.274
Bruttokassaflöde per aktie, kr	14,17	14,53	10,02	9,47	7,78
Resultat per aktie, kr	12,60	12,70	8,54	7,93	6,17
Eget kapital per aktie, kr	56,81	45,86	37,56	31,47	24,67
Börskurs 31/12, kr	153	190	137	55,75	63,00
P/E-tal	15	15	16	7	10
Utdelning ¹⁾	3,00	3,00	2,00	2,00	2,00

DEFINITIONER: VINSTMARGINAL: Resultat efter finansiella poster i procent av fakturering. AVKASTNING PÅ TOTALT KAPITAL: Resultat efter finansiella poster med tillägg för räntekostnader i procent av genomsnittligt kapital. AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL: Nettoresultatet i procent av genomsnittligt eget kapital. SOLIDITET: Eget kapital i procent av balansomslutningen.

BRUTTOKASSAFLÖDE PER AKTIE: Resultat efter skatt plus avskrivningar i relation till genomsnittligt antal aktier. RESULTAT PER AKTIE: Nettoresultat dividerat med genomsnittligt antal aktier. EGET KAPITAL PER AKTIE: Nettoresultat i procent av genomsnittligt eget kapital. P/E-tal: Börskurs vid räkenskapsårets utgång dividerat med resultat per genomsnittligt antal aktier.

1) Föreslagen utdelning

RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT, KONCERNEN

Belopp i Tkr	Not	2011	2010
Nettoomsättning	4	1.531.948	1.331.743
Övriga rörelseintäkter	6	21.836	19.884
		1.553.784	1.351.627
Handelsvaror	19	-711.469	-593.947
Övriga externa kostnader	7,8,32	-333,465	-284.554
Ersättningar till anställda	5	-239.389	-194.218
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-30.023	-24.287
Resultat från andelar i intresseföretag		-1.148	-680
Övriga rörelsekostnader	6	-3.631	-2.587
Rörelseresultat	4	234.659	251.354
Finansiella intäkter	9	9.809	3.988
Finansiella kostnader	9	-9.623	-17.117
Resultat efter finansiella poster		234.845	238.225
Skatt	11	-67.554	-69.881
Årets resultat	4	167.292	168.344
Hänförligt till moderbolagets aktieägare		166.369	168.541
Hänförligt till minoritetsägare		923	-197
Resultat per aktie före skatt hänförlig till moderföretagets aktieägare under året (kr)		17,69	17,94
Resultat per aktie efter skatt hänförlig till moderföretagets aktieägare under året, (kr)		12,60	12,70
Antal utestående aktier		13.273.731	13.273.731
Föreslagen utdelning per aktie (kr)		3,00	3,00
Resultat per aktie före och efter utspädning är samma då det inte finns utestående optioner eller konvertibler som kan medföra utspädning.			
ÖVRIGA TOTALRESULTAT			
Årets resultat efter skatt		167.292	168.344
Övriga totalresultat:			
Periodens förändring av omräkningsreserv		1.574	-24.086
Periodens förändring av säkringsreserv		17.218	-7.787
Summa totalresultat		186.084	136.471
Summa totalresultat hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare		185.161	136.668
Minoritetsägare		923	-197

KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING

Per 31 december, Belopp i Tkr	Not	2011	2010
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	12	154.880	92.877
Materiella anläggningstillgångar	13	110.361	92.040
Uppskjutna skattefordringar	11	5.658	4.945
Andra finansiella tillgångar	14,18	8.133	8.912
Andra fordringar	14,18	1.532	1.919
Summa anläggningstillgångar		280.564	200.693
Omsättningstillgångar			
Varulager	16	466.122	267.422
Kundfordringar och andra fordringar	2,17,18	181.805	120.596
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	20	30.433	23.989
Andra kortfristiga placeringar	2,18	-	-
Kassa- och banktillgodohavanden	2,18	85.622	270.622
Summa omsättningstillgångar		763.982	682.629
SUMMA TILLGÅNGAR		1.044.545	883.322
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
EGET KAPITAL			
Kapital och reserver som kan hänföras till moderbolagets aktieägare			
Aktiekapital		26.547	26.547
Övrigt tillskjutet kapital		65.933	65.933
Andra reserver		-1.770	-20.562
Balanserade vinstmedel inkl årets resultat		663.361	536.813
Summa eget kapital		754.071	608.732
Minoritetsintresse			
Minoritetsintresse		8.870	1.173
SKULDER			
Långfristiga skulder			
Upplåning	2, 18, 24	-	46.809
Uppskjutna skatteskulder	11	33.968	31.969
Pensionsförpliktelser	22	467	549
Övriga avsättningar	23	2.861	843
Summa långfristiga skulder		37.296	80.170
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder m m	18, 25	115.928	117.779
Aktuella skatteskulder		24.348	14.932
Upplåning	18, 24	45.537	7.653
Derivatinstrument	, 19	-	-
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	26	58.494	52.607
Övriga avsättningar	23	-	276
Summa kortfristiga skulder		244.308	193.247
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		1.044.545	883.322

Koncernens ställda säkerheter och eventalförpliktelser framgår av not 27-28.

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL

Belopp i Tkr	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Säkringsreserv	Omräkningsreserv	Balanserade vinstmedel inkl årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 1/1 2010	26.547	65.933	629	10.683	394.820	498.612
Förändring av säkringsreserv			-7.787			-7.787
Förändring av omräkningsreserv				-24.086		-24.086
Summa förmögenhetsförändringar redovisade direkt mot eget kapital, exklusive transaktioner med bolagets ägare	26.547	65.933	-7.158	-13.404	394.820	466.738
Årets resultat					168.541	168.541
Summa förmögenhetsförändringar exklusive transaktioner med bolagets ägare	26.547	65.933	-7.158	-13.404	563.361	635.279
Utdelningar					-26.547	-26.547
Utgående eget kapital 12/31 2010	26.547	65.933	-7.158	-13.404	536.814	608.732
Ingående eget kapital 1/1 2011	26.547	65.933	-7.158	-13.404	536.814	608.732
Förändring av säkringsreserv			17.218			17.218
Förändring av omräkningsreserv				1.574		1.574
Summa förmögenhetsförändringar redovisade direkt mot eget kapital, exklusive transaktioner med bolagets ägare	26.547	65.933	10.060	-11.830	536.814	627.524
Årets resultat					166.368	166.368
Summa förmögenhetsförändringar exklusive transaktioner med bolagets ägare	26.547	65.933	10.060	-11.830	703.182	793.892
Utdelningar					-39.821	-39.821
Utgående eget kapital 31/12 2011	26.547	65.933	10.060	-11.830	663.361	754.071

RAPPORT ÖVER KASSAFLÖDE, KONCERNEN

Belopp i Tkr	Not	2011	2010
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Rörelseresultat		234.659	251.354
Av- och nedskrivningar		30.023	24.527
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet m m	29	272	-30.282
Erhållen ränta och utdelningar		9.809	3.988
Erlagd ränta		-9.623	-3.808
Betald skatt		-57.499	-68.149
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		207.641	177.630
Förändring av varulager		-146.408	-35.688
Förändring av rörelsefordringar		-36.752	-28.409
Förändring av rörelseskulder		-36.715	38.188
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-12.234	151.721
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	30	-18.168	-3.309
Försäljning av immateriella anläggningstillgångar		-	392
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	30	-37.891	-25.179
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		2.539	10.101
Investeringar i dotterbolag	31	-71.847	-
Investeringar i intressebolag		-	-6.421
Förvärv/försäljning av finansiella tillgångar		425	-515
Avyttring/amortering av övriga finansiella tillgångar		-	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-124.940	-24.931
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Upptagna lån		-	-
Amortering av skuld		-11.090	-5.604
Förändring av kortfristiga finansiella skulder		-	949
Utbetald utdelning		-39.821	-26.547
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-50.911	-31.202
Förändring av likvida medel		-188.085	95.588
Likvida medel vid årets början		270.622	187.702
Kursdifferens i likvida medel		3.085	-7.668
Likvida medel vid årets slut		85.622	270.622

RESULTATRÄKNING OCH TOTALRESULTAT, MODERBOLAGET

Belopp i Tkr	Not	2011	2010
RÖRELSENS INTÄKTER			
Nettoomsättning	4	-	-
Övriga rörelseintäkter	6	50.186	9.888
Summa intäkter		50.186	9.888
RÖRELSENS KOSTNADER			
Övriga externa kostnader	7,8	-65.406	-16.129
Personalkostnader	5	-14.835	-16.962
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-6.157	-2.473
Resultat från andelar i intresseföretag		-	-
Övriga rörelsekostnader	6	-	-
Summa rörelsens kostnader		-86.398	-35.564
Rörelseresultat		-36.213	-25.676
RESULTAT FRÅN FINANSIELLA INVESTERINGAR			
	9		
Resultat från andelar i koncernföretag		151.470	113.887
Resultat från andelar i andra företag		-3.338	-
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		10.388	5.476
Räntekostnader och liknande resultatposter		-3.071	-16.425
Summa resultat från finansiella investeringar		155.448	102.938
Resultat efter finansiella poster		119.236	77.262
Bokslutsdispositioner	10	-7.193	-12.655
Skatt	11	-13.273	12.194
Årets resultat		98.770	76.801
ÖVRIGA TOTALRESULTAT, MODERBOLAGET			
Årets resultat efter skatt		98.770	79.801
Övriga totalresultat:		-	-
Summa totalresultat		98.770	76.801

BALANSRÄKNING MODERBOLAGET

Per 31 december, Belopp i Tkr	Not	2011	2010
TILLGÅNGAR			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för dataprogram	12	21.485	1.554
Summa immateriella anläggningstillgångar		21.485	1.554
Materiella anläggningstillgångar			
	13		
Byggnader och mark		1.119	1.194
Förbättringsutgifter på annans fastighet		280	362
Inventarier, verktyg och installationer		3.317	10.387
Summa materiella anläggningstillgångar		4.716	11.943
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	15	223.202	147.581
Andelar i intresseföretag	14	10.036	10.036
Fordringar hos koncernföretag	14, 32	37.131	124.125
Andra långfristiga värdepappersinnehav	14	50	50
Uppskjutna skattefordringar	11	-	-
Andra långfristiga fordringar	14	467	549
Summa finansiella anläggningstillgångar		270.886	282.341
Summa anläggningstillgångar		297.087	295.838
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		383	362
Fordringar hos koncernföretag		342.005	61.199
Övriga fordringar		6.006	1.250
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	20	2.219	3.516
Summa kortfristiga fordringar		350.613	66.327
Andra kortfristiga finansiella placeringar	2	-	110.000
Kassa och banktillgodohavanden	2	46.471	125.446
Summa omsättningstillgångar		400.384	301.773
SUMMA TILLGÅNGAR		694.171	597.611

Per 31 december, Belopp i Tkr	Not	2011	2010
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
EGET KAPITAL			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		26.547	26.547
Reservfond		69.998	69.998
Summa bundet eget kapital		96.545	96.545
Fritt eget kapital			
Fria reserver/balanserad vinst		246.681	209.701
Årets resultat		98.770	76.801
Summa fritt eget kapital		345.451	286.502
Summa eget kapital		441.996	383.047
Obeskattade reserver	21	86.123	78.930
LÅNGFRISTIGA SKULDER			
Skulder till koncernföretag		9.346	9.364
Pensionsförpliktelser		467	549
Summa långfristiga skulder		9.812	9.913
KORTFRISTIGA SKULDER			
Leverantörsskulder		4.132	3.434
Skulder till koncernföretag		141.035	114.089
Skatteskulder		808	878
Övriga skulder		1.089	1.231
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	26	9.176	6.089
Summa kortfristiga skulder		156.240	125.721
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		694.171	597.611
STÄLLDA SÄKERHETER OCH EVENTUALFÖRPLIKTELSE			
Ställda säkerheter	27	73.968	73.968
Eventualförpliktelser	28	51.401	64.086

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGET KAPITAL

Belopp i Tkr	Aktie- kapital	Reservfond	Fria reserver inkl årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 1/1 2010	26.547	69.998	157.242	253.787
Lämnade koncernbidrag			-1.400	-1.400
Skatteeffekt av lämnade koncernbidrag			368	368
Erhållna koncernbidrag			108.600	108.600
Skatteeffekt av erhållna koncernbidrag			-28.562	-28.562
Summa förmögenhetsförändringar redovisade direkt mot eget kapital, exklusive transaktioner med bolagets ägare	26.547	69.998	236.248	332.793
Årets resultat			76.801	76.801
Summa förmögenhetsförändringar exklusive transaktioner med bolagets ägare	26.547	69.998	313.049	409.594
Utdelningar			-26.547	-26.547
Utgående eget kapital 31/12 2010	26.547	69.998	286.502	383.047
Ingående eget kapital 1/1 2011	26.547	69.998	286.502	383.047
Årets resultat			98.770	98.770
Summa förmögenhetsförändringar exklusive transaktioner med bolagets ägare	26.547	69.998	385.272	481.817
Utdelningar			-39.821	-39.821
Utgående eget kapital 31/12 2011	26.547	69.998	345.451	441.996

Aktiekapitalet uppgår till 26.547.462 kronor fördelat på 2.400.000 st A-aktier (10 röster) och 10.873.731 st B-aktier (1 röst) med ett kvotvärde på 2 kronor. På årsstämman den 10 maj 2012 kommer en utdelning avseende år 2011 på 3,00 kr per aktie, totalt 39.821 tkr, att föreslås. Detta belopp har inte redovisats som skuld, utan kommer att redovisas som en vinstdisposition under eget kapital för räkenskapsåret 2011. Föregående år lämnades en utdelning om 3,00 kr per aktie (39.821 tkr).

