

FENIX OUTDOOR INTERNATIONAL AG

Delårsrapport 2020-01-01 – 2020-03-31

Första kvartalet 2020-01-01 – 2020-03-31

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 129 282 (138 228), en minskning med 6,5%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 17 685 (28 760).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 6 778 (19 353).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 8 938 (20 719).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 4 412 (16 297).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 0,33 (1,21).
- Försäljningen i mars var negativt påverkad av Covid19 krisen som drabbade Europa och Nord Amerika, medan kostnadsbesparingarna ännu inte bidrog i mars.

Händelser efter rapportperiodens slut

- Jämfört med föregående års försäljningen landar april kring 50%, påverkad av stängda butiker och lokala ”lock downs”.
- Apriels försäljning var positivt påverkad av en starkt on line försäljning. De digitala kanalerna representerade drygt 40% av den totala försäljningen, jämfört med 10% året innan.
- Friluftss, med många butiker stängda, visade en försäljning om 60% jämfört med föregående år, också starkt supporterat av en stark on line handel.
- Vi kan nu också bekräfta att kostnadsbesparingsprogrammet gav effekt i april.

Förutom detta har det inte inträffat något materiellt efter rapportperiodens slut. Status rapport avseende Covid19 finns att läsa i ”Kommentar från styrelseordförande”.

Återköp av egna aktier i bolaget

Per 2020-03-31 innehar företaget 119 598 egna B-aktier, vilket representerar 0,89% av aktiekapitalet.

Denna rapport innehåller information som Fenix Outdoor International AG är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande kl. 13 00 den 7 maj 2020.

KONTAKTPERSON Martin Nordin, Styrelseordförande +41 797 99 27 58

INNEHÅLL

Kommentar från styr. ord.	2-5
Verksamheten	6-8
Finansiella rapporter	9-13
Noter	14-17

Sid.

FINANSIELL INFORMATION

Aktuell finansiell information finns tillgänglig på www.fenixoutdoor.se under fliken ”Investera”

KALENDARIUM EKONOMISK INFORMATION

Delårsrapport Q2 21 juli, 2020

KOMMENTAR FRÅN ARBETANDE STYRELSEORDFÖRANDE

Rakt in i Covid-19-väggen

Min oro från Q4-rapporten har tyvärr visat sig vara sann.

Fenix Outdoors försäljning låg i slutet av februari i linje med eller över satta mål. Detsamma jämfört med föregående års siffror.

Då kom mars - Med butiksstängningar i Tyskland, Nordamerika och Norge och "lock downs" på de flesta av våra marknader. Detta ledde till att försäljningen sjönk även i öppna butiker. Bortfallet av försäljning var mellan 10-60 procent, beroende på marknad och plats. Bortfallet drabbade särskilt hårt butiker i köpcentrum och i citylägen, medan butiker i mindre städer och i landsbygdsområden blev mindre påverkade. Som en säkerhetsåtgärd och för att följa myndigheters föreskrifter stängde vi också vårt lager i USA. Detsamma är nu öppet igen och vi levererar såväl detaljsticker med egen online försäljningen som direkt till konsument via egen webbshop. Denna utveckling är i linje med vad vi såg i Asien tidigare, med undantag för Taiwan, som på grund av sin kontroll över Covid-19 aldrig påverkades och där vi ser en god tillväxt.

Då många av våra Brand och Global Sales marknader och dess kunder har möts av liknande utmaningar så drabbades också denna del av vår verksamhet. I mars sjönk också försäljningen via nätet, men inte radikalt.

Medan många inte kunde förutse allvarligheten i denna kris vidtog vi åtgärder för att positionera vår verksamhet och likviditetssituation. Detta genom att arbeta med vår leveranskedja, säkerställa tidiga leveranser samt genom att avbryta, skjuta upp eller pausa till och med startade investeringsprojekt, då dessa blivit irrelevanta på grund av den nya situationen. Vi har också etablerat anställningsstopp. Koncernen hade dock tagit vissa kostnadsbeslut redan under Q4 gällande anställningar och omstrukturering, som vi beslutat att inte stoppa. Detta då vi är av den uppfattningen att de kommer att stödja vår verksamhet på lång sikt och också vara viktiga för att stödja vår webbförsäljning som är den bästa inkomstkällan för tillfället. Det innebär att vi under mars redovisade förlorad försäljning utan att kunna realisera större besparingar, speciellt inom detaljsegmentet som visade en betydande förlust under mars. Vi hade också kostnadsförpliktelser inom andra områden under månaden, vilka var omöjliga att avbryta. Slutligen har vi vidtagit ytterligare kraftfulla åtgärder under första kvartalet och gjort reservationer för kundfordringar på grund av osäkerheten i marknaden.

