

FENIX OUTDOOR INTERNATIONAL AG

Delårsrapport

2022-07-01 – 2022-09-30

Tredje kvartalet 2022-07-01 – 2022-09-30

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 227 893 (TEUR 200 067), en ökning med 13,9%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 55 943 (TEUR 57 726).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 42 802 (TEUR 44 426).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 43 139 (TEUR 43 950).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 33 037 (TEUR 32 504).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 2,48 (EUR 2,44).

Perioden 2022-01-01 – 2022-09-30

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 563 649 (TEUR 458 601), en ökning med 22,9%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 110 042 (TEUR 103 055).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 70 928 (TEUR 66 227).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 73 945 (TEUR 64 656).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 54 881 (TEUR 44 921).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 4,12 (EUR 3,37).

Händelser efter rapportperiodens slut

Det har inte inträffat några väsentliga händelser efter rapporteringsperiodens slut.

Egna aktier i bolaget

Per den sista september 2022 ägde bolaget 132 337 B-aktier vilket representerande 0,98 % av kapitalet. Under kvartal 3 köptes 3 215 B-aktier.

Finansiell Information

www.fenixoutdoor.se/investerare/rapporter

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 2 november 2022.

Kontakt person Martin Nordin, Arbetande Styrelseordförande +41 797 99 27 58

KOMMENTAR FRÅN ARBETANDE STYRELSEORDFÖRANDE

Ett skäligt kvartal med tanke på omständigheterna

Det tredje kvartalet är det första där vi har rimligt jämförbara siffror mot förra året. De två första kvartalen 2021 var fortsatt starkt påverkade av Covid. Under Q3 fortsatte vi att växa och koncernens försäljning ökade från 197,6 MEUR till 224,2 MEUR, en tillväxt om 13% - Vilket är skäligt. Försäljningen i detaljhandelsdelen var relativt svag på grund av det extremt varma vädret, på många håll i Europa samt att konsumenterna var mer intresserade av att resa till ett ännu varmare klimat under juni och juli. I augusti visade de flesta marknader en förbättring då vädret blev kyligare.

Rörelsevinsten för hela koncernen uppgick till 42,8 MEUR jämfört med föregående års 44,4 MEUR, en minskning med 4%. Kvartalets bruttomarginal påverkades negativt av engångsrelaterade transportkostnader om 2,6 MEUR. Detta lite som en påminnelse om Covid och de återstående effekterna av densamma. Vidare hade vi förra året fortsatt en del återstående hyressubventioner i Tyskland. Vi står inom en rad områden, såsom hyra, löner, IT etc. redan inför stigande kostnader. Det gör att vi kommer att behöva fokusera än mer på kostnadskontroll framöver.

En finansiell repositionering, som påbörjades redan under Q2, har fortsatt. Våra lagernivåer är högre. Vi har på grund av vår verksamhets karaktär, med en lång produktlivscykel, bestämt oss för att i kombination med vår starka likviditet nyttja detta för att säkra vår förmåga att leverera varor i rätt tid under 2023. Det tillåter oss att i hög omfattning kunna säkra priser och transportkostnader för att i så stor del som möjligt bibehålla marginal samtidigt som vi begränsar prisökningarna gentemot våra högt värderade kunder inom Brands- och Global Sales segmenten.

Friluft

Friluftets omsättning växte med 2%, från 94,7 till 96,8 MEUR, främst drivet av Globetrotter i Tyskland. De skandinaviska marknaderna, utom Danmark, visade en negativ tillväxt. Vi tror att försäljningsutvecklingen kan hänföras till tre områden. Det extremt varma vädret i större delen av Europa, ett ökat resande som begränsade "Outdoor aktiviteterna" samt en återgång till högre prispress i marknaden kopplat till höga lager hos vissa återförsäljare.

Den lägre försäljningen och hur de varierat mellan marknaderna samt att vi i år inte erhöll några hyressubventioner i Tyskland gjorde att rörelseresultatet sjönk från 10,6 till 6,7 MEUR

Brands

Brandssegmentet ökade försäljningen från 48,8 till 62,2 MEUR. En ökning med 27%. Tillväxten drevs på av ytterligare återhämtning i Tyskland som en följd efter omstruktureringen av Fjällrävens försäljningskanaler samt en mycket stark tillväxt för Hanwag.