KASSAFLÖDESANALYS MODERBOLAGET

Belopp i Tkr	Not	2011	2010
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Rörelseresultat		-36.213	-25.676
Avskrivningar		6.157	2.473
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet m m	29	150.043	-661
Erhållen ränta och utdelningar		6.521	119.398
Erlagd ränta		-3.070	-2.352
Betald skatt		-13.343	-11.928
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		110.096	81.254
Förändring av rörelsefordringar		-283.088	29.794
Förändring av rörelseskulder		-77.829	57.716
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-250.821	168.764
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	30	-17.758	-629
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	30	-1.344	-8.171
Investeringar i dotterbolag		1.785	-214
Investeringar i intressebolag		-	-7.051
Förändring av långfristiga fordringar		7.897	-50.761
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-9.419	-66.826
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Amortering av skulder		-	-
Erhållet/lämnat koncernbidrag		107.200	26.084
Utbetald utdelning		-39.821	-26.547
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		67.379	-463
Förändring av likvida medel		-192.861	101.475
Likvida medel vid årets början		235.446	145.321
Kursdifferens i likvida medel		3.886	-11.350
Likvida medel vid årets slut		46.471	235.446

NOTER TILL DE FINANSIELLA RAPPORTERNA

NOT 1 REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

ÖVERENSSTÄMMELSE MED NORMGIVNING OCH LAG

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) utgivna av International Accounting Standards Board (IASB) samt tolkningsuttalanden från International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) sådana de antagits av EU. Vidare har Rådet för finansiell rapporteringsrekommendation RFR1 kompletterande redovisningsregler för koncernen tillämpats. Under året införda redovisningsstandarder och tillämpningar har inte haft någon påverkan på koncernens resultat och ställning.

Moderbolaget tillämpar samma redovisningsprinciper som koncernen utom i de fall som anges nedan under avsnittet "Moderbolagets redovisningsprinciper". De avvikelser som förekommer mellan moderbolagets och koncernens principer föranleds av begränsningar i möjligheterna att tillämpa IFRS i moderbolaget till följd av Årsredovisningslagen och Tryggandelagen samt i vissa fall av skatteskal.

FÖRUTSÄTTNINGAR VID UPPRÄTTANDE AV MODERBOLAGETS OCH KONCERNENS FINANSIELLA RAPPORTER

Moderbolagets funktionella valuta är svenska kronor som även utgör rapporteringsvalutan för moderbolaget och för koncernen. Det innebär att de finansiella rapporterna presenteras i svenska kronor. Samtliga belopp, om inte annat anges, är avrundade till närmaste tusental. Tillgångar och skulder är redovisade till historiska anskaffningsvärden förutom vissa finansiella tillgångar och skulder. Dessa tillgångar och skulder utgörs av derivatinstrument vilka värderas till verkligt värde via resultaträkningen eller där säkringsredovisning är tillämplig över eget kapital. Immateriella och materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde med avdrag för värdeminskingsavdrag och nedskrivningar i de fall det är tillämpligt. Anläggningstillgångar och långfristiga skulder består i allt väsentligt av belopp som förväntas återvinnas eller betalas efter mer än tolv månader räknat från balansdagen. Att upprätta de finansiella rapporterna i enlighet med IFRS kräver att företagsledningen gör bedömningar och uppskattningar samt gör antaganden som påverkar tillämpningen av redovisningsprinciperna och de redovisade beloppen av tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. Uppskattningarna och antagandena är baserade på historiska erfarenheter och ett antal andra faktorer som under rådande förhållanden synes vara rimliga. Resultatet av dessa uppskattningar och antaganden används sedan för att bedöma redovisade värden på tillgångar och skulder som inte annars tydligt framgår av andra källor. Verkligt utfall kan komma att avvika från dessa uppskattningar och bedömningar. De områden som innefattar en hög grad av bedömning, som är komplexa eller sådana områden där antagande och uppskattningar är av väsentlig betydelse anges i not 3.

KONCERNREDOVISNING

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget samt dotterföretag där moderbolaget direkt eller indirekt innehar mer än 50 % av rösterna eller i övrigt har ett bestämmande inflytande. Koncernredovisningen utarbetas enligt de principer som anges i IAS 27, Koncernredovisning och separata finansiella rapporter. Eliminering sker därmed av koncerninterna transaktioner liksom därmed sammanhängande realiserade vinster. Samtliga företagsförvärv har redovisats enligt förvärvsmetoden. Fenix Outdoor tillämpar IFRS 3. Fenix Outdoor värderar förvärvade identifierbara tillgångar, såväl materiella som immateriella, och skulder till verkligt värde. Överskjutande belopp jämfört med köpeskillingen redovisas som goodwill. Eventuellt understigande belopp, så kallad negativ goodwill, redovisas över resultaträkningen. Avyttrade företag ingår i koncernens redovisning till och med tidpunkten för avyttringen. Företag som förvärvats under löpande år ingår i koncernens redovisning från och med förvärvstidpunkten.

OMRÄKNING AV UTLÄNDSK VALUTA

Poster som ingår i de finansiella rapporterna för de olika enheterna i koncernen är värderade i den valuta som används där respektive företag huvudsakligen är verksam (funktionell valuta). I koncernredovisningen används svenska kronor, som är moderbolagets funktionella valuta och rapportvaluta.

Transaktioner i utländsk valuta omräknas till den funktionella valutan genom att använda de valutakurser som gäller på transaktionsdagen. Valutakursvinster- och förluster som uppkommer vid betalning av sådana transaktioner, och vid omräkning av monetära tillgångar och skulder i utländsk valuta till balansdagens kurs, redovisas i resultaträkningen.

Tillgångar och skulder i utlandsverksamheter omräknas till svenska kronor till den valutakurs som råder på balansdagen. Intäkter och kostnader i en utlands-

verksamhet omräknas till svenska kronor till en genomsnittskurs baserad på avistakursen vid varje månads slut för rapportperioden. Omräkningsdifferenser som uppstår vid valutaomräkning av utlandsverksamheter eller svenska bolag med EUR som redovisningsvaluta redovisas direkt mot eget kapital och inom totalresultatet som en omräkningsreserv. Vid avyttring av en utlandsverksamhet realiseras de till verksamheten hänförliga ackumulerade omräkningsdifferenserna efter avdrag för eventuell valutasäkring i koncernens resultaträkning. Ackumulerade omräkningsdifferenser presenteras som en separat kapitalkategori och innehåller omräkningsdifferenser ackumulerade från och med den 1 januari 2004. Ackumulerade omräkningsdifferenser före den 1 januari 2004 är fördelade på andra kapitalkategorier och särredovisas inte.

RAPPORTERING FÖR SEGMENT

Rörelsesegment innehåller produkter som är föremål för risker och avkastning som skiljer sig från andra rörelsesegment. Geografiska marknader innehåller produkter eller tjänster inom en specifik ekonomisk miljö som är föremål för risker och avkastning som skiljer sig från de risker och den avkastning som gäller för enheter som är verksamma i andra ekonomiska miljöer. I koncernen klassificeras rörelsesegment som primära segment och geografiska områden som sekundära.

INTÄKTER

Försäljning av varor redovisas vid leverans av produkter till kunden, i enlighet med försäljningsvillkoren. Försäljning redovisas netto efter moms, rabatter och liknande intäktsreduktioner. I koncernredovisningen elimineras koncernintern försäljning. I övriga intäkter ingår främst royalties, licensintäkter och hyresintäkter vilka intäktsredovisas i enlighet med den aktuella överenskommelsens ekonomiska innebörd. Ränteintäkter periodiseras så att en jämn avkastning erhålles under innehavstiden. Utdelningar redovisas när rätten till utdelning bedömts som säker.

INKOMSTSKATTER

Redovisade inkomstskatter innefattar skatt som skall betalas eller erhållas avseende aktuellt år, justeringar avseende tidigare års aktuella skatt samt förändringar i uppskjuten skatt.

Värdering av samtliga skatteskulder/-fordringar sker till nominella belopp och görs enligt de skatteregler och skattesatser som är beslutade eller som är aviserade och med stor säkerhet kommer att fastställas.

För poster som redovisas i resultaträkningen, redovisas även därmed sammanhängande skatteeffekter i resultaträkningen. Skatteeffekter av poster som redovisas direkt mot eget kapital, redovisas mot eget kapital.

Uppskjuten skatt beräknas enligt balansräkningsmetoden på alla temporära skillnader som uppkommer mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder. De temporära skillnaderna har huvudsakligen uppkommit genom avskrivning av fastigheter, derivata kontrakt, avsättningar för pensioner och skattemässiga underskott.

Uppskjuten skattefordran avseende underskottsavdrag eller andra framtida skattemässiga avdrag redovisas i den utsträcktning det är sannolikt att avdraget kan avräknas mot överskott vid framtida beskattning. Uppskjuten skatteskuld avseende temporära skillnader som hänförs till investeringar i dotterbolag redovisas inte i Fenix Outdoor AB:s koncernredovisning då moderbolaget i samtliga fall kan styra tidpunkten för återföring av de temporära skillnaderna och det inte bedöms sannolikt att en återföring sker inom överskådlig framtid.

IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Utvecklingskostnader

Koncernens utvecklingsutgifter är av den karaktär att de kostnadsförs i takt med att de uppkommer. Utvecklingsutgifter som tidigare kostnadsförts balanseras inte som tillgång i senare perioder. I koncernen och moderbolaget redovisas samtliga utgifter för utveckling som kostnader.

Goodwill

Goodwill utgörs av det belopp varmed anskaffningsvärdet överstiger det verkliga värdet på koncernens andel i det förvärvade dotterföretagets nettotillgångar vid förvärvstillfället.

Goodwill på förvärv av dotterföretag redovisas som immateriella tillgång. Goodwillvärdet prövas årligen för att identifiera ett eventuellt nedskrivningsbehov och redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade nedskrivningar. Goodwill fördelas på kassagenererande enheter vid prövning av eventuellt nedskrivningsbehov.

Balanserade utgifter för dataprogram

Programvaror av standardkaraktär kostnadsförs. Utgifter för förvärvade programvaror, som utvecklets eller på ett omfattande sätt anpassats för koncernens räkning, balanseras som immateriell tillgång om de har troliga ekonomiska fördelar som efter ett år överstiger kostnaden. Balanserade utgifter för förvärvade programvaror skrivs av linjärt över nyttjandetiden, dock högst fyra år. Avskrivning av balanserade utgifter för dataprogram redovisas i resultaträkningen i posten Avskrivningar.

Varumärken

Tillgångar i varumärken har uppkommit vid förvärv av nya verksamheter. Hanwag är ett starkt varumärke som funnits i över åttio år. Varumärket förknippas med produkter av hög kvalitet och god passform. Nyttjandetiden för denna tillgång har bedömts uppgå till 15 år. Även varumärket Brunton, förvärvat i december 2009 skrivs av på 15 år. Den ersättning som erlagts för intellektuella rättigheter i samband med förvärvet av Primus konsumentvarudel redovisas i sin helhet som varumärke då varumärkesrätten betraktas som den huvudsakliga rättigheten. Tillgången avskrivs över 10 år då de förvärvade rättigheterna beräknas bli till nytta för koncernen under denna tidsrymd. Avskrivningarna ingår i resultaträkningens post Avskrivningar.

Hyresrätter

Utgifter för förvärvade hyresrätter balanseras och skrivs av linjärt över dess avtalsreglerade nyttjandetid, normalt högst 5 år. Avskrivningarna ingår i resultaträkningens post Avskrivningar.

MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med avskrivningar. Utgifter för reparation och underhåll redovisas som kostnader. I koncernen och moderbolaget redovisas samtliga lånekostnader som kostnader. Materiella anläggningstillgångar skrivs av systematiskt över tillgångens bedömda nyttjandeperiod. När tillgångarnas avskrivningsbara belopp fastställs, beaktas i förekommande fall tillgångens restvärde. Linjär avskrivningsmetod används för samtliga typer av materiella tillgångar.

Följande avskrivningstider tillämpas:

Byggnader	20–25 år
Förbättringsutgifter på annans fastighet	4–5 år
Inventarier, verktyg och installationer	3–14 år

I de fall en tillgångs redovisade värde överstiger dess beräknade återvinningsvärde skrivs tillgången omedelbart ner till sitt återvinningsvärde.