Q2 kommer att bli ett tufft kvartal, men vi räknar med att kunna redovisa besparingar såväl som dra nytta av förändringarna i kundbeteende, särskilt inom området webbsäljning där vi räknar med att kunna ta del av den befintliga tillväxttrenden jämfört med föregående år.

Vad har vi gjort och vad gör vi

I princip arbetar alla våra kontor hemifrån. Alla våra lager är dock öppna för att stödja detaljister som fortfarande är aktiva samt våra egna online kanaler. Vi har implementerat nya säkerhetsåtgärder världen över för att kunna erbjuda en så säker arbetsmiljö för våra anställda som möjligt. Alla lokala regler för social distansering etc. har implementerats. Vi har implementerat fler och mindre skift i våra lager för att minimera exponering och upprätthålla viss effektivitet.

När det gäller ekonomiska åtgärder har vi tecknat permissionsavtal med vår fackförening i Tyskland, vilket innebär att vi erhåller stöd från den tyska staten. Detta gör att vi kan spara upp till 85% av lönekostnaden. Åtgärderna har inte begränsats till vår butikspersonal, utan har också genomförts på våra kontor i München och i Hamburg, liksom på vår skoproduktionsanläggning i Vierkirchen. Vi håller viss personal på plats i våra butiker för att göra det möjligt för oss att leverera online kunder via våra butiker om vårt lager inte skulle kunna göra det. Vi stöds också i Tyskland av att inte behöva betala hyror för våra butiker medan de är stängda. Vår skofabrik i Ungern har hittills arbetat mot externa kunder, men så snart det behövs och när ett ungersk stödprogram etableras så ligger en stor sannolikhet att fabriken kortsiktigt stängs ned. I Danmark, Norge och Holland har all butikspersonal, i de butikerna som är eller har stängts, permission med stöd från myndigheterna. I Sverige har vi också en mindre del av personalen i permission med nyttjande av lokalt stöd, men besparingarna är mycket lägre här än i andra länder. I Nordamerika har liknande åtgärder vidtagits. Vi har också arbetat med att justera kostnader på alla nivåer och genomför våra krisbesparingsplaner som vi alltid har redo i våra skrivbordslådor. Dessa planer utvecklas och uppdateras vartannat år.

Hur ser vi resten av året och hur går försäljningen?

Då många butiker är stängda på de flesta av de större marknaderna så påverkas Brands och Global sales försäljning negativt. Vår egen detaljhandel drabbas också av pandemin. Det är uppenbart att på marknader där våra butiker är stängda så säljer vi ingenting från butikerna. Vi ser också en negativ inverkan på försäljningen på de marknader där butikerna är öppna, men som jag beskrev i min inledning varierar påverkan. Butiksförsäljningen i vissa områden är ner upp till 50% jämfört med föregående år. Initialt såg vi också en negativ effekt för den digitala försäljningen. Men under april har online försäljningen tagit fart och ser

verkligen lovande ut. Vi kan notera en ”lika för lika” tillväxt i online handeln, inom vårt retail segment, om 90-300% beroende på marknad. I de länder där vi driver egen detaljhandel har online försäljningen vissa dagar lyckats kompensera så att försäljningen totalt nått upp till förra årets siffror. Det ser riktigt hoppfullt ut. Resten av året beror på när marknaderna åter helt öppnar upp och hur kunderna betar sig när det händer.

För det första tror vi starkt att vår del av konsumentvaruindustrin är mycket väl positionerad för en snabbare återhämtning än övrig dito. Skälen är att lågkonjunkturer historiskt sett är en tid då vår bransch överträffar andra, särskilt i Europa. Vi tror också att det mindre resandet kommer att få människor att söka sig till aktiviteter närmare hemmet, vilket kommer ha en positiv effekt för vår bransch. Vi tror också att trenden mot digital försäljning kommer att öka. Detta gör att den fysiska butiksförsäljningen inte bara får utmaningar i att komma tillbaka från koronakrisen, utan också kommer se att en permanent del av försäljningen har försvunnit och att det kommer förbli så. Vi tror att återhämtningen, av försäljningen, kommer att ske gradvis och att det kommer att ta lite tid.