Rörelseresultatet ökade från 24,7 till 27,1 MEUR, vilket var 10% upp. Resultatet begränsades dock av fortsatt högre en normala transportkostnader. Det påverkade bruttomarginalen med 2,6 MEUR. Vi har också en ökning av mer permanenta kostnader relaterade till såväl löner som IT, vilka förväntas öka över tid på grund av inflationstrycket. När det gäller varumärkena visade Hanwag en rekordförsäljning- och vinst för kvartalet. Hanwag har mera permanent kunnat dra nytta av flytten av all produktion tillbaka till Europa, vilket planerades före och genomfördes under Covid. Det har medfört att Hanwag nått en ny nivå i sin marknadsposition.

Global Sales

Försäljningen ökade från 54,1 till 65,2 MEUR, en ökning med 21%.

Ökningen drevs av en tillväxt över genomsnittet i Asien och Stillaohavsområdet om 51 %. Vidare visade också Nordamerika en tillväxt över genomsnittet. Detta trots en mer volatil marknad där den inledande lågkonjunkturen och stora kundlager ledde till vissa annulleringar av höstorders. Vi möttes också av framskjutna beställningar samt vissa problem med leveranskedjan i Kanada som också ledde till försenade leveranser. Vi tror att detta balanseras under det fjärde kvartalet. Trots dessa utmaningar uppvisade försäljningen en skälig utveckling.

Rörelseresultatet blev 15,4 jämfört med förra årets 11,2 MEUR, en ökning med 37%. En mycket bra prestation baserad på mycket god kostnadskontroll och effektivitet.

Nordamerika

Som tidigare nämnts visade Nordamerika en mycket god tillväxt och nådde rekordförsäljning. Vår förväntning var dock högre. Detta baserat på en mycket stark orderbok för hösten. Med den nya ekonomiska situationen i världen stod vi, som nämnts tidigare, inför vissa avbokningar och uppskjutningar av leveranser. Dessutom hade vi betydande problem med logistikkedjan i Kanada. Generellt så har vi en positiv syn på den nordamerikanska verksamheten, vilket stöds av våra försäljningssiffror inom "Dtoc" inkluderat digitalt. Det

indikerar att det fortfarande finns ett gott utrymme att växa. Vår produktportfölj håller på att utvecklas till en mycket mer diversifierad och balanserad portfölj, vilket ger oss ett förbättrat erbjudande på den Nordamerikanska marknaden.

Digital försäljning

Vår totala digitala konsumentaffär fortsatte att växa. Under det tredje kvartalet med 11,7% jämfört med förra året. Kanalen stod för 16,8 %, mot 17,1 % under förra året, av vår totala försäljning och 30,3 % av vår försäljning direkt till konsument jämfört med 28,4 % förra året. På rullande 9-månadersbasis uppgick vår digitala försäljning uppskattningsvis till 99,1 MEUR (100,2 MEUR). Vi tror att vi kommer att se en värdemässig tillväxt även framöver. Då vi nu upplever en mer förCovidiell situation tror vi att utvecklingen mot ökad digital försäljning kommer att fortsätta, men i en långsammare takt än före covid

Framöver

Jag har kortfattat förklarat händelserna under Q3 i siffror. Nedan vidareutvecklar jag hur vi ser på de kortsiktiga och långsiktiga utsikterna och hur vi kommer att försöka agera.

För det första har vi använt vår goda likviditet till att säkra varor, med ökande lagernivåer som följd, vilket bidrar till kontroll över inkommande priser och en stabilitet i logistikkedjan.

Utvecklingen för Q4 är svår att förutsäga speciellt i Europa, där säkerhetsläget är oberäkneligt liksom energisituationen. Energiläget kan bli särskilt påfrestande om det blir riktigt kallt. Vi ser inte detta som positivt, trots att vi då normalt säljer väldigt bra, men i år kommer en kall vinter att påverka det tillgängliga köputrymmet för konsumenten negativt.