NEDSKRIVNINGAR

Tillgångar som har en obestämbar nyttjandeperiod skrivs inte av utan prövas årligen avseende eventuella nedskrivningsbehov. Tillgångar som skrivs av bedöms med avseende på värdeminskning närhelst händelser eller förändringar i förhållanden indikerar att det redovisade värdet kanske inte är återvinningsbart. I de fall det redovisade värdet överstiger det beräknade återvinningsvärdet skrivs det redovisade värdet omedelbart ner till detta återvinningsvärde. Återvinningsvärdet är det högre av en tillgångs verkliga värde minskat med försäljningskostnader och tillgångens nyttjandevärde. Vid bedömning av nedskrivningsbehov grupperas tillgångar på de lägsta nivåer där det finns separata identifierbara kassafflöden (kassagenererande enheter).

FINANSIELLA INSTRUMENT

Finansiella instrument värderas och redovisas i koncernen i enlighet med reglerna i IAS 39. Finansiella instrument som redovisas i balansräkningen inkluderar på tillgångssidan likvida medel, kundfordringar, derivatinstrument och långfristiga värdepappersinnehav. Bland skulderna återfinns leverantörsskulder, upplåning samt derivatinstrument. Finansiella instrument redovisas initialt till anskaffningsvärde motsvarande instrumentets verkliga värde med tillägg för transaktionskostnader för alla finansiella instrument förutom avseende de som tillhör kategorin finansiell tillgång som redovisas till verkligt värde exklusive transaktionskostnader. Redovisning sker därefter beroende av hur de klassificerats enligt nedan. En finansiell tillgång eller finansiell skuld tas upp i balansräkningen när bolaget blir part enligt instrumentets avtalsmässiga villkor. Kundfordringar tas upp i balansräkningen när faktura har skickats. Skuld tas upp när motparten har presterat och avtalsenlig skyldighet föreligger att betala, även om faktura ännu inte mottagits.

En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen när rättigheterna i avtalet realiserats, förfaller eller bolaget förlorar kontrollen över dem. Detsamma gäller för del av finansiell tillgång. En finansiell skuld tas bort från balansräkningen när

förpliktelsen i avtalet fullgörs eller på annat sätt utsläcks. Detsamma gäller för del av finansiell skuld.

Förvärv och avyttring av finansiella tillgångar redovisas på affärsdagen, som utgör den dag då bolaget förbinder sig att förvärva eller avyttra tillgången förutom i de fall bolaget förvärvar eller avyttrar noterade värdepapper då tillämpas likviditetsredovisning. IAS 39 klassificerar finansiella instrument i olika kategorier. Klassificeringen beror på avsikten med förvärvet av det finansiella instrumentet. Fenix Outdoor har följande kategorier:

• Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via totalresultatet

I denna kategori finns derivatinstrument i form av valutatermins kontrakt när dessa har ett positivt marknadsvärde. Från och med år 2008 redovisas marknadsvärdet löpande till verkligt värde för utestående säkringsderivat enligt regler för säkringsredovisning där resultateffekten redovisas direkt över eget kapital och inom totalresultatet. Eventuella andra derivatpositioner redovisas som tidigare över resultaträkningen.

• Finansiella tillgångar som kan säljas

Finansiella tillgångar som kan säljas är tillgångar som inte är derivat och där tillgångarna identifierats som att de kan säljas eller inte klassificeras i någon av de övriga kategorierna. De ingår i anläggningstillgångar om ledningen inte har för avsikt att avyttra tillgången inom 12 månader efter balansdagen. Tillgångarna värderas till upplupet anskaffningsvärde. Nedskrivning sker då det finns objektiva belägg för att nedskrivningsbehov föreligger.

• Lånefordringar och kundfordringar

Lånefordringar och kundfordringar är finansiella tillgångar som inte utgör derivat med fasta betalningar eller med betalningar som går att fastställa och som inte är noterade på en aktiv marknad. Fordringarna uppkommer då företag tillhandahåller pengar, varor eller tjänster direkt till kredittagaren utan avsikt att idka handel i fordringsrätterna. Kategorin omfattar även förvärvade fordringar. Tillgångar i denna kategori värderas till upplupet anskaffningsvärde. Nedskrivning sker då det finns objektiva belägg för att nedskrivningsbehov föreligger. Eventuella andra derivatpositioner redovisas som tidigare över resultaträkningen.

• Finansiella skulder värderade till verkligt värde via totalresultatet

I denna kategori finns derivatinstrument i form av valutatermins kontrakt när dessa har ett negativt marknadsvärde. Från och med år 2008 redovisas marknadsvärdet löpande till verkligt värde för utestående säkringsderivat enligt regler för säkringsredovisning där resultateffekten redovisas direkt över eget kapital och inom totalresultatet.

• Andra finansiella skulder

Finansiella skulder som inte innehas för handel värderas till upplupet anskaffningsvärde.

LEASING

Leasing som innebär att koncernen i allt väsentligt åtnjuter de ekonomiska förmånerna och bär de ekonomiska riskerna som är hänförliga till leasingobjektet, klassificeras som finansiell leasing. Objekt som disponeras genom finansiell leasing redovisas i koncernens balansräkning som en anläggningstillgång och skrivs av i enlighet med tillämpade principer för materiella anläggningstillgångar. Motsvarande förpliktelse att i framtiden betala leasingavgifter redovisas som räntebärande skuld. Övrig leasing klassificeras som operationell leasing. För sådana avtal kostnadsförs leasingavgiften linjärt över leasingperioden.

VARULAGER

Varulagret värderas, med tillämpning av först-in först-ut principen, till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet på balansdagen. För egentillverkade färdigvaror består anskaffningsvärdet av direkta tillverkningskostnader och skälig andel av indirekta kostnader. Erforderliga avdrag har gjorts för inkurans. Avdrag sker för orealiserade internvinster som uppkommer vid leverans mellan i koncernen ingående bolag.

FORDRINGAR

Fordringar upptas till det belopp, som efter individuell bedömning beräknas bli betalt.

AVSÄTTNINGAR

Förpliktelser som är hänförliga till räkenskapsåret och som på balansdagen är sannolika till sin förekomst men ovissa till belopp eller tidpunkt redovisas som avsättningar.

PENSIONSFRÖPLIKTELSER

Inom koncernen finns främst avgiftsbestämda pensionsplaner. En avgiftsbestämd pensionsplan är en pensionsplan enligt vilken koncernen betalar fasta avgifter till en separat juridisk person och därmed inte har någon förpliktelse att betala ytterligare avgifter. För avgiftsbestämda pensionsplaner betalar koncernen avgifter till offentligt eller privat administrerade pensionsförsäkringsplaner på obligatorisk, avtalsenlig eller frivillig basis. Koncernen har inga ytterligare betalningsförpliktelser när avgifterna väl är betalda. Avgifterna redovisas som pensionskostnader i den period de uppkommer.

Koncernen har en mycket liten del förmånsbestämda pensionsplaner. En förmånsbestämd pensionsplan är en pensionsplan som anger ett belopp för den pensionsförmån en anställd erhåller efter pensionering, vanligen baserat på en eller flera faktorer såsom ålder, tjänstgöringstid eller lön.

EVENTUALFRÖPLIKTELSER

En ansvarsförbindelse redovisas när det finns ett möjligt åtagande som härrör från inträffade händelser och vars förekomst bekräftas endast av en eller flera osäkra framtida händelser eller när det finns ett åtagande som inte redovisas som en skuld eller avsättning på grund av att det inte är troligt att ett utflöde av resurser kommer att krävas.

KASSAFLÖDESANALYS

Kassaflödesanalysen upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- eller utbetalningar. Som likvida medel klassificeras, förutom kassa- och banktillgodohavanden, kortfristiga finansiella placeringar som dels är utsatta för endast en obetydlig risk för värdefluktuationer, dels – handlas på en öppen marknad till kända belopp eller – har en kortare återstående löptid än tre månader från anskaffningstidpunkten.

UTDELNING

Utdelning till Fenix Outdoor AB:s aktieägare redovisas som skuld i koncernens finansiella rapporter i den period då utdelningen fastställts av moderföretagets aktieägare.

TILLÄMPNING AV NYA ELLER ÄNDRADE STANDARDS

Standarder, ändringar och tolkningar som trätt i kraft 2011 och som är relevanta för koncernen

Standarder som koncernen tillämpar i förtid
Koncernen tillämpar inga standarder i förtid.

Standarder, ändringar och tolkningar som ännu inte trätt i kraft
Vid upprättandet av koncernredovisningen per 31 december 2011 har ett flertal standarder och tolkningar publicerats vilka ännu inte trätt i kraft. Nedan följer en preliminär bedömning av den påverkan som införandet av dessa standarder och uttalanden kan få på Fenix Outdoor-koncernens redovisning och finansiella rapporter:
IFRS 9 (Finansiella instrument) Denna nya standard träder i kraft 1 januari 2013, men är fortfarande föremål för EU:s godkännandeprocess. Bolaget innehar idag inga finansiella tillgångar som träffas av denna kommande standard.
IAS 24 (Ändring, Upplysning om närstående). Effekten i koncernens finansiella rapporter torde bli begränsad.

MODERBOLAGETS REDOVISNINGSPRINCIPER

Moderbolaget har upprättat sin årsredovisning enligt Årsredovisningslagen och Rådet för finansiell rapporteringsrekommendation RFR 2 Redovisning för juridisk person samt uttalanden från Redovisningsrådets akutgrupp. RFR 2 anger att den juridiska personen skall tillämpa samtliga bestämmelser i samtliga tillämpliga IFRS/IAS såsom de antagits av EU-kommissionen, med de undantag och tillägg som specificeras i RFR 2. Nedan anges de skillnader som finns mellan koncernens och moderbolagets redovisningsprinciper.

Dotterföretag

Andelar i dotterföretag redovisas i moderbolaget enligt anskaffningsvärdemetoden. Redovisade värden provas vid varje balansdag för att bedöma om det finns indikation på nedskrivningsbehov.

Koncernbidrag och aktieägartillskott

Koncernbidrag och aktieägartillskott redovisas efter sin ekonomiska innebörd. Koncernbidrag som lämnas och tas emot i syfte att minimera koncernens skatt redovisas som en minskning respektive ökning av fritt eget kapital. Koncernbidrag som kan jämföras med utdelning redovisas som en minskning av eget kapital hos givare och som finansiell intäkt hos mottagare.

Finansiella intäkter och kostnader

Finansnettot består av utdelning på aktier och andelar, ränteintäkter på likvida medel och fordringar, räntor på skulder samt valutakursvinster/-förluster på finansiella fordringar och skulder. I moderbolagets finansnetto ingår även utdelning på dotterbolagsaktier. Utdelningen redovisas när rätten att erhålla betalning fastställts.

Inkomstskatter

De belopp som avsatts till obeskattade reserver utgör skattepliktiga temporära skillnader. På grund av sambandet mellan redovisning och beskattning särredovisas i moderbolaget inte den uppskjutna skatteskuld som är hänförlig till de obeskattade reserverna. Dessa redovisas således med bruttobeloppet i balansräkningen. Bokslutsdispositionerna redovisas också med bruttobeloppet i resultaträkningen.

NOT 2 FINANSIELL RISKHANTERING

Målsättning

Fenixkoncernen är exponerad för olika finansiella risker vilka främst utgörs av effekter från förändringar av priser på låne- och kapitalmarknad, valutamarknad samt räntemarknad. Koncernens riskhantering eftersträvar att minimera potentiella negativa effekter på resultatet. Finans- och riskhanteringen hanteras centralt av moderbolagets finansfunktion enligt principer som godkänts av styrelsen. År 2008 övergick bolaget till en ny redovisningsprincip där säkringar för kommande valutaflöden (transaktionsexponering) hanteras enligt regler gällande för säkringsredovisning. En fullständig beskrivning av effekterna kan utläsas i not 18, säkringsredovisning.

Valutarisk

Transaktionsexponering
Koncernens bolag har intäkter och kostnader i olika valutor och koncernen är därmed exponerad för risker avseende valutakursrörelser. Denna risk benämns transaktionsexponering. Den väsentligaste delen i denna hantering är att säkerställa kalkylkursen i EUR och till del SEK för de varuköp som görs i USD. Företagsledningen kan besluta om säkring av prognosticerade nettoflöden i utländsk valuta upp till 12 månader framåt. Säkring sker genom att hålla likviditet i aktuell valuta och/eller genom terminskontrakt. Den viktigaste försäljningsvalutan är Euro som utgör knappt 45% av koncernens nettoomsättning.

Omräkningsexponering

Koncernens resultat påverkas av valutakursförändringar när de utländska dotterbolagens resultat omräknas till svenska kronor. Denna exponering säkras i huvudsak inte. Koncernens egna kapital påverkas av valutakursförändringar när de utländska dotterbolagens tillgångar och skulder omräknas till svenska kronor. Denna exponering säkras inte, undantaget intern utlåning i USD från moderbolaget vilken i huvudsak är säkrad externt.

En betydande del av dotterbolagens kundfordringar och lager är bokförda i EUR. Dessa tillgångsposter finansieras av dotterbolagen genom eget kapital och lån i EUR från moderbolaget. Moderbolaget som idag har sin huvudsakliga finansiering via det egna kapitalet får sålunda en netto tillgångsposition i EUR som är betydande. Denna nettoposition i EUR skapar ett kursresultat, som redovisas under finansnettot då positionen omräknas till svenska kronor. Per 2011-12-31 hade moderbolaget en netto tillgångsposition i EUR uppgående till 13.971(9.553) TEUR.