Vi tror också att det finns två stora inneboende exponeringar / risker när marknaderna öppnas. För det första kommer inte alla våra grossistkunder att överleva och de som gör det kommer att behöva support för att betala sina räkningar. Detta innebär att vi potentiellt kommer att möta högre kreditförluster och ännu viktigare tvingas erbjuda förlängda kreditvillkor. För det andra kan det leda till priskrig på marknader, då detaljhandeln på några av våra stora marknader har tappat två månaders försäljning och många av våra konkurrenter kan drabbas av likviditetsbrist och överlager från innevarande säsong. Vi har sett några indikationer på att fysiska butikskunder med online handel i Nordamerika redan driver webbförsäljning genom pris. Vi tror dock att eftersom vårt sortiment är mindre säsongsbetonade och sträcker sig över fler säsonger så står vi inför en mycket lägre risk för att denna varumärkesförsvagning ska drabba oss.

Fenix Outdoor utvärderar för närvarande sina strategiska planer för sina fysiska butiker. Vi tror fortfarande starkt på vår övergripande strategi med en kombinationen av fysisk- och digital försäljning, men vi omvärderar våra butiker både från ett kort- och medellång perspektiv och hur nuvarande nätverk av butiker och online passar ihop med strategin. Detta då vi tror att det kommer ske en permanent förändring av marknaden. Analysen görs på grundval av plats, storlek och kostnad. I synnerhet utvärderas kostnaden eftersom vi tror att det måste komma en press nedåt på hyror, särskilt för de traditionella detaljhandlarna.

Med tanke på effekterna av pandemin finns det en stor risk för sjunkande försäljning, åtminstone på medellång sikt. Vi tror inte att en fullständig återhämtning kommer att ske förrän ett vaccin mot Covid-19 finns på plats. Fram till dess finns det en viss sannolikhet att restriktioner kommer att kvarstå för kundtätthet i

butiker etc., vilket begränsar möjligheten att betala nuvarande hyror. Vi försöker för närvarande diskutera denna nya värld med våra hyresvärdar världen över. Vi gör oss också beredda att vid behov begränsa vår verksamhet baserat på de mindre volymerna om de blir permanenta. Vi utvärderar också vår leveranskedja utifrån beroende, pålitlighet och särskilt ur ett ökat säkerhets- och ”CSR”-perspektiv. Vi letar också efter möjliga förvärv, både på varumärkes- och detaljhandelssidan, samt efter närmare samarbetsmöjligheter under dessa besvärliga tider.

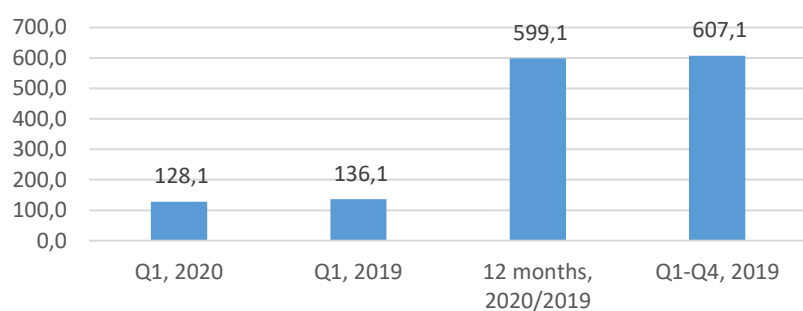
Zug 7 maj 2020

Martin Nordin, Styrelseordförande

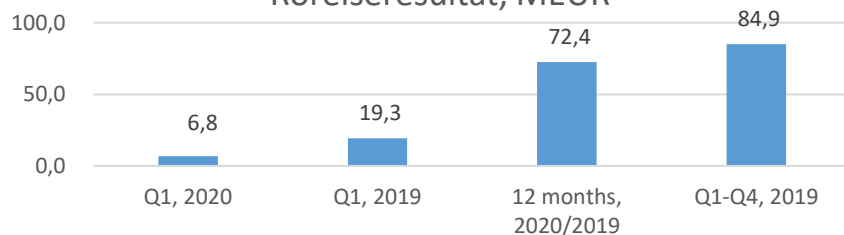
MEUR	Jan-Mar 2020	Jan-Mar 2019	April-Mar 2019/2020	Jan-Dec 2019
Nettoomsättning	128,1	136,1	599,1	607,1
EBITDA	17,7	28,7	117,0	128,0
Rörelseresultat	6,8	19,3	72,4	84,9
Rörelsemarginal, %	5,3%	14,2%	12,1%	14,0%
Resultat före skatt	8,9	20,7	72,5	84,4
Periodens resultat	4,4	16,3	49,3	61,3
Vinst per aktie, EUR *)	0,33	1,21	3,66	4,57
Soliditet, %	57,8%	58,6%		57,6%

*) Vinst per aktie har beräknats på utestående aktier.