En annan faktor som är svår att bedöma är effekterna av en lågkonjunktur. Normalt sett tenderar en lågkonjunktur att vara något bra för oss. Då konsumenten normalt sett övergår från resor till mera "hemester". Detta är vad som hände under covid, så vi börjar som bransch på en högre nivå.

Men med tanke på alla nya användare är det inte osannolikt att vi kommer att kunna dra nytta av detta, då folk historiskt sett i en lågkonjunktur inte går för att testa nya produkter eller märken. De går för varumärken de litar på med högre kvalitet, vilket skulle kunna innebära att vi inte bara kommer dra nytta av nya användare utan också på att många uppgraderar sina köp till mera pålitliga varumärken. Det är där vi passar in. Därför är min/vår slutsats att vi här har en möjlighet, vilket vi redan börjat se på många marknader.

Hur ska vi göra det?

Vi tror starkt på att vi som företag lever på det förtroende våra användare/konsumenter ger oss. Det är här vårt hållbarhetsarbete kommer in i bilden. Vi strävar efter att agera efter vår vägledande kompass E, N, S, W. Det gör vi för att våra värderingar är det som gör oss starka (du kan läsa mer om kompassen och ”The Fenix Way” på vår webbsida). Vi är säkra på våra värderingar, men vi är inte ett aktivistföretag. Vi kommunicerar våra värderingar och försöker agera på ett mätbart sätt för att förbättra vårt jag och föregå med gott exempel, då det enda du kan förändra är dig själv. Jag måste påpeka att E i kompassen är Ekonomi och det betyder att man ibland måste förlora en kamp för att vinna kriget, om man inte överlever ger man upp kriget. Låt mig berätta hur vi har agerat på sistone och under Covid.

1. Vi har inte annullerat några beställningar.
2. Vi har omorganiserat utan att säga upp någon, men utvecklat befintliga kollegor och anställt nya personer.
3. Vi har inte stängt några butiker av ekonomiska skäl, men har öppnat nya och skapat nya jobb i de länder vi har verksamhet.
4. Vi har fortsatt vårt fokus på våra leverantörers välbefinnande och förmåga att producera högkvalitativa produkter med minimal miljöpåverkan. Ett faktum är att Fjällräven G1000-tyget nu endast är tillverkat av återvunnen polyester och ekologisk bomull.
5. Vi har fokuserat på att säkra överlevnaden för våra detaljhandelskunder och levererade till dem så snabbt som möjligt trots att den utmanande försörjningskedjan. Vi fortsätter att stödja marknadsföring och inte ändra leveransvillkoren.
6. Vi har klimatkompenserat de extraordinära transporterna vilka var nödvändiga givet logistikutmaningarna.

I den nya omgivningen kommer tillförlitlighet bli nyckeln till framgång. Vi kommer att fortsätta detta arbete. Jag har varit inne på att det är bättre att lägga pengar på förbättringar inom dessa områden och prata mindre. Detta har varit framgångsrikt på vissa marknader, men mindre i andra där kommunikation inom detta område är mer utbrett. Möjligen måste vi öka vår kommunikation inom hållbarhet. Vi måste varje år beskriva våra framsteg inom olika områden (Du kan hitta tidigare års CSR-rapporter på vår hemsida) och bli mera direkta i vår kommunikation eftersom vi VET var vi står.

Det betyder inte att vi kommer att sluta agera. Vi beslutade ursprungligen att inte bygga solceller på vårt nya lager i Tyskland, då en livscykelanalys av CO₂-påverkan, inklusive service, produktion och bortskaffande av utrustning, under en 25 års period hade större CO₂-effekt än att köpa grön el från en lokal leverantör som

levererade vatten och tidvattensenergi. Vi har nu ändå bestämt oss för att genomföra investeringen, då byggnaden nu är 30 000m² istället för 10 000m². Detta innebär en bättre effektivitet och energisituationen, där vi kan få högre säkerhet i att driva verksamheten själva och med en bättre kostnadskontroll. Såsom massa- och pappersbruken gjorde norrut i Sverige där jag ursprungligen kommer från.