Ränterisk

Koncernens finansnetto påverkas av förändringar i räntenivåer. Per 2011-12-31 hade samtliga koncernens lån rörlig ränta. Då den korta räntan under de senaste åren varit lägre än den längre räntan har detta påverkat koncernens finansnetto positivt. Företagsledningen följer kontinuerligt upp räntemarknaden för bedömning om eventuell förändring av räntebindningstid. Koncernen betraktas inte som ränteberoende då koncernen har en låg nettoskuldssättningsgrad och kort räntebindningstid även på sin likviditet. En förändring av räntan med en procentenhet får en mycket begränsad effekt på resultatet.

Finansierings- och likviditetsrisk

Koncernens räntebärande skulder uppgick vid årsskiftet till 45.537 (51.840) tkr vilket utgör ca 4,4 (5,9) procent av balansomslutningen. Beviljad checkkredit är ej bunden till specifik valuta och utnyttjandet av sådan checkkredit i viss valuta har därför nettats mot positiv kassa i andra valutor. Per 2011-12-31 fördelades den totala upplåningen enligt följande: Euro 45.537 (47.133) tkr samt EEK - (4.707) tkr. Förfallostruktur framgår av not 23. Koncernen reducerar risken genom att sprida förfallen på de finansiella skulderna. En del av skulderna är checkkrediter som enligt villkoren är ettåriga. Koncernens likviditetsberedskap framgår av nedanstående tabell:

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Likvida medel	85.622	270.622	46.471	235.446
Ej utnyttjad del av checkkrediter	48.687	29.976	48.687	29.553
Likviditet inklusive checkkrediter	134.309	300.598	95.158	264.999

Kreditrisk*Kundkreditrisk*

Koncernen har ingen väsentlig koncentration av kreditrisker. Koncernen har fastställda riktlinjer för att säkra att försäljning av produkter sker till kunder med lämplig kreditbakgrund. Kundfordringarnas risk betraktas som begränsad då varje delpost är relativt liten och koncernens kreditpolicy restriktiv. Moderbolaget har efter intern verksamhetsöverlåtelse endast interna kunder.

Finansiell kreditrisk

Likvida medel är placerade på affärsbanker där kreditrisken bedöms vara mycket liten. Posten är dock utsatt för viss valutarisk då netto 27.737 (81.763) tkr av totalt 85.622 (270.622) tkr är placerade i andra valutor, främst Euro.

NOT 3 VIKTIGA UPPSKATTNINGAR OCH BEDÖMNINGAR FÖR REDOVISNINGSAÄNDAMÅL

Att upprätta finansiella rapporter i överensstämmelse med IFRS kräver en del viktiga redovisningsmässiga uppskattningar. I samband med upprättande av bokslut krävs också att företagsledningen gör vissa bedömningar och antaganden om framtiden som påverkar redovisade värden av tillgångar och skulder per balansdagen. Även intäkter och kostnader påverkas av gjorda bedömningar. Det verkliga utfallet kan komma att avvika från gjorda bedömningar. De väsentliga bedömningar som gjorts redovisas nedan.

Prövning av goodwillvärde

Värdet på koncernens goodwill bedöms årligen genom så kallade impairment tester. Vid denna bedömning beräknas nyttjandevärdet för vissa tillgångar (kassagenererande enheter) genom diskontering av framtida kassaflöden, se även not 12.

Nedskrivning av varulager

Kontinuerliga kontroller görs för att undersöka och beloppsmässigt fastställa eventuell inkurans i varulager. En individuell bedömning sker i så stor utsträckning som möjligt bl a genom analys av framtida marginalmöjlighet.

Nyttjandeperioder

Avskrivningar på immateriella och materiella anläggningstillgångar baseras på bedömda nyttjandeperioder. Beroende på vilka nyttjandeperioder som fastställs för en tillgång så kan koncernens resultat komma att påverkas. Genomgående bedöms restvärdet vid nyttjandeperiodens slut vara noll.

Skatt

Uppskjutten skattefordran redovisas i den mån det bedöms som sannolikt att dessa kommer att medföra lägre skattebetalningar i framtiden.

NOT 4 RAPPORTERING PER AFFÄRSOMRÅDE

Mkr	Brands		Retail		Koncern-gemensamt		Koncernen	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Intäkter								
Extern försäljning	1.089,3	952,3	442,7	379,4	-	-	1.531,9	1.331,7
Resultat								
Rörelse-resultat per segment	249,0	215,9	38,6	65,8	-52,9	-30,3	234,7	251,4
Tillgångar	712,7	595,0	227,5	161,3	104,3	127,1	1.044,5	883,3
Investe-ringar	30,6	25,2	3,7	0,4	98,7	9,3	133,0	34,9

NETTOOMSÄTTNINGENS FÖRDELNING PÅ GEOGRAFISKA MARKNADER

Mkr	Koncernen	
	2011	2010
Sverige	451,0	469,5
Övriga Norden	313,9	173,0
Tyskland	361,0	312,3
Benelux	113,5	119,4
Övriga Europa	151,3	130,4
Nordamerika	106,3	86,4
Övriga marknader	34,9	40,8
Summa	1.531,9	1.331,7

ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR FÖRDELADE PÅ GEOGRAFISKA MARKNADER

Mkr	Anläggningstillgångar	
	2011	2010
Sverige	150,9	91,1
Övriga Norden	7,5	3,0
Tyskland	55,2	56,4
Benelux	40,0	26,6
Övriga Europa	4,8	3,6
Nordamerika	19,6	13,9
Övriga marknader	2,6	2,1
Summa	280,6	200,7

NOT 5 MEDELTA ANSTÄLLDA, LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA AVGIFTER**MEDELTA ANSTÄLLDA, MED FÖRDELNING PÅ KVINNOR OCH MÄN HAR UPPGÅTT TILL:**

	2011		2010	
	Antal anställda	Varav män	Antal anställda	Varav män
Moderbolaget				
Sverige	23	12	23	12
Totalt i moderbolaget	23	12	23	12
Dotterföretag				
Sverige	175	112	160	107
Norge	17	11	14	10
Danmark	7	4	5	3

	2011		2010	
	Antal anställda	Varav män	Antal anställda	Varav män
Finland	78	41	4	3
Estland	26	3	23	3
Tyskland	72	49	63	44
Italien	2	1	2	1
Holland	56	31	55	30
England	14	11	11	10
Schweiz	17	11	1	1
USA	90	31	42	13
China	21	19	17	13
Totalt i dotterföretag	575	324	397	238
Totalt i koncernen	598	336	420	250

LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER

	2011			2010		
	Löner och ersättningar	Sociala kostnader (varav pensionskostnader)	Övriga personalkostnader	Löner och ersättningar	Sociala kostnader (varav pensionskostnader)	Övriga personalkostnader
Moderbolaget	10.570	5.102 (1.571)	-588	11.833	4.030 (1.219)	-120
Dotterföretag	169.613	45.499 (8.157)	9.443	133.652	27.742 (6.667)	9.243
Totalt för koncernen	180.183	50.601 (9.727)	8.855	145.485	31.772 (7.886)	9.123

Av moderbolagets pensionskostnader avser 203 tkr (118 tkr) gruppen styrelse och VD. Motsvarande belopp för koncernen är 1.211 tkr (1.211 tkr)

LÖNER OCH ANDRA ERSÄTTNINGAR FÖRDELADE PER LAND SAMT MELLAN STYRELSELEDAMÖTER OCH VD OCH ÖVRIGA ANSTÄLLDA

	2011		2010	
	Styrelse, VD & vVD	Övriga anställda	Styrelse, VD & vVD	Övriga anställda
Moderbolaget	250	10.320	250	11.583
Dotterföretag i Sverige	3.448	65.406	2.992	55.984
	3.698	75.726	3.242	67.567

Dotterföretag utomlands

Norge	1.144	7.827	1.309	6.345
Danmark	-	4.220	-	4.037
Finland	-	15.208	-	2.269
Estland	-	1.619	-	1.537
Tyskland	3.698	23.890	2.531	25.252
Italien	-	897	-	736
Holland	-	16.720	-	16.090
England	583	2.767	624	1.835
USA	1.610	8.639	1.344	8.188
Schweiz	3.338	6.902	1.229	267
China	-	1.695	-	1.083
	10.373	90.386	7.037	67.639
Totalt för koncernen	14.071	166.112	10.279	135.206

Till styrelsens ledamöter har utgått ersättning om 200 tkr, varav 100 tkr till styrelsens ordförande och 50 tkr vardera till övriga ledamöter förutom Åke Nordin. Beloppet är i sin helhet av årsstämman beslutat arvode. För anställda inom koncernen utgår ej arvode för styrelsearbete i dotterbolag. Till koncernchefen har utgått konsultarvode med 3.380 (2.950) tkr. Nedan specificeras de löner, ersättningar och förmåner som utgått under 2011 till VD, Martin Nordin och koncernens tio övriga ledande befattningshavare:

Tkr	Bruttolön	Förmåner och övr. ersättn.	Pensionspremier	Konsultarvode
Koncernchef Åke Nordin		63		3.380
VD Martin Nordin	2.461	518	203	
Övr ledande befattningshavare	9.710	168	838	
Summa	12.172	749	1.041	3.380

För övriga ledande befattningshavare föreligger normala anställningsavtal med högst sex månaders uppsägningstid. Inga incitamentsprogram för styrelsen eller övriga ledande befattningshavare finns.

STYRELSELEDAMÖTER OCH LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

	2011		2010	
	Antal på balans dagen	Varav män	Antal på balans dagen	Varav män

Koncernen (inkl dotterbolag)

Verkställande direktör och andra ledande befattningshavare	11	11	10	10
--	----	----	----	----

Moderbolaget

Styrelseledamöter	4	4	4	4
Verkställande direktör och andra ledande befattningshavare	3	3	3	3

NOT 6 ÖVRIGA RÖRELSEPOSTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER				
Valutakursdifferenser	793	3.492	-	-
Royalty- och licensintäkter	2.694	2.917	2.006	2.180
Franchiseintäkter	1.355	1.880	-	-
Övrigt	16.994	11.595	48.180	7.708
Summa	21.836	19.884	50.186	9.888

ÖVRIGA RÖRELSEKOSTNADER

Valutakursdifferenser	-3.702	-1.755	-	-
Övrigt	71	-832	-	-
Summa	-3.631	-2.587	-	-

NOT 7 ERSÄTTNING TILL REVISORERNA

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Revisionsarvode				
BDO	1.337	1.348	347	430
Övriga revisionsfirmor	701	419	-	-
Summa	2.038	1.767	347	430

Revisionskostnader utöver revisionsuppdraget

BDO	160	-	-	-
Övriga revisionsfirmor	-	-	-	-
Summa	160	-	-	-

Skatterådgivning

BDO	323	-	106	-
Övriga revisionsfirmor	84	-	-	-
Summa	407	-	106	-

Andra uppdrag

BDO	1.410	349	1.178	-
Övriga revisionsfirmor	33	305	-	-
Summa	1.443	2.421	1.178	430

Med revisionsuppdrag avses granskning av årsredovisningen, bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning, övriga arbetsuppgifter som det ankommer på bolagets revisor att utföra samt rådgivning eller annat biträde som föranleds av iakttagelser vid sådan granskning eller genomförandet av sådana övriga arbetsuppgifter. Allt annat är andra uppdrag.