Nettoomsättning, MEUR



Rörelseresultat, MEUR



VERKSAMHETEN

Brands

		2020 (2019)
Extern försäljning	Q1	39,2 (40,6) - 3,5%
Rörelseresultat	Q1	15,0 (19,3)

Segmentet uppvisade stark försäljning fram till att ”mars Covid19 stoppet” i Europa och Nord Amerika bromsade försäljningen av vår/sommar produkter. Trots detta visade Brand Retail i Nordamerika en försäljningsökning för perioden. Rörelseresultatet blev lägre än föregående år, då kostnadsstrukturen var anpassad för tillväxt. De kostnadsreduktioner som nu genomförs kommer inte ge effekt förrän i kvartal 2.

Friluft

		2020 (2019)
Extern försäljning	Q1	48,0 (55,5) - 13,5%
Rörelseresultat	Q1	-11,4 (-4,4)

Friluft var påverkad av den milda vintern, men förstås också av Covid19, då alla butiker i Tyskland och en del i Finland och Danmark var stängda en betydande del av mars.

Global sales

		2020 (2019)
Extern försäljning	Q1	40,9 (39,8) + 2,8%
Rörelseresultat	Q1	6,8 (6,8)

Startade kvartalet starkt precis som Brands, men tappade fart i mars. Marknaderna utanför Europa bidrog till att segmentet ökade sin försäljning för kvartalet.

Koncerngemensamt, likviditet och finansiell ställning

		2020 (2019)
Rörelseresultat	Q1	-3,5 (-2,5)

Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark. Koncernens likvida medel uppgick till MEUR 70,2 (85,6). Koncernens räntebärande skulder uppgick till MEUR 22,4 (25,5). Leaseskulder uppgick till MEUR 129,2 (106,6). Koncerns egna kapital, hänförligt till bolagets aktieägare uppgick till MEUR 319,0 (300,7), vilket motsvarar en soliditet på 57,8% (58,6%).

VERKSAMHETEN

Koncernen är organiserad i tre rörelsesegment Brands, Global sales och Friluft.

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

De tre rörelsesegmenten stöds av koncerngemensamma funktioner för Ledning, CSR/CSO, Finans, HR, Juridik, Digital Technology och Logistik.

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Knc extern omsättning, MEUR	39,2	40,6	48,0	55,5	40,9	39,8		0,2	128,1	136,1
EBITDA, MEUR	17,6	21,6	-6,2	1,2	7,3	7,5	-1,1	-1,6	17,7	28,7
Rörelseresultat, MEUR	15,0	19,3	-11,4	-4,4	6,8	6,8	-3,5	-2,5	6,8	19,3
Antal butiker	36	32	80	75	25	16			141	123
Varav franchise			3	3					3	3
Sum anläggningstillgångar	54,1	43,3	132,7	122,7	12,2	12,1	51,7	50,7	250,7	228,8
Investeringar	2,3	1,1	0,5	2,6	0,4	0,3	1,8	1,0	5,0	5,0

Koncern extern omsättning per marknad	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Schweiz					3,9	3,2			3,0%	2,4%
Sverige	2,7	2,4	9,5	10,5					9,5%	9,5%
Övriga Norden	0,2	0,2	8,1	9,5	7,1	7,9			12,0%	12,9%
Tyskland	16,8	18,0	30,1	35,5				0,2	36,6%	39,5%
Benelux	4,2	4,6	0,1		2,4	3,3			5,2%	5,8%
Övriga Europa	3,8	3,9	0,2		10,9	11,8			11,6%	11,5%
Amerika	11,1	10,9			8,6	6,7			15,4%	12,9%
Övriga Marknader	0,4	0,6			8,0	6,9			6,6%	5,5%
Totalt	39,2	40,6	48,0	55,5	40,9	39,8	0,0	0,2	100%	100%

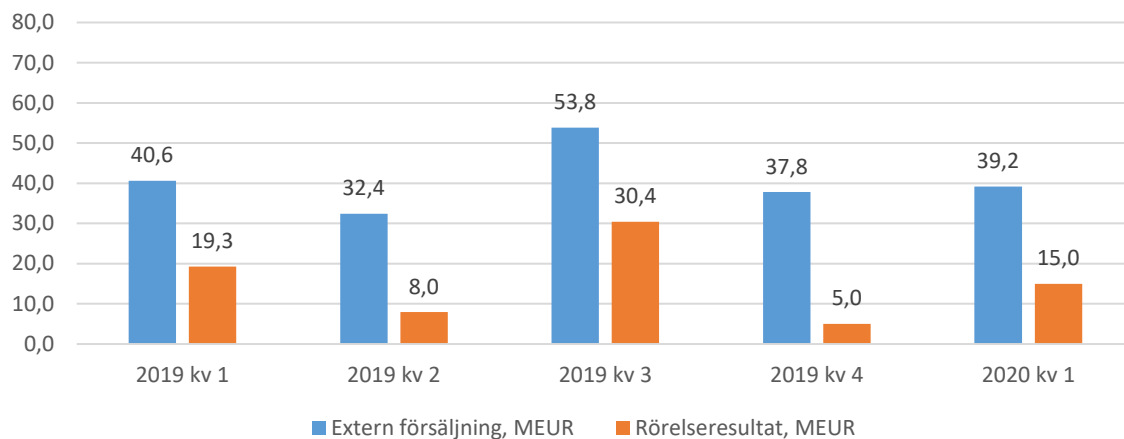
Fenix Outdoors användning av alternativa nyckeltal:

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

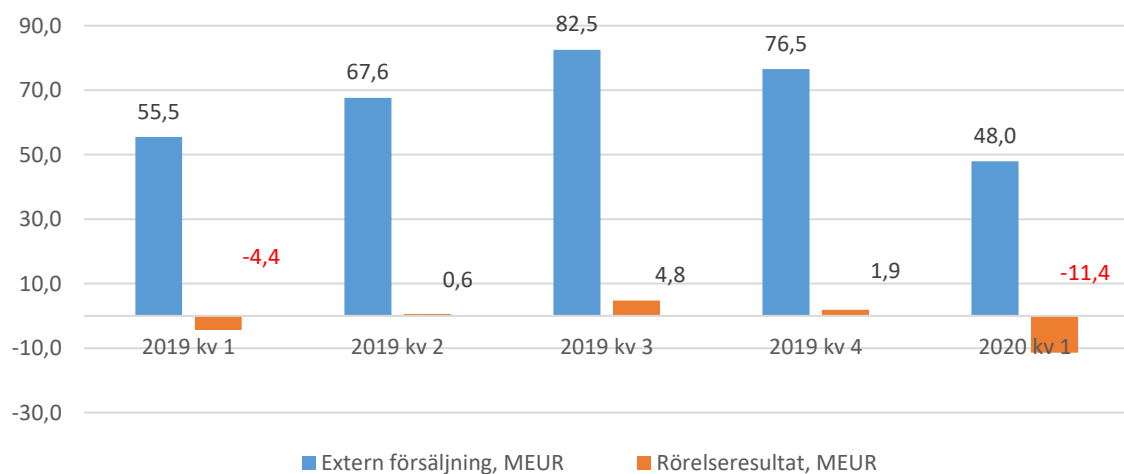
VERKSAMHETEN

Omsättning och rörelseresultat per segment

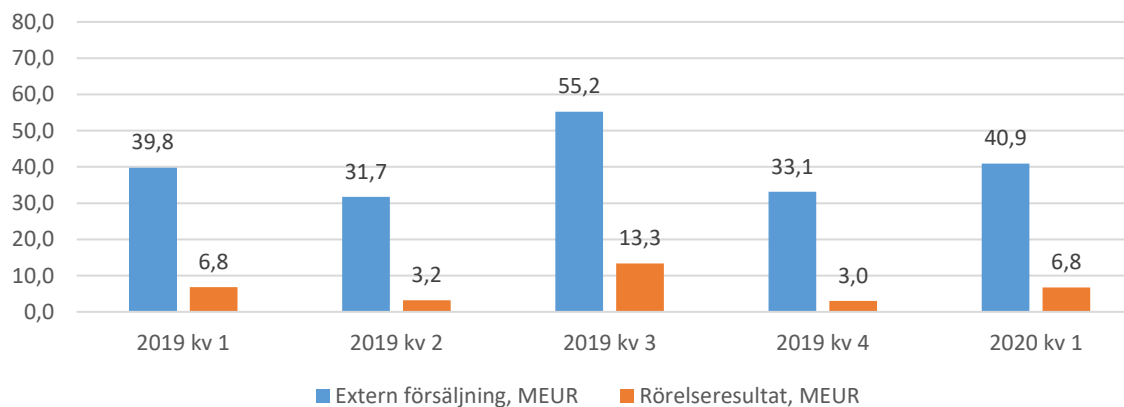
Brands



Friluft



Global sales



FINANSIELLA RAPPORTER

RESULTATRÄKNING KONCERNEN MEUR	3 månader		12 månader	
	jan-mar	jan-mar	apr-mar	jan-dec
	2020	2019	2019/2020	2019
Nettoomsättning	128,1	136,1	599,1	607,1
Övriga rörelseintäkter	1,2	2,1	8,4	9,3
Summa rörelseintäkter	129,3	138,2	607,5	616,4
Handelsvaror	-54,3	-57,4	-248,3	-251,4
Övriga externa kostnader	-28,8	-26,2	-123,4	-120,8
Personalkostnader	-28,3	-26,4	-118,2	-116,3
Av- och nedskrivningar	-10,9	-9,4	-44,6	-43,1
Resultat från andelar i intresseföretag	0,1	0,6	0,9	1,4
Övriga rörelsekostnader	-0,3	-0,1	-1,5	-1,3
Summa rörelsens kostnader	-122,5	-118,9	-535,1	-531,5
Rörelseresultat	6,8	19,3	72,4	84,9
Finansiella intäkter	2,8	2,1	3,4	2,7
Finansiella kostnader	-0,7	-0,7	-3,3	-3,3
Resultat före skatt	8,9	20,7	72,5	84,4
Skatter	-4,5	-4,4	-23,2	-23,1
Årets resultat	4,4	16,3	49,3	61,3
Årets resultat hänförligt till:				
Moderbolagets aktieägare	4,4	16,3	49,2	61,2
Innehav utan bestämmande inflytande	0,0	0,0	0,1	0,1
Resultat per aktie, EUR	0,33	1,21	3,66	4,57
Vägt genomsnitt utestående b aktier tusentals	10 940	11 060	11 060	10 977
Vägt genomsnitt utestående a aktier tusentals	24 000	24 000	24 000	24 000

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

FINANSIELLA RAPPORTER

TOTALRESULTAT MEUR	3 månader		12 månader	
	jan-mar 2020	jan-mar 2019	apr-mar 2019/2020	jan-dec 2019
Årets resultat	4,4	16,3	49,3	61,3
Som inte kommer att återföras över resultaträkningen				
Periodens förändring av pensionsavsättningar			-0,2	-0,2
Skatter			0,1	0,1
Som kommer att återföras över resultaträkning				