Så med närmandet av nya utmaningar är det troligt att vi förmodligen kommer att stöta på några gupp på vägen, men jag tror starkt på att vi är mycket väl positionerade för att dra fördel av denna nya omgivning.

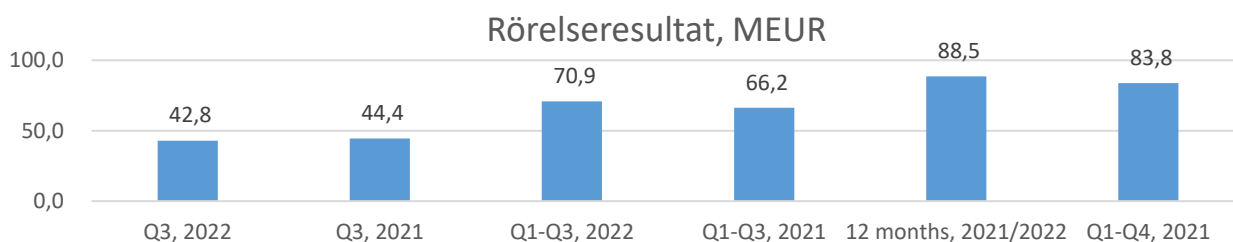
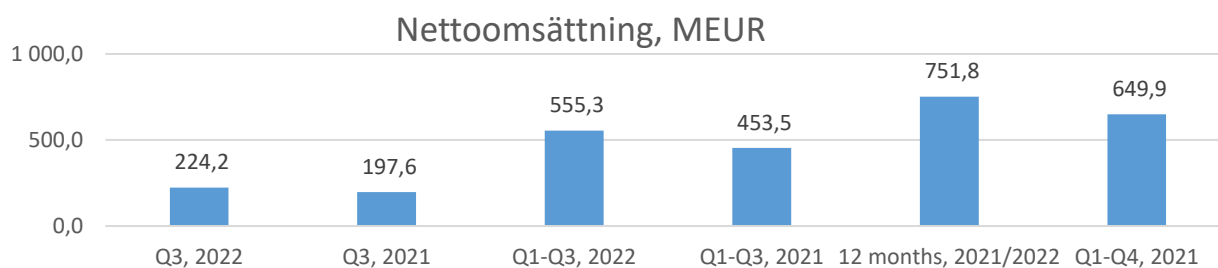
Vänliga hälsningar

Martin Nordin, Arbetande Styrelseordförande

P.S. Vi arbetar fortfarande på att flytta produktion närmare våra marknader, även om detta är en stor process. Fler uppdateringar om detta kommer.

MEUR	Juli-Sept 2022	Juli - Sept 2021	Jan-Sept 2022	Jan-Sept 2021	Okt-Sept 2021/2022	Jan-Dec 2021
Nettoomsättning	224,2	197,6	555,3	453,5	751,8	649,9
EBITDA	55,9	57,7	110,0	103,1	142,3	135,3
Rörelseresultat	42,8	44,4	70,9	66,2	88,5	83,8
Rörelsemarginal, %	19,1%	22,5%	12,8%	14,6%	11,8%	12,9%
Resultat före skatt	43,1	43,9	73,9	64,7	91,0	81,7
Periodens resultat	33,0	32,5	54,9	44,9	66,6	56,7
Vinst per aktie, EUR *)	2,48	2,44	4,12	3,37	4,99	4,25
Soliditet, %			60,6%	57,3%		57,0%

*) Vinst per aktie har beräknats på utestående aktier. Soliditet är beräknad som eget kapital i förhållande till totala tillgångar.