NOT 8 OPERATIONELLA LEASINGAVTAL

Under året betalda leasingavgifter avseende operationella leasingavtal uppgår i koncernen till 32.207 tkr (31.917 tkr) och i moderbolaget till 2.353 tkr (2.225 tkr). Huvuddelen av dessa avgifter utgörs av hyror för butikslokaler i Naturkompaniet AB vilka behandlas som operationell leasing. Nominella värdet av avtalade framtida leasingavgifter fördelar sig enligt följande:

	Koncernen 2011	Moderbolaget 2011
Förfaller till betalning 2012	32.648	2.445
Förfaller till betalning 2013	29.773	2.510
Förfaller till betalning 2014	21.830	2.299
Förfaller till betalning 2015 och senare	27.318	2.368
Summa	111.569	9.622

	Koncernen 2010	Moderbolaget 2010
Förfaller till betalning 2011	32.621	2.203
Förfaller till betalning 2012	22.629	2.056
Förfaller till betalning 2013	17.418	2.056
Förfaller till betalning 2014 och senare	18.125	2.742
Summa	90.793	9.057

NOT 9 FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010

FINANSIELLA INTÄKTER**Resultat från andelar i koncernföretag**

Utdelningar	-	-	151.470	113.887
Summa	-	-	151.470	113.887

Resultat från andelar i övriga företag

Utdelningar	515	519	-	-
Nedskrivningar	-	-	-3.338	-
Summa	515	519	148.132	-

Ränteintäkter m m

Externa	8.442	3.469	6.522	2.718
Koncernföretag	-	-	1.808	2.758
Kursdifferenser	852	-	2.057	-
Summa	9.294	3.469	10.388	5.476

SUMMA FINANSIELLA INTÄKTER	9.809	3.988	158.520	119.363
-----------------------------------	--------------	--------------	----------------	----------------

FINANSIELLA KOSTNADER**Räntekostnader**

Externa	-7.742	-4.890	-2.646	-1.863
Koncernföretag	-	-	-425	-489
Kursdifferenser	-1.881	-10.622	-	-14.073
Summa	-9.623	-15.512	-3.071	-16.425

SUMMA FINANSIELLA KOSTNADER	-9.623	-15.512	-3.071	16.425
------------------------------------	---------------	----------------	---------------	---------------

NOT 10 BOKSLUTSDISPOSITIONER

	Moderbolaget	
	2011	2010
Skillnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan	-3.793	-98
Avsättning till periodiseringsfond	-3.400	-12.557
Återföring av periodiseringsfond	-	-
Summa	-7.193	-12.655

NOT 11 SKATTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Aktuell skatt för året	-66.429	-59.678	-13.333	-15.940
Aktuell skatt hänförlig till tidigare år	161	187	-	-
Uppskjuten skatt	-1.286	-10.390	60	-60
Skatteeffekt av koncernbidrag	-	-	-	28.194
Summa skatter	67.554	-69.881	13.273	12.194

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010

Uppskjutna skattefordringar

Skillnader mellan bokförda och skattemässiga värden på tillgångar	44	15	-	-60
Underskottsavdrag	5.614	4.930	-	-
Bokförd uppskjuten skattefordran	5.658	4.945	-	-60

Uppskjutna skatteskulder

Temporära skillnader avseende obeskattade reserver	46.488	42.414	-	-
Temporära skillnader avseende varulager	-10.811	-4.351	-	-
Skillnader mellan bokförda och skattemässiga värden på tillgångar	-1.709	-6.094	-	-
Bokförd uppskjuten skatteskuld	33.968	31.969	-	-

Skillnaden mellan koncernens skattekostnad och skattekostnad baserad på gällande skattesats:

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Redovisat resultat före skatt	234.845	238.225	112.043	64.607
Skatt enligt gällande skattesats	-61.765	-62.653	-29.467	-16.992
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	-3.361	-1.593	-1.011	-758
Omvärdering temporära skillnader	-	66	-	-30
Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter				
- Utdelningar	135	137	17.182	29.952
- Övrigt	578	22	23	22
Skatteeffekt av tidigare års taxeringar	161	660	-	-
Effekt av utländska skattesatser	-3.302	-6.600	-	-
Skatt på årets resultat enligt resultaträkningen	-67.554	-69.881	-13.273	12.194

Den gällande skattesatsen har beräknats med utgångspunkt från den skattesats som gäller för moderbolaget och har uppgått till 26,3% (26,3%).

NOT 12 IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Balanserade utgifter för dataprogram				
Ingående anskaffningsvärde	10.612	10.364	10.155	9.526
Årets aktiverade utgifter	18.369	629	17.758	629
Försäljningar och utrangeringar	-	-279	-	-
Omklassificeringar	6.285	-	6.285	-
Omräkningsdifferenser	-2	-102	-	-
Utgående anskaffningsvärde	35.264	10.612	34.198	10.155
Ingående avskrivningar	-7.041	-6.482	-6.604	-5.618
Årets avskrivningar	-4.688	-940	-4.111	-923
Försäljningar och utrangeringar	-	279	-	-
Omräkningsdifferenser	4	102	-	-
Utgående avskrivningar	-11.725	-7.041	-10.715	-6.604
Ingående nedskrivningar	-1.998	-1.998	-1.998	-1.998
Årets nedskrivningar	-	-	-	-
Utgående nedskrivningar	-1.998	-1.998	-1.998	-1.998
Utgående balans	21.541	1.573	21.485	1.553
Varumärken				
Ingående anskaffningsvärde	81.506	89.438	-	-
Årets aktiverade utgifter	467	-	-	-
Försäljning och utrangering	-	-	-	-
Omräkningsdifferenser	-1.519	-7.932	-	-
Utgående anskaffningsvärde	80.454	81.506	-	-
Ingående avskrivningar	-44.364	-41.366	-	-
Försäljning och utrangering	-	-	-	-
Årets avskrivningar	-5.173	-5.827	-	-
Omräkningsdifferens	908	2.829	-	-
Utgående avskrivningar	-48.629	-44.364	-	-

Utgående balans	31.825	37.142	-	-
Hyresrätter				
Ingående anskaffningsvärde	3.375	3.389	-	-
Årets aktiverade utgifter	-	-	-	-
Försäljning och utrangering	-213	-518	-	-
Utgående anskaffningsvärde	3.162	3.375	-	-
Ingående avskrivningar	-1.959	-1.525	-	-
Försäljning och utrangering	213	126	-	-
Årets avskrivningar	-472	-560	-	-
Utgående avskrivningar	-2.218	-1.959	-	-
Utgående balans	944	1.416	-	-

Goodwill				
Ingående anskaffningsvärde	73.981	71.438	-	-
Årets aktiverade utgifter	51.632	2.680	-	-
Omräkningsdifferens	32	-137	-	-
Utgående anskaffningsvärde	125.645	73.981	-	-

Ingående nedskrivningar	-21.235	-21.235	-	-
Årets nedskrivningar	-3.838	-	-	-
Omräkningsdifferens	-2	-	-	-
Utgående nedskrivningar	-25.075	-21.235	-	-
Utgående balans	100.570	52.746	-	-

SUMMA IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR
SPECIFIKATION AV GOODWILL

Goodwill fördelas på koncernens kassagenererande enheter identifierade per affärsområde och varumärke. Fenix förvärvade under 2001 och 2002 aktierna i Naturkompaniet varvid en sammanlagd goodwill uppstod på 74.344. I enlighet med tidigare redovisningspraxis redovisades detta belopp som goodwill för Naturkompaniet och skrevs av under 20 år. När nya redovisningsregler infördes i enlighet med IFRS så gjordes en uppdelning av goodwillen på Fjällräven och Naturkompaniet.

	2011-01-01	Årets förändring	2011-12-31
Brands			
Fjällräven International AB (kvar i balans enligt ovan)	35.000	-	35.000
Naturkompaniet AB (kvar i balans enligt ovan)	12.171	-	12.171
Övrig förvärvat Goodwill	5.575	-	5.575
Övrig förvärvat Goodwill	-	47.823	47.823
Bokfört värde	52.746	47.823	100.569

Huvuddelen av årets förändring kan hänföras till koncernens förvärv av Partioaitta Oy.

Värdet på koncernens goodwill bedöms årligen genom så kallade impairment tester. Vid denna bedömning beräknas nyttjandevärdet för vissa tillgångar (kassagenererande enheter) genom diskontering av framtida kassaflöden som beräknats baserat på en intern bedömning av de närmaste fem åren och därefter har oförändrade kassaflöden använts. Den räntesats som används motsvarar ett marknadsmässigt avkastningskrav. Beräkningen av avkastningskravet utgår från den vägda kapitalkostnaden (WACC) enligt den så kallade Capital Asset Pricing Model (CAPM). Denna kapitalkostnad omräknas till ett avkastningskrav med hänsyn till skattesats och räntenivå. Diskonteringsränta före skatt uppgår för koncernens bolag till 10%. Prövningen har visat att någon nedskrivning inte är erforderlig.

NOT 13 MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Byggnader och mark				
Ingående anskaffningsvärde	59.816	67.237	5.620	5.620
Inköp	134	23	-	-
Försäljningar och utrangeringar	-	-	-	-
Omräkningsdifferenser	-184	-7.444	-	-
Utgående anskaffningsvärden	59.766	59.816	5.620	5.620
Ingående avskrivningar	-13.804	-13.455	-4.427	-4.352
Årets avskrivningar	-1.294	-1.513	-75	-75
Försäljningar och utrangeringar	-	-23	-	-
Omräkningsdifferenser	-276	1.187	-	-
Utgående avskrivningar	-15.374	-13.804	-4.501	-4.427
Utgående balans	44.392	46.012	1.119	1.194
Bokfört värde fastigheter i Sverige	1.119	1.194	1.119	1.194
Förbättringsutgifter på annans fastighet				
Ingående anskaffningsvärde	918	885	575	575
Inköp	-	343	-	-
Försäljning och utrangering	-343	-299	-	-
Omräkningsdifferenser	-	-11	-	-
Utgående anskaffningsvärden	575	918	575	575
Ingående avskrivningar	-212	-160	-212	-130
Försäljning och utrangering	-	30	-	-
Årets avskrivningar	-83	-82	-83	-82
Utgående avskrivningar	-295	-212	-295	-212
Utgående balans	280	706	280	362
Inventarier, verktyg och installationer				
Ingående anskaffningsvärde	95.855	97.264	23.328	16.981
Tidigare erhållna statliga stöd	-188	-188	-188	-188
Inköp	42.162	24.813	1.344	2.435
Försäljningar och utrangeringar	-8.363	-21.819	-9.647	-2.185
Omklassificeringar	-6.285	-	-6.285	-
Omräkningsdifferenser	-67	-4.215	-	-
Utgående anskaffningsvärden	123.114	95.855	8.552	17.043
Ingående avskrivningar	-50.533	-54.154	-12.941	-13.183
Försäljningar och utrangeringar	8.577	13.901	9.453	1.785
Årets avskrivningar	-15.164	-15.605	-1.748	-1.543
Omräkningsdifferenser	7	5.325	-	-
Utgående avskrivningar	-57.425	-50.533	-5.236	-12.941
Utgående balans	65.689	45.322	3.317	4.102
SUMMA MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	110.361	92.040	4.716	5.323

NOT 14 ANDRA FINANSIELLA TILLGÅNGAR

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Andra långfristiga värdepappersinnehav				
Ingående anskaffningsvärde	908	908	50	50
Förvärv	369	-	-	-
Nedskrivning	-	-	-	-
Utgående anskaffningsvärde	1.277	908	50	50
Ingående avskrivningar	-13.804	-13.455	-4.427	-4.352
Årets avskrivningar	-1.294	-1.513	-75	-75
Försäljningar och utrangeringar	-	-23	-	-
Omräkningsdifferenser	-276	1.187	-	-
Utgående avskrivningar	-15.374	-13.804	-4.501	-4.427
Utgående balans	44.392	46.012	1.119	1.194
Bokfört värde fastigheter i Sverige	1.119	1.194	1.119	1.194
Andra långfristiga fordringar				
Kapitalförsäkring med pensionsutfästelse		466	549	466
Depositioner		48	604	-
Reversfordran		-	-	-
Förvaltningstillgångarnas verkliga värde		5.412	4.709	-
Pensionsförpliktelser som fonderats		-4.395	-3.943	-
Utgående anskaffningsvärde		1.532	1.919	466
Utgående balans		1.532	1.919	466

Innehaven utgörs av Bauminvest GmbH & Co KG 512 tkr (512 tkr), Primus Kabsons Ltd (PKL) 257 tkr (257 tkr), Iwatani Primus Corp 89 tkr (89 tkr), Tvillingsta AB 50 tkr (50 tkr) samt As Oy Irjönkatu 34, 369 tkr (-). De första tre innehaven ägs av Primus AB, Tvillingsta AB ägs av moderbolaget och Irjönkatu 34 ägs av Partioaitta Oy.

Motsvarande värde på kapitalförsäkringar med pensionsutfästelse har i koncernbalansräkningen också upptagits under rubriken Avsättningar för pensioner och liknande förpliktelser. I moderbolaget har beloppet upptagits under Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter.

Överskottsmedel avseende förmånsbestämda pensionsplaner avser koncernens bolag i Norge. Följande aktuariella antaganden har tillämpats vid beräkningen: Diskonteringsränta 2,6% (4,4%), Framtida löneökningar 3,50% (4,02%), Framtida öknings av pensioner 0,1% (1,3%) samt Förväntad avkastning på förvaltningstillgångar 3,35% (5,4%).

Fordringar hos koncernföretag

Ingående anskaffningsvärde	-	-	124.125	69.172
Tillkommande fordringar	-	-	-	54.953
Amorteringar, avgående fordringar	-	-	-86.994	-
Utgående anskaffningsvärde	-	-	37.131	124.125

Finansiering har flyttats till koncernens cashpool och har tagits upp som kort fordran.