Periodens förändring av omräkningsreserv	-5,3	-0,3	-6,0	-1,0
Periodens förändring av säkringsreserv		-0,1	-0,1	-0,2
Skatt				
Summa övriga totalresultat för perioden	-5,3	-0,4	-6,2	-1,3
Summa totalresultat för perioden	-0,9	15,8	43,1	60,0
Summa totalresultat hänförligt till:				
Moderbolagets aktieägare	-0,9	15,8	43,0	59,9
Innehav utan bestämmande inflytande	0,0	0,0	0,1	0,1

FINANSIELLA RAPPORTER

KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING MEUR	31 Mars 2020	31 Mars 2019	31 Dec 2019
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	39,1	37,6	40,8
Materiella anläggningstillgångar	67,9	63,7	67,8
Tillgångar med nyttjanderätt	127,8	106,4	124,7
Finansiella anläggningstillgångar	15,9	21,1	17,1
Summa anläggningstillgångar	250,7	228,8	250,4
Omsättningstillgångar			
Varulager	167,8	138,7	159,7
Kundfordringar och andra fordringar	54,8	54,4	46,6
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	8,6	5,6	8,8
Likvida medel	70,2	85,6	88,9
Summa omsättningstillgångar	301,4	284,3	304,0
Summa tillgångar	552,1	513,1	554,4
Eget kapital och skulder			
Eget kapital hänförligt till bolagets ägare	319,0	300,7	319,1
Innehav utan bestämmande inflytande	0,1	0,1	0,1
Summa eget kapital	319,1	300,8	319,3
Skulder			
Långfristiga skulder			
Långfristiga icke räntebärande skulder	15,3	13,6	17,4
Leasingskulder	103,9	86,0	100,4
Långfristiga räntebärande skulder	-	12,0	-
Summa långfristiga skulder	119,2	111,6	117,8
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga icke räntebärande skulder	46,6	42,3	47,7
Leasingskulder	25,3	20,6	25,6
Kortfristiga räntebärande skulder	22,4	13,5	22,2
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	19,5	24,3	21,9
Summa kortfristiga skulder	113,8	100,7	117,4
Summa eget kapital och skulder	552,1	513,1	554,4

FINANSIELLA RAPPORTER

Förändring av eget kapital	MEUR	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Kassaflödes-säkringsreserv	Valutaomräknings-reserv	Egna aktier *)	Balanserade vinstmedel	Summa	Innehav utan bestämmande inflytande	Summa
2019-01-01		12,4	39,8	1,6	-4,4	-0,4	236,7	285,6	0,1	285,7
Periodens resultat							16,3	16,3	-	16,3
Övrigt totalresultat					-0,3			-0,4	-	-0,4
Summa totalresultat för perioden					-0,3		16,3	15,9		15,9
Förvärv av egna aktier					0,0	-0,3	0,0	-0,3		-0,3
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager				-0,5				-0,5	-	-0,5
2019-03-31		12,4	39,8	1,1	-4,8	-0,7	253,0	300,7	0,1	300,8
2020-01-01		12,4	39,8	0,1	-5,5	-10,2	282,5	319,1	0,1	319,3
Periodens resultat							4,4	4,4	-	4,4
Övrigt totalresultat					-5,3			-5,3	-	-5,3
Summa totalresultat för perioden					-5,3		4,4	-0,9		-0,9
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager				0,7				0,7	-	0,7
2020-03-31		12,4	39,8	0,8	-10,7	-10,2	287,0	319,0	0,1	319,1

*) Fenix Outdoor International AG tillkännagav genom pressmeddelanden den 7 och 14 februari 2019 att företaget vid ett eller flera tillfällen, om möjligt, ska återköpa upp till 700 000 egna B-aktier under det aktuella kalenderåret. Per 2020-03-31 ägde företaget 119 598 egna B-aktier.

FINANSIELLA RAPPORTER

RAPPORT ÖVER KONCERNENS KASSAFLÖDE	jan-mar	jan-mar	jan - dec
MEUR	2020	2019	2019
Den löpande verksamheten			
Periodens nettoresultat	4,4	16,3	61,3
Skatt	4,5	4,4	23,1
Finansnetto i resultaträkningen	-2,2	-1,4	0,5
Avskrivningar för tillämpning av IFRS 16	6,4	5,9	26,3
Av- och nedskrivningar	4,5	3,5	16,8
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-3,6	-0,6	-2,4
Erhållen ränta	0,7	0,1	0,3
Erlagd ränta	-1,2	-0,7	-3,3
Betald skatt	-5,4	-6,7	-21,5
	8,1	20,8	101,1
Förändring av varulager	-8,1	-5,4	-25,1
Förändring av rörelsefordringar	-5,1	-12,0	-7,1
Förändring av rörelseskulder	-5,7	-11,7	-7,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-10,8	-8,3	61,4
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1,7	-1,9	-10,2
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-3,3	-3,1	-16,2
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		0,2	1,1
Utdelning från intresseföretag			1,7
Förvärv av dotterföretag			0,5
Förändringar i finansiella tillgångar	0,3		
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-4,7	-4,8	-23,1
Finansieringsverksamheten			
Upplåning		0,4	0,8
Återbetalda lån			-3,8
Amortering låneskuld för finansiella leasingavtal	-5,6	-5,6	-24,0
Förvärv av egna aktier		-0,3	-9,8
Utbetald utdelning			-15,2
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-5,6	-5,5	-52,0
Förändring av likvida medel	-21,1	-18,6	-13,7
Likvida medel vid periodens början	88,9	101,9	101,9
Kursdifferens i likvida medel	2,4	2,3	0,7
Likvida medel vid periodens slut	70,2	85,6	88,9

Noter till den finansiella rapporten

Not 1 Redovisningsprinciper

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

Denna delårsrapport är upprättad enligt IAS 34 Delårsrapportering. Tillämpningen av redovisningsprinciperna är i överensstämmelse med de som finns i årsredovisningen för räkenskapsåret som slutade den 31 december 2019 och ska läsas tillsammans med dessa med undantag av nya och reviderade standards och tolkningar som trätt i kraft i januari 2020.

Not 2 Tillgångar med nyttjanderätt

31-03-2020, MEUR	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter *)	27,0	97,5	2,2	1,0	127,8
Förskottsbetalningar	0,3	0,2			0,6
Totala tillgångar	27,4	97,7	2,2	1,0	128,4
Skulder					
Räntebärande skulder	-28,0	-97,8	-2,2	-1,0	-129,0
Övriga skulder	-0,1				-0,1
Totala skulder	-28,2	-97,8	-2,2	-1,0	-129,2

	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-1,8	-4,2	-0,2	-0,2	-6,4
Räntekostnader	-0,2	-0,3			-0,5

*) Varav för förlängningsoptioner som förväntas utnyttjas	1,3	12,4	0,5	0,7	14,9
---	-----	------	-----	-----	------

2019-03-31, MEUR	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	17,2	87,0	1,6	0,5	106,4
Förskottsbetalningar		0,1			0,1
Totala tillgångar	17,2	87,1	1,6	0,5	106,5
Skulder					
Räntebärande skulder	-17,3	-87,2	-1,6	-0,5	-106,6
Övriga skulder					
Totala skulder	-17,3	-87,2	-1,6	-0,5	-106,7

	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-1,3	-4,1	-0,4	-0,1	-5,9
Räntekostnader	-0,2	-0,3			-0,5

Not 3 Risker

För beskrivning av koncernens riskfaktorer se senast avgiven årsredovisning 2019, sid 26.

Not 4 Säkringsredovisning

	2020-03-31	2019-03-31	2019-12-31
Marknadsvärde	704	983	-197
FX Terminer			
Köpta TUSD	30 500	27 000	35 500
Sålda TEUR	27 194	22 937	31 494
Kurs	1,122	1,177	1,127
Köpta TUSD	2 000	2 000	3 000
Sålda TNOK	18 332	16 640	26 859
Kurs	9,166	8,320	8,953
Ränte swap			
Betalning lång löptid ff 2020-03-19, TUSD	-	11 000	11 000
Erhållen kort löptid, TUSD	-	11 000	11 000

Not 5 Växelkurser

	Genomsnittskurs			Balansdagens kurs		
	Jan - Mar 2020	Jan - Mar 2019	Jan - Dec 2019	2020-03-31	2019-03-31	2019-12-31
SEK/EUR	10,8040	10,4185	10,5824	11,0613	10,3980	10,4468
CHF/EUR	1,0630	1,1308	1,1107	1,0585	1,1181	1,0854
USD/EUR	1,0994	1,1379	1,1191	1,0956	1,1235	1,1234
SEK/CHF	10,1634	9,2137	9,5278	10,4500	9,2997	9,6248

Not 6 Segmentsrapportering – försäljning och resultat

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

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Knc extern omsättning, MEUR	39,2	40,6	48,0	55,5	40,9	39,8		0,2	128,1	136,1
EBITDA, MEUR	17,6	21,6	-6,2	1,2	7,3	7,5	-1,1	-1,6	17,7	28,7
Rörelseresultat, MEUR	15,0	19,3	-11,4	-4,4	6,8	6,8	-3,5	-2,5	6,8	19,3
Antal butiker	36	32	80	75	25	16			141	123
Varav franchise			3	3					3	3
Sum anläggningstillgångar	54,1	43,3	132,7	122,7	12,2	12,1	51,7	50,7	250,7	228,8
Investeringar	2,3	1,1	0,5	2,6	0,4	0,3	1,8	1,0	5,0	5,0

Koncern extern omsättning per marknad	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars	jan-mars
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Schweiz					3,9	3,2			3,9	3,2
Sverige	2,7	2,4	9,5	10,5					12,2	12,9
Övriga Norden	0,2	0,2	8,1	9,5	7,1	7,9			15,4	17,6
Tyskland	16,8	18,0	30,1	35,5				0,2	46,9	53,7
Benelux	4,2	4,6	0,1		2,4	3,3			6,7	7,9
Övriga Europa	3,8	3,9	0,2		10,9	11,8			14,9	15,7
Amerika	11,1	10,9			8,6	6,7			19,7	17,6
Övriga Marknader	0,4	0,6			8,0	6,9			8,4	7,5
Totalt	39,2	40,6	48,0	55,5	40,9	39,8	0,0	0,2	128,1	136,1

Not 7 Utestående optioner från förvärv

Genom förvärvet av den taiwanesiska distributören har Fenix Outdoor International AG en rätt och en förpliktelse genom ett put/call optionsarrangemang, där lösenpris baseras på en vinst multipl för att förvärva resterande 30% av bolaget. Optionen kan nyttjas mellan den 30 juni 2022 och 30 juni 2027. Nuvärdet av inlösenkostnaden redovisas som långfristig skuld om 0,5 MEUR och kommer att värderas vid varje kvartals stängning. Ingen justering var nödvändig den 31 mars 2020.

Fenix Outdoor International AG förvärvade Alpen International 2017. Avtalet från 2017 inkluderar ett put/call options arrangemang avseende 25% minoritetsintresset, som kan utnyttjas under perioden mellan 2020 och 2029. Nuvärdet av inlösenbeloppet redovisades som en långsiktig skuld om 0,7 MEUR och innehav utan bestämmande inflytande har tagits bort. Positionen värderas vid varje kvartalsstängning, ingen justering var nödvändig den 31 mars 2020.

Framtida förändringar i säljoptionsskulden redovisas i eget kapital.

Not 8 Händelser efter rapportperiodens slut

Förutom Covid19 påverkan, status rapport finns i ”Kommentar från styrelseordförande”, har det inte inträffat något materiellt efter rapportperiodens slut.

Not 9 Transaktioner med närstående

Inga väsentliga förändringar har skett i relationer eller transaktioner med närstående parter jämfört med 2019.

.....

Zug den 7 maj 2020

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

Alexander Koska

Verkställande direktör