VERKSAMHETEN

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

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

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

Tredje kvartalet 2022-07-01 – 2022-09-30

	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Knc extern omsättning, MEUR	62,2	48,8	96,8	94,7	65,2	54,1			224,2	197,6
EBITDA, MEUR	30,1	28,3	13,8	17,2	16,0	11,8	-4,0	0,4	56,0	57,7
Rörelseresultat, MEUR	27,1	24,7	6,7	10,6	15,4	11,2	-6,4	-2,1	42,8	44,4

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept	juli-sept
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Schweiz					3,9	3,1			1,7%	1,6%
Sverige	5,8	4,9	20,8	22,7					11,9%	14,0%
Övriga Norden	0,5	0,6	15,7	16,5	14,1	13,7			13,5%	15,6%
Tyskland	21,9	15,9	55,3	53,5					34,4%	35,1%
Benelux	7,2	5,5	0,1	0,1	3,1	1,5			4,6%	3,6%
Övriga Europa	5,2	4,1	4,9	1,9	16,3	12,5			11,8%	9,4%
Amerika	21,1	17,3			19,1	14,3			17,9%	16,0%
Övriga Marknader	0,5	0,5			8,7	9,0			4,1%	4,8%
Totalt	62,2	48,8	96,8	94,7	65,2	54,1	0,0	0,0	100%	100%

Perioden 2022-01-01 – 2022-09-30

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Knc extern omsättning, MEUR	150,6	117,5	246,4	206,7	158,3	129,4			555,3	453,5
EBITDA, MEUR	63,0	52,5	21,4	23,5	28,8	24,5	-3,2	2,5	110,0	103,1
Rörelseresultat, MEUR	54,0	44,0	0,4	3,9	27,1	22,9	-10,6	-4,6	70,9	66,2
Antal butiker	38	38	100	88	33	31			171	157
Varav franchise			2	1					2	1
Sum anläggningstillgångar	59,3	50,8	131,1	144,0	12,0	14,1	56,9	56,9	259,3	265,8
Investeringar	5,1	2,5	4,9	4,6	0,8	0,8	7,4	9,3	18,2	17,2

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Schweiz					9,4	9,0			1,7%	2,0%
Sverige	13,7	12,3	50,4	54,4					11,5%	14,7%
Övriga Norden	1,4	1,6	40,3	39,9	32,8	32,0			13,4%	16,2%
Tyskland	53,3	40,0	141,8	108,7					35,1%	32,8%
Benelux	15,6	12,8	0,3	0,2	9,9	7,4			4,7%	4,5%
Övriga Europa	11,4	9,9	13,6	3,5	34,9	27,0			10,8%	8,9%
Amerika	53,1	39,6			39,8	28,2			16,7%	14,9%
Övriga Marknader	2,1	1,3			31,5	25,8			6,1%	6,0%
Totalt	150,6	117,5	246,4	206,7	158,3	129,4	0,0	0,0	100%	100%

Fenix Outdoors användning av alternativa nyckeltal:

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

VERKSAMHETEN

Brands

		2022 (2021)		2022 (2021)
Extern försäljning	Q3	62,2 (48,8) + 27,5%	Q1-Q3	150,6 (117,5) + 28,2%
Rörelseresultat	Q3	27,1 (24,7)	Q1-Q3	54,0 (44,0)

Den goda tillväxten kan hänföras till en mycket stark utveckling i Tyskland, +38%, där tillväxten drevs på av ytterligare återhämtning efter städningen av Fjällrävens försäljningskanaler. Den mycket starka utvecklingen för Hanwag har också bidragit positivt.

Friluft

		2022 (2021)		2022 (2021)
Extern försäljning	Q3	96,8 (94,7) + 2,2%	Q1-Q3	246,4 (206,7) + 19,2%
Rörelseresultat	Q3	6,7 (10,6)	Q1-Q3	0,4 (3,9)

Försäljningsökningen drevs främst av Globetrotter. De skandinaviska marknaderna, utom Danmark, visade en negativ tillväxt. Marknaderna påverkades negativt av det, under perioden, extremt varma vädret i större delen av Europa, mindre ”outdoor aktiviteter”/mer ”normalt resande och en återgång till ökad prispress på grund av höga lager hos vissa återförsäljare. Kostnaderna var tillbaka på en mer normal nivå, inklusive avsaknaden av hyressubventioner, vilket resulterade i ett lägre rörelseresultat jämfört med föregående år.