Andelar i intresseföretag

Vid årets början	8.004	1.633	10.036	2.985
Förvärv	-	7.051	-	7.051
Nedskrivningar	-1.148	-680	-	-
Vid årets slut	6.856	8.004	10.036	10.036

Sammanfattning av finansiell information för intresseföretag

	Land	Eget kap	Intäkter	Resultat	Andel
Jiang Su Fenix	Kina	18.932	12.237	-2.694	50%

NOT 15 ANDELAR I DOTTERFÖRETAG

Dotterbolag	Org nr	Säte	Antal	Kapitalandel	Bokfört värde i mb
Naturkompaniet AB	556433-7037	Naturkompaniet	8.835.528	100%	91.773
Fiskarnas Redskapshandel AB	556029-5585	Stockholm	5.000	100%	-
Friluftsbolaget Ekelund & Sagner AB	556543-0229	Örnsköldsvik	1.294.000	100%	-
Naturkompaniet Sverige AB	556029-7177	Örnsköldsvik	10.000	100%	-
Naturkompaniet i Göteborg AB	556392-2953	Göteborg	1.000	100%	-
Naturkompaniet Malmöhus AB	556262-4170	Lund	1.000	100%	-
Naturkompaniet i Lund AB	556343-3225	Lund	1.000	100%	-
Naturkompaniet i Köpingarna AB	556576-0757	Stockholm	1.000	100%	-
Naturkompaniet i Norrland AB	556566-1617	Stockholm	1.000	100%	-
Fjällräven Sverige AB	556413-5548	Örnsköldsvik	100	100%	1.519
Fjällräven GmbH	HRB56169	München	450	100%	1.144
Hanwag GmbH	HRB153419	Vierkirchen	1	100%	-
Fenix Eastern Europe	HRB182742	Vierkirchen	1	100%	-
HW Media GmbH & Co. KG	HRA91095	Vierkirchen	-	100%	-
Fenix Outdoor Norge A/S	920417280	Lillehammer	100	100%	13.378
Fjällräven Trapper AB	556080-3362	Örnsköldsvik	6.080	100%	553
Tierra Products AB	556095-1526	Örnsköldsvik	1.010	100%	728
Fjällräven ApS	25894383	Århus	1	100%	162
Fjällräven B.V.	6200850	Almere	140	100%	124
Fjällräven AB	556605-9795	Örnsköldsvik	1.000	100%	100
Turima Jakt AB	556018-8392	Örnsköldsvik	800	100%	50
Fjällräven Oy	1068339-4	Helsingfors	100	100%	22
Primus AB	556152-5766	Örnsköldsvik	1.000	100%	-
Primus Eesti OÜ	10848501	Tartu	1	100%	-
Fjällräven International AB	556725-7471	Örnsköldsvik	1.000	100%	103
Fenix Outdoor Italia s.r.l	REA187336	-	-	100%	-
Rosker Ltd	2091967	Gosport	9.500	95%	6.334
Fjällräven USA Llc		Riverton	1	65%	7.681
Bus Sport AG	CH-320.3.032.659-8	Buchs	72	71%	24.199
Partioaitta Oy	0201830-0	Helsingfors	94.285	100%	45.724
Brunton Inc.		Riverton	1	100%	8.245
N.A. Gear LLC		Riverton	-	100%	-
Fenix Outdoor Import LLC		Riverton	-	100%	-
Fjällräven Center B.V.	34127188	Amsterdam	40	100%	1
Fenix Outdoor AG	CH-170.3.034.504-9	Baar	1000	100%	708
Jiangsu Leader Outdoor Company Limited		Yangzhou	1	90%	12.392
Jiangsu Leader Outdoor Technology Development Company Limited		Yangzhou	-	-	-
		Yangzhou	1	100%	8.262

Summa

223.202

Rörelsedrivande bolag är markerade med fetstil.

	2011	2010
Ingående anskaffningsvärde	158.181	157.967
Kapitaltillskott Fenix Outdoor Italia s.r.l	1.355	734
Fenix Outdoor AG	-	708
Rosker Ltd	-	95
Partioaitta Oy	45.724	-
Fjällräven USA Llc	7.681	-
Bus Sport AG	24.199	-
Återbetalning Kapitaltillskott Fjällräven Oy	-	-1.323
Utgående anskaffningsvärde	237.140	158.181
Ingående nedskrivningar	-10.600	-10.600
Årets nedskrivningar	-3.338	-
Utgående nedskrivningar	-13.938	-10.600
Utgående bokfört värde	223.202	147.581

NOT 16 VARULAGER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Handelsvaror	318.718	191.905	-	-
Råmaterial	71.465	41.357	-	-
Färdigvaror	68.392	25.861	-	-
Förskott till leverantörer	7.546	8.299	-	-
Summa	466.121	267.422	-	-

Nedskrivningar har reducerat det bokförde värdet i koncernen med 67.693 (38.147) tkr. Motsvarande belopp för moderbolaget uppgår till - (-) tkr.

NOT 17 KUNDFORDRINGAR OCH ANDRA FORDRINGAR

	Koncernen	
	2011	2010
Kundfordringar		
Ännu ej förfallna	70.324	53.870
Förfallna		
0-30 dagar	22.524	13.780
31-60 dagar	13.266	5.284
61-90 dagar	6.312	8.332
Över 90 dagar	24.882	25.256
Nedskrivet belopp	-22.496	-14.005
Summa	114.815	92.517
Skattefordran	4.073	2.865
Övriga fordringar	62.917	25.214
Summa	181.805	120.596

NOT 18 FINANSIELLA INSTRUMENT PER KATEGORI

31 december 2011

Tillgångar i balansräkningen	Lånefordringar och kundfordringar	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via totalresultatet	Summa tillgångar
	Derivatinstrument		10.060
Långfristiga kundfordringar	-		-
Kundfordringar och andra fordringar	122.346		122.346
Räntebärande fordringar	6.000		6.000
Likvida medel	85.622		85.622
Summa	213.968	10.060	224.028
Skulder i balansräkningen	Andra finansiella skulder	Finansiella skulder värderade till verkligt värde via totalresultatet	Summa skulder
Leverantörsskulder	80.197		80.197
Räntebärande skulder	45.537		45.537
Summa	125.734		125.734

31 december 2010

Tillgångar i balansräkningen	Lånefordringar och kundfordringar	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via totalresultatet	Summa tillgångar
Derivatinstrument	-	-	-
Långfristiga kundfordringar	1.919		1.919
Kundfordringar och andra fordringar	92.517		92.517
Räntebärande fordringar	110.000		110.000
Likvida medel	160.622		160.622
Summa	365.058	-	365.058

Skulder i balansräkningen	Andra finansiella skulder	Finansiella skulder värderade till verkligt värde via totalresultatet	Summa skulder
Derivatinstrument		7.148	7.148
Leverantörsskulder	70.566		70.566
Räntebärande skulder	51.837		51.837
Summa	122.403		129.551

NOT 19 SÄKRINGSREDOVISNING

Koncernen säkrar del av exponering i framtida kassaflöde som kommer från valutaförändringar, främst EUR mot USD. Detta görs då en betydande del av koncernens försäljning sker i EUR medan en betydande del av främst Brands inköp görs i USD.

Företagsledningen kan besluta om säkring av prognostiserade nettoflöden i utländsk valuta upp till 12 månader framåt. Den säkrade risken är alltså framtida utbetalningar i USD mot ett inkommande flöde i EUR. Koncernens säkringsinstrument är valutaterminer där koncernen säljer EUR mot USD. En mindre del av säkringarna görs genom försäljning på termin av SEK mot USD. Värdet på valutaterminer följer förändringar i spotkurserna mellan valutorna varför säkringen förväntas vara effektiv.

Koncernen mäter effektiviteten genom att löpande kontrollera att dess förväntade nettoutbetalningar är större än det underliggande beloppet för derivaten. Säkerheten i de prognostiserade flödena är mycket hög, då derivatpositionerna baseras på de inköporder som ingåtts.

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Netto utestående terminskontrakt				
Köpta TUSD	20.000	14.000	-	-
Sålda TEUR	14.328	10.694	-	-
Kurs	1,3959	1,3094	-	-
Köpta TUSD	700	-	-	-
Sålda TSEK	4.613	-	-	-
Kurs	6,5905	-	-	-

Marknadsvärdet per 2011-12-31, 10.060 tkr, avseende utestående terminskontrakt, är till fullo bokad som förändring av säkringsreserv under eget kapital, då alla utestående terminskontrakt per 2011-12-31 är att betrakta som säkringspositioner. Den totala positionen är fördelad TUSD 7 700 köpta på termin med förfall första halvåret 2012 och TUSD 13 000 köpta med förfall andra halvåret 2012. Positionerna understiger aktuella bekräftade order med förfall under samma perioder.

NOT 20 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Reklamkostnader	4.773	5.753	-	939
Licensintäkter	2.381	947	959	947
Hyreskostnader	8.162	6.907	-	520
Försäkringspremier	615	1.151	353	268
Övriga poster	14.501	9.231	907	842
Summa	30.433	23.989	2.219	3.516

NOT 21 OBESKATTADE RESERVER

	Moderbolaget	
	2011	2010
Akkumulerad skillnad mellan bokförda avskrivningar och avskrivningar enligt plan		
- inventarier, verktyg och installationer	4.773	980
Periodiseringsfonder	81.350	77.950
Summa	86.123	78.930

NOT 22 PENSIONS FÖRPLIKTELSE

	Koncernen	
	2011	2010
Kapitalförsäkring med pensionsutfästelse	467	549
Summa	467	549

Inom koncernen finns såväl avgiftsbestämda som förmånsbestämda pensionsplaner. För avgiftsbestämda planer samt för pensionsplanen tecknad i Alecta redovisas som årets kostnad de premier som avser den gångna perioden. Enligt ett uttalande från Redovisningsrådets Akutgrupp, UFR 3, är Alecta en förmånsbestämd plan som omfattar flera arbetsgivare. För räkenskapsåret 2011 finns inte sådan information tillgänglig som gör det möjligt att redovisa denna plan som förmånsbestämd. Denna är därför hanterad som avgiftsbestämd. Omfattningen av förmånsbestämda pensionsplaner, Alecta exkluderat, är mycket begränsad i koncernen och kan hänföras till koncernens norska dotterbolag.

NOT 23 ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Långfristiga skulder				
<i>Garantireserv</i>				
Ingående balans	843	960	-	-
Årets avsättning	584	-	-	-
Omräkningsdifferens	-	-117	-	-
Summa	1.427	843	-	-
<i>Övriga avsättningar</i>				
Ingående balans	-	667	-	-
Årets avsättning	1.434	-	-	-
lanspråktaga medel	-	-667	-	-
Summa	1.434	-	-	-
Total	2.861	843	-	-

Garantireserven baserar sig på åtaganden som vid balansdagens slut ännu inte är avslutade. Beräkningen baseras på tidigare erfarenheter.

Kortfristiga skulder

Personal- och omstrukturingskostnader

Ingående balans	276	2.572	-	-
Årets avsättning	-	276	-	-
lanspråktaga medel	-276	-2.572	-	-
Omräkningsdifferenser	-	-	-	-
Summa	-	276	-	-

NOT 24 UPPLÅNING

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
RÄNTEBÄRANDE SKULDER				
Långfristiga				
Skulder till kreditinstitut	-	44.187	-	-
Summa	-	44.187	-	-
Kortfristiga				
Skulder till kreditinstitut	45.537	5.076	-	-
Checkräkningskredit	-	2.577	-	-
Summa	45.537	7.653	-	-
Summa räntebärande skulder	45.537	51.840	-	-

Ej nyttjat belopp på checkräkningskredit uppgår i koncernen till 48.687 tkr (26.975 tkr) och i moderbolaget till 48.687 tkr (29.553 tkr).

FÖRFALLOSTRUKTUR FÖR RÄNTEBÄRANDE LÅNESKULDER (EXKL CHECKRÄKNINGSKREDIT)

Inom ett år	45.537	5.076	-	-
1-5 år	-	18.000	-	-
Mer än 5 år	-	26.187	-	-

Skulderna har en genomsnittlig räntebindningstid om tre månader. Per 2011-12-31 fördelades de räntebärande skulderna, exkl checkräkningskrediter enligt följande: Euro (motvärde tkr) 45.537.

NOT 25 LEVERANTÖRSSKULDER M M

	Koncernen	
	2011	2010
Leverantörsskulder	80.197	70.566
Förskott från kunder	11.396	7.692
Övriga skulder	24.335	39.521
Summa	115.928	117.779

Samtliga leverantörsskulder förfaller inom sex månader.

NOT 26 UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Semesterlöner och löneskulder	22.512	20.031	2.203	3.136
Upplupna sociala avgifter	10.765	6.981	1.615	1.635
Övriga poster	25.217	25.595	5.358	1.318
Summa	58.494	52.607	9.176	6.089

NOT 27 STÄLLDA SÄKERHETER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
För egna skulder	-	-	-	-
Företagsinteckningar	140.668	145.630	63.868	63.868
Fastighetsinteckningar	10.100	11.517	10.100	10.100
Summa	150.768	157.147	73.968	73.968

NOT 28 EVENTUALFÖRPLIKTELSER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Borgen för dotterföretag	-	-	51.401	58.036
Övriga ansvarsförbindelser	10.176	12.246	-	6.050
Summa	10.176	12.246	51.401	64.086

Inga av ovanstående poster beräknas påverka det framtida kassaflödet. Koncernens och moderbolagets eventualförpliktelser avser främst garantiförbindelser till tillmyndigheter och hyresvärdar.

NOT 29 JUSTERINGAR FÖR POSTER SOM INTE INGÅR I KASSAFLÖDET

	Koncernen		Moderbolaget	
	2011	2010	2011	2010
Nedskrivning andelar	-	-	-3.338	-
Realisationsresultat vid avyttring av anläggningstillgångar	-755	-1.891	1.911	-
Förändring av övriga avsättningar	-523	-2.682	-	-
Erhållna utdelningar	-	-	151.470	-
Marknadsvärdering av finansiella instrument	-	-7.787	-	-
Övriga ej likviditetspåverkande poster	-2.595	-	-	-661
Kursdifferenser	4.145	-17.922	-	-
Summa	272	-30.282	150.043	-661

NOT 30 FÖRVÄRV AV MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

De investeringar som skett i koncernen och moderbolaget är kassaflödespåverkande i sin helhet. Inga materiella förvärv har finansierats genom leasing eller avbetalning.

NOT 31 FÖRVÄRV AV TILLGÅNGAR OCH SKULDER I FÖRVÄRVADE DOTTERBOLAG

Fenix Outdoor AB har under året genomfört tre stycken förvärv; två distributionsbolag i USA och Schweiz samt en detaljhandelskedja i Finland. Förvärven har främst genomförts för att säkerställa och möjliggöra och expansion av koncernens varumärken på aktuella marknader samt för att vidga koncernens närvaro i detaljistledet.

Bolagen som förvärvats är:

Bus Sport AG (konsoliderat från 1 januari 2011)	Schweiz	Distributör	100%
Fjällräven USA Llc (konsoliderat från 1 april 2011)	USA	Distributör	65%
Partioaitta Oy (konsoliderat från 1 juni 2011)	Finland	Detaljst	100%

	Koncernen	
	2011	2010
Immateriella anläggningstillgångar	723	-
Materiella anläggningstillgångar	3.888	-
Finansiella anläggningstillgångar	396	-
Varulager	52.942	-
Övriga omsättningstillgångar	12.655	-
Långfristiga skulder	-5.526	-
Övriga skulder	-41.283	-
Minoritetsandelar	-3.743	-
Likvida medel i förvärvade bolag	5.757	-
Summa	25.809	-

NOT 32 TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

UPPGIFTER OM NÄRSTÅENDE MED BESTÄMMANDE INFLYTANDE

Huvudägaren familjen Nordin innehar via bolag ca 84 % av rösträtten till bolagets aktier. Åke Nordin erhåller ersättning för sin funktion som koncernchef. Ersättningen uppgick till 3.380 (2.252) tkr, inget arvode utgår för styrelseuppdraget. Några övriga transaktioner har inte skett under året. Martin Nordin, tillhörande familjen Nordin, är VD och har uppburit löner, ersättningar och förmåner till ett värde av 2.979 (2.309) tkr. Löpande premiebetalningar av pensionsförsäkringspremier har skett med 256 (203) tkr. I not 5 finns upplysningar beträffande löner till ledande befattningshavare.

INKÖP OCH FÖRSÄLJNING MELLAN KONCERNFÖRETAG

Nedan anges andelen av årets inköp och försäljning (nettoomsättning) avseende koncernföretag. Moderbolagets fakturering till och från koncernbolag är begränsad till koncerngemensamma tjänster såsom ekonomihantering, IT, varumärkesadministration, logistiktjänster samt uthyrning av lokaler.

	Moderbolaget	
	2011	2010
Inköp	0%	0%
Försäljning	0%	0%

Vid inköp och försäljning mellan koncernföretag tillämpas samma principer för prissättning som vid transaktioner med externa parter. Dessutom har aktieutdelning skett från Fenix Outdoor AB till Svenska Nordinvest AB.

INKÖP AV VAROR OCH TJÄNSTER FRÅN NÄRSTÅENDE

	Koncernen	
	2011	2010
Inköp av tjänster:		
DalSam Security AB	329	622

Bolaget nyttjar DalSam Security AB för vissa säkerhetsrelaterade tjänster. Ovanstående transaktioner genomfördes på affärsmässiga villkor.

RÖRELSEFORDRINGAR/SKULDER AVSEENDE NÄRSTÅENDE

	Koncernen	
	2011	2010
Skulder till närstående:		
DalSam Security AB	-	-

NOT 33 UPPGIFTER OM FENIX OUTDOOR AB

Fenix Outdoor AB, org nr 556110-6310, har sitt säte i Örnsköldsvik i Sverige och adressen till företagets huvudkontor är Box 209, 891 25 Örnsköldsvik.

Resultat- och balansräkningarna kommer att föreläggas årsstämman den 10 maj 2012 för fastställelse.

Årsredovisningen för Fenix Outdoor-koncernen är, såvitt vi känner till, upprättad i överensstämmelse med god redovisningssed för aktiemarknadsbolag. De i årsredovisningen lämnade uppgifterna stämmer med de faktiska förhållandena, ingenting av väsentlig betydelse är utelämnat som skulle kunna påverka den bild av bolaget som redovisas i denna årsredovisning.

Örnsköldsvik den 2 april 2012.

Sven Stork Anders Hedberg Åke Nordin Mats Olsson
Styrelsens ordförande

Martin Nordin
Verkställande direktör

Min revisionsberättelse har lämnats den 2 april 2012

Johan Adolphson
Auktoriserad revisor

REVISIONSBERÄTTELSE

TILL ÅRSSTÄMMAN I FENIX OUTDOOR AB (PUBL) ORG NR 556110-6310

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen
Jag har reviderat årsredovisningen och koncernredovisningen för Fenix Outdoor AB (Publ.) för år 2011. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 28-53.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och en koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt internationella redovisningsstandarder IFRS, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen, och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Revisorns ansvar

Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av min revision. Jag har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att jag följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Jag anser att de revisionsbevis jag har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för mina uttalanden.

Uttalanden

Enligt min uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets och koncernens finansiella ställning per den 31 december 2011 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen, och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2011 och av dess resultat och kassaflöden enligt internationella redovisningsstandarder, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Jag tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver min revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har jag även reviderat förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för Fenix Outdoor AB (Publ.) för år 2011.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

Revisorns ansvar

Mitt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala mig om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av min revision. Jag har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för mitt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har jag granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Som underlag för mitt uttalande om ansvarsfrihet har jag utöver min revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Jag har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Jag anser att de revisionsbevis jag inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för mina uttalanden.

Uttalanden

Jag tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Rapport om bolagsstyrningsrapporten

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten på sidan 29 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Som underlag för mitt uttalande om en bolagsstyrningsrapport har upprättats och är förenligt med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar, har jag läst bolagsstyrningsrapporten och bedömt dess lagstadgade innehåll baserat på min kunskap om bolaget.

En bolagsstyrningsrapport har upprättats, och dess lagstadgade information är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Stockholm den 2 april.

Johan Adolphson
Auktoriserad revisor

STYRELSE

SVEN STORK

Född 1940
Styrelseordförande
Styrelseledamot sedan
1989 Tekn. Dr.

ÖVRIGA
STYRELSEUPPDRAG:
Ledamot i Maweva-
Holding AG

ANTAL AKTIER: —

ÅKE NORDIN

Född 1936
Styrelseledamot sedan
1967
Koncernchef

ÖVRIGA
STYRELSEUPPDRAG: —

ANTAL AKTIER: —
(Privat)

MATS OLSSON

Född 1948
Styrelseledamot sedan
1986
Direktör

ÖVRIGA
STYRELSEUPPDRAG:
Ordförande i KnowIT
AB, Ledamot
Indutrade AB

ANTAL AKTIER: —

ANDERS HEDBERG

Född 1951
Styrelseledamot sedan
2010

ÖVRIGA
STYRELSEUPPDRAG:
—

ANTAL AKTIER: —

LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

MARTIN NORDIN

Född 1962
Verkställande direktör
Anställd sedan 2002

ANTAL AKTIER: 208 800
(privat och via bolag)

MARTIN AXELHED

Född 1976
Vice Verkställande
direktör
Anställd sedan 1997

ANTAL AKTIER: 10 000

THOMAS LINDBERG

Född 1963
CFO
Anställd sedan 2008

ANTAL AKTIER: 600

ALEXANDER KOSKA

Född 1966
Vice Verkställande
direktör
Anställd sedan 2007

ANTAL AKTIER: 0

Övriga ledande befattningshavare åtta stycken.

REVISORER

ORDINARIE

JOHAN ADOLPHSON

Född 1960
Auktoriserad revisor,
BDO Stockholm AB.
Ordinarie revisor i Fenix
Outdoor sedan 2006

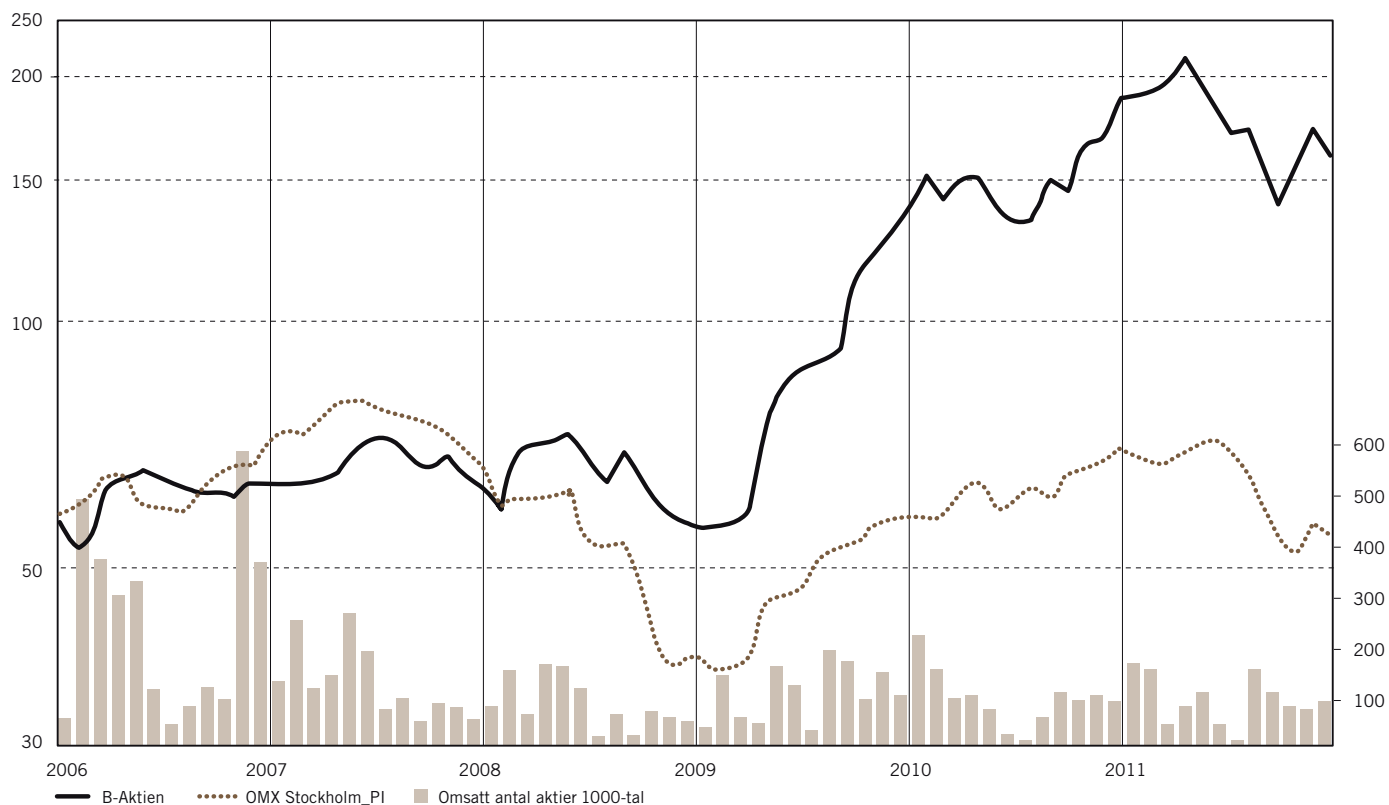
SUPPLEANT

TOMAS NÄSFELDT

Född 1960
Auktoriserad revisor,
BDO Stockholm AB
Suppleant i Fenix
Outdoor sedan 2011.

AKTIE OCH ÄGANDE

FENIX OUTDOORAKTIEN PÅ STOCKHOLMSBÖRSEN 2006-2011



AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet i Fenix Outdoor uppgår till 26.547.462 kronor fördelat på 2.400.000 aktier av serie A och 10.873.731 aktier av serie B, envar med ett kvotvärde av 2 kronor. Varje aktie av serie A berättigar till tio röster medan varje aktie av serie B berättigar till en röst. Alla aktier har lika rätt till utdelning.

KURSENTVECKLING OCH OMSÄTTNING

B-aktien har varit noterad på Stockholmsbörsen sedan 1983. Aktiekursen har följt index (OMX Stockholm) under 2011 och per 31 december uppgick det totala börsvärdet för Fenix Outdoor AB (publ) till 2.031 miljoner kronor.

AKTIEÄGARE

Den 31 december 2011 uppgick antalet aktieägare enligt VPC:s (Värdepapperscentralens) aktiebok till 3.189. De tio största aktieägarna svarade vid samma tidpunkt för 71,5% av kapitalet och 89,1% av rösterna.

UTDELNINGSPOLITIK

För räkenskapsåret 2011 föreslår styrelsen att utdelning ska lämnas med 3,00 kr per aktie (föregående år 3,00 kr).