Global sales

		2022 (2021)		2022 (2021)
Extern försäljning	Q3	65,2 (54,1) + 20,5%	Q1-Q3	158,3 (129,4) + 22,4%
Rörelseresultat	Q3	15,4 (11,2)	Q1-Q3	27,1 (22,9)

Stark tillväxt, 51%, i Asien och Stilla-havsområdet. Nordamerika visade också en tillväxt över genomsnittet.

Koncerngemensamt, likviditet och finansiell ställning

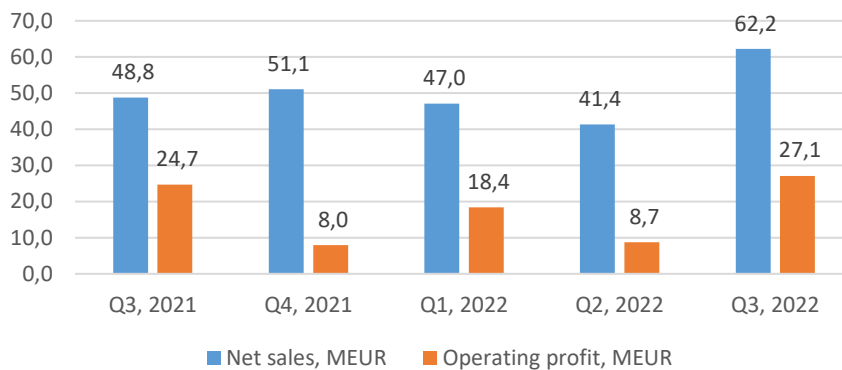
		2022 (2021)		2022 (2021)
Rörelseresultat	Q3	-6,4 (-2,1)	Q1-Q3	-10,6 (-4,6)

Det lägre resultatet kan hänföras till högre elimineringar för internvinst i lager – gjorda på denna nivå i koncernen. Lagernivåerna har höjts för att säkra leveranser 2023 samt för att säkra priser och transportkostnader. Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark. Koncernens likvida medel uppgick till MEUR 68,9 (MEUR 123,1) vid rapporteringsperiodens utgång. Koncernens räntebärande skulder uppgick till MEUR 29,3 (MEUR 38,4). Leaseskulder uppgick till MEUR 118,9 (MEUR 128,2). Koncerns egna kapital, hänförligt till bolagets aktieägare uppgick till MEUR 406,3 (MEUR 369,0), vilket motsvarar en soliditet på 60,6% (57,3%).

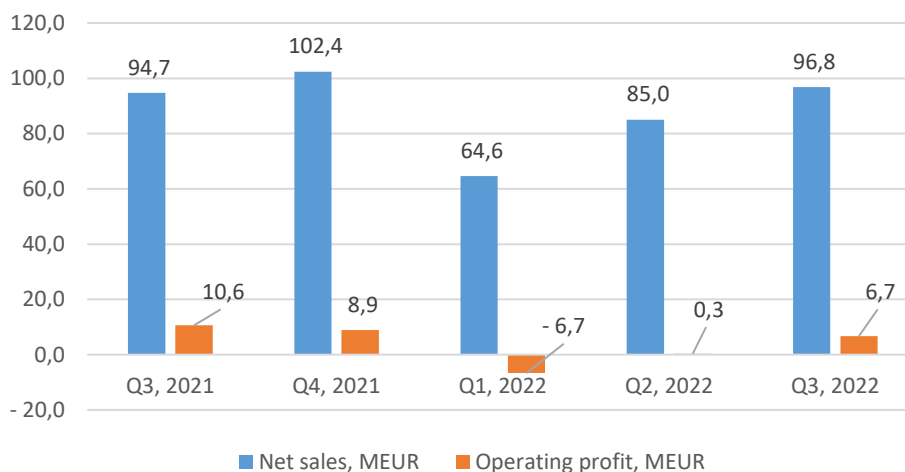
VERKSAMHETEN

Omsättning och rörelseresultat per segment