AKTIEKAPITALET UTVECKLING

År	Transaktion	Tillkommande aktier	Ack. antal aktier	Totalt aktiekapital
1967		50	50	5.000
1977	Fondemission	450	500	50.000
1980	Fondemission	1.500	2.000	200.000
1983	Fondemission	198.000	200.000	5.000.000
1983	Nyemission	47.000	247.000	6.175.000
1984	Fondemission			9.880.000
1984	Split 1:4	741.000	988.000	9.880.000
1985	Nyemission	12.000	1.000.000	10.000.000
1994	Fondemission	1.000.000	2.000.000	20.000.000
2000	Split 1:5	8.000.000	10.000.000	20.000.000
2001	Nyemission	3.273.731	13.273.731	26.547.462

AKTIEÄGARE, DE STÖRSTA ÄGARNA 2011-12-31

Namn	Antal A-aktier	Antal B-aktier	Innehav %	Röster %
SVENSKA NORDINVESTMENT AB	2 300 000	5 275 069	57,07	81,08
PLACERINGSFOND SMÅBOLAGSFOND, NORDEN	-	513 463	3,87	1,47
SWEDBANK ROBUR SMÅBOLAGSFOND SVERIGE	-	351 777	2,65	1,01
NORDIN, MARTIN	100 000	108 800	1,57	3,18
VON DER ESCH, STINA	-	200 000	1,51	0,57
NORDIN, PER	-	218 300	1,65	0,62
SVENSKA HANDELSBANKEN CLIENTS ACC:3	-	122 413	0,92	0,35
VAHLQUIST, MAGNUS	-	120 000	0,90	0,34
RIKSBANKENS JUBILEUMSFOND	-	110 000	0,83	0,32
WALL, KARL JOHAN	-	70 000	0,53	0,20
SIX SIS AG, W8IMY	-	43 130	0,32	0,12
SSB CL OMNIBUS AC OM12 (30 PCT)	-	40 000	0,30	0,11
SEB SVERIGEFOND SMÅBOLAG	-	38 601	0,29	0,11
SSB CL OMNIBUS AC OMO7 (15 PCT)	-	33 867	0,26	0,10
ÖVRIGA AKTIEÄGARE	-	3 578 311	26,95	10,28
	2 400 000	10 873 731	100,00	100,00

ÄGARSTRUKTUR 2011-12-31

Storleksklass	Antal aktieägare	Antal aktier	Innehav (%)
1 - 500	2 455	376 991	2,84%
501 - 1000	333	271 369	2,04%
1001 - 5000	316	677 454	5,10%
5001 - 10000	30	227 400	1,71%
10001 - 15000	12	157 200	1,18%
15001 - 20000	8	149 383	1,13%
20001 -	35	11 413 934	85,99%
Summa	3 189	13 273 731	100,00%

ENGLISH SUMMARY - ANNUAL ACCOUNTS 2011

HIGHLIGHTS OF 2011

- Group net sales of 1 553,8 (1 351,6) MSEK an increase of 15%.
- Group operating profit of 234,7 (251,4) MSEK, a decrease of 7%.
- The income after financial items was 234,8 (238,2) MSEK, a decrease of 1%.
- Group net profit of 167,3 (168,5) MSEK, a decrease of 1%.
- Earnings per share 12,60 (12,70) SEK.
- Investments in tangible and intangible assets was 56,1 (28,5) MSEK.

COMPANY PROFILE

Fenix Outdoors' business idea is to bring together wellknown brands within the Outdoor business segment. The products sold under these brand names are developed to achieve and preserve superior quality light-weight outdoor products. They are sold via a selected retail network that focuses on professionalism to provide a high level of customer service to the end-users. The Fenix Outdoor Group was established in 2002 after acquisitions of Tierra Products AB, Primus AB and Naturkompaniet AB. In 2004 the German shoe producer Hanwag was acquired. In 2009 a fifth brand was acquired, Brunton.

During 2011 the group has continued the expansion by acquisitions of Bus Sport AG, Fjällräven USA Llc and Partioaitta OY. Bus Sport AG is a distributor of outdoor-equipment for the Swiss market, with Hanwag and Fjällräven as two mayor brands. Fjällräven USA Llc is a distributor of Fjällräven equipment for the American market. Fjällräven USA Llc also operates a store in New York. Fenix Outdoor has expanded its' retail segment during 2011 through acquisition of Partioaitta OY, a Finnish retailer for outdoor equipment.

Fenix Outdoor Group's goals are to become a leading player in Europe's outdoor clothing and equipment business and to achieve a minimum growth rate of 10% per annum keeping a consistent profit before tax level of at least 10%.

Fenix Outdoor Group will achieve its goal in two ways

- Through organic growth based on a strong retail network and brands known for high quality products.
- By expanding the Brands division through acquisitions of additional outdoor brands.

The group consists of two segments, Brands and Retail.

The Brands segment consists of five outdoor brands: FJÄLLRÄVEN, a leading European brand in outdoor clothing and equipment. TIERRA is a strong brand in high-tech clothing for demanding outdoor activities. PRIMUS that develops and sells camping equipment used for boiling, heating, and lightning powered by gas and liquid fuels, HANWAG, a well known European brand for technically advanced trekking, outdoor and alpine shoes and BRUNTON, a US brand well known for innovations in compasses, optics, renewable portable power, and camping.

The Retail division consists of two retail chains, Naturkompaniet AB and Partioaitta OY. Naturkompaniet is a network of 28 outdoor stores in attractive locations for consumers in Sweden. Partioaitta OY is a Finnish retailer of outdoor equipment with 11 stores in Finland.

Fenix Outdoor AB has been listed on the Stockholm Stock exchange since 1983.

SUMMARY

	2011	2010
Net turnover, MSEK	1.531,9	961,1
Operating profit, MSEK	235,8	251,4
Profit for the year, MSEK	167,3	168,5
Earnings per share, SEK	12,53	12,70
Capital expenditure, MSEK	56,1	28,5
Dividend per share, SEK	3,00*	3,00
Quotation Dec 31, SEK	153,00	190
Profit margin before tax %	15,3	17,9
Return on equity %	24,4	30,4
Equity ratio %	72,2	68,9
Average number of employees	646	420

*Proposal of the Board

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT

SEK million	2011	2010
Net sales	1.531,9	1.331,7
Other income	21,8	19,9
	1.553,8	1.351,6
Goods for resale	-711,5	-593,9
Other external costs	-333,5	-284,6
Personnel costs	-239,4	-194,2
Depreciations	-30,0	-24,3
Result from associated companies	-1,1	-0,7
Other costs	-3,6	-2,6
	-1.319,1	-1.100,3
Operating profit	234,7	251,4
Financial income	9,8	4,0
Financial expenses	-9,6	-17,1
Income after financial items	234,8	238,2
Taxes	-67,6	-40,0
Net income	167,3	168,5

CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

SEK million	2011-12-31	2010-12-31
ASSETS		
Fixed assets		
Intangible assets	154,9	92,9
Tangible assets	110,4	92,0
Financial assets	15,3	15,8
Current assets		
Inventories	466,1	267,4
Other receivables	212,2	144,6
Liquid funds	85,6	270,6
Total assets	1.044,5	682,6
EQUITY AND LIABILITIES		
Equity	754,1	608,7
Minority interests	8,9	1,2
Provisions	37,3	33,4
Long-term liabilities	-	46,8
Current liabilities	244,2	193,2
Total equity and liabilities	1044,5	639,6

CONSOLIDATED STATEMENT OF CASH FLOWS

SEK million	2011	2010
Cash flow from operating activities	207,6	177,6
Changes in working capital	-219,9	25,9
Cash flow from investing activities	-124,9	-24,9
Cash flow from financing activities	-50,9	-31,2
Net change in cash	-188,1	95,6
Liquidity, beginning of period	270,6	182,7
Effect of exchange rate changes on cash	3,1	-7,7
Liquidity, end of period	85,6	270,6

ADRESSER OCH BUTIKSNÄTET

HUVUDKONTOR

Fenix Outdoor AB (publ)
Box 209
SE-891 25 ÖRNSKÖLDSEVIK
SVERIGE
Tel 0660-26 62 00
Fax 0660-26 62 21
www.fenixoutdoor.se
info@fenixoutdoor.se

KONTOR STOCKHOLM

Fenix Outdoor AB (publ)
FJÄLLRÄVEN
Hemvärnsgatan 15
SE-171 54 SOLNA
SVERIGE
Tel 08-404 31 00
Fax 08-29 26 00

TIERRA PRODUCTS AB

BOX 209
SE-891 25 ÖRNSKÖLDSEVIK
SVERIGE
Tel 0660-26 62 00
www.tierra.se
info@tierra.se

PRIMUS AB

Hemvärnsgatan 15
Box 6041
SE-171 54 SOLNA
SVERIGE
Tel 08-564 842 30
Fax 08-564 842 40
www.primus.se
info@primus.se

PRIMUS EESTI OÜ

Ravila 53
EE-510 14 TARTU
ESTLAND
Tel +372-74-24 903
Fax +372-74-24 904

FJÄLLRÄVEN SVERIGE AB

Box 209
SE-891 25 ÖRNSKÖLDSEVIK
SVERIGE
Tel 0660-26 62 00
Fax 0660-26 62 21
www.fjallraven.se
info@fjallraven.se

FJÄLLRÄVEN GMBH

Wiesenfeld Strasse 7
DE-852 56 VIERKIRCHEN
TYSKLAND
Tel +49-8139-802 30
Fax +49-8139-80 23 10

HANWAG GMBH

Wiesenfeld Strasse 7
DE-852 56 VIERKIRCHEN
TYSKLAND

Tel +49-8139-935 60
Fax +49-8139-93 56 39

BRUNTON OUTDOOR INC

2255 Brunton Court
Riverton, Wyoming 82501
Tel +307 857 47 22
Fax +307 857 47 03
www.brunton.com

BRUNTON EUROPÉ BV

C/O Primus AB
Box 6041
SE- 171 06 SOLNA
SVERIGE
Tel 08-564 842 46

FJÄLLRÄVEN B.V.

Trading och Logistic
Koningsbeltweg 12
NL-1329 AG ALMERE
HOLLAND
Tel +31-36-53 59 400
Fax +31-36-540 05 93

FENIX OUTDOOR ITALIA S.R.L.

Via Stazione 9
I-39049 Vipiteno (Sterzing)
BZ , ITALIEN
Tel +39-0472-767201
Fax +39-0472-767201

FENIX OUTDOOR NORGE AS

Hagevein 4
NO-2626 LILLEHAMMER
NORGE
Tel +47-61-24 69 00
Fax +47-61-24 69 01

ROSKER LTD

13 Quay Lane
Gosport
Hants. PO 124LJ
Storbritannien
Tel +42-39 25 28 711

FENIX OUTDOOR FINLAND OY

Mikkolantie 1 A
FIN-00640 HELSINKI
FINLAND
Tel +358-98-77 11 33
Fax +358-98-68 45 400

FJÄLLRÄVEN APS

Norddigesvej 4
DK-8240 RISSKOV
DANMARK
Tel +45-86 20 20 75
Fax +45-86 12 49 11

PARTIOAITTA OY

Nuijamiestentie 5C
00400 Helsinki
Finland

FJÄLLRÄVEN USA INC

2255 Brunton Court
82501 Riverton, WY
USA

BUS SPORT AG

Schöngasse 4a
CH 9470 Buchs
Schweiz

FENIX EASTERN EUROPE GMBH

Wiesenfeld strasse 7
DE-852 56 VIERKIRCHEN
TYSKLAND
Tel +49-8139-802 30
Fax +49-8139-80 23 10

NATURKOMPANIET AB

Ekonomi
Box 177
SE-891 24, ÖRNSKÖLDSEVIK
SVERIGE
Tel 0660-29 35 50
Fax 0660-26 62 15
Inköp
Kammakargatan 9A
SE-111 40 STOCKHOLM
SVERIGE
Tel 0660-29 35 50
Fax 08-440 86 59
www.naturkompaniet.se
info@naturkompaniet.se



BUTIKER

NATURKOMPANIET

Gävle
Drottninggatan 26B

Göteborg
Korsgatan 10
Östra Hamngatan 25
Stora Nygatan 33

Halmstad
Bastionsgatan 2

Haparanda
Lillgatan 4

Helsingborg
Södra Kyrkogatan 24
Väla Köpcentrum

Jönköping
A6 Center
Östra Storgatan 7-9

Karlstad
Bergvik köpcentrum
Västra Torggatan 10

Kristianstad
Tivoligatan 6

Linköping
St. Larsgatan 10

Luleå
Kungsgatan 17

Lund
Bytaregatan 12

Malmö
Hansacompagniet
Södra Förstadsgatan 32

Norrköping
Repslagargatan 12

Stockholm
Sveavägen 62
Kungsgatan 4
Kungsgatan 26
Hantverkargatan 38-40
Odengatan 50
Siroccogatan 9, Sickla

Sundsvall
Kyrkogatan 21

Uppsala
Kungsängsgatan 10

Västerås
Köpmannagatan 6

Örebro
Stortorget 12

Örnsköldsvik
Brogatan

Östersund
Prästgatan 31A

FISKARNAS REDSKAPSHANDEL

Stockholm
S:t Paulsgatan 2

FENIX
OUTDOOR AB Publ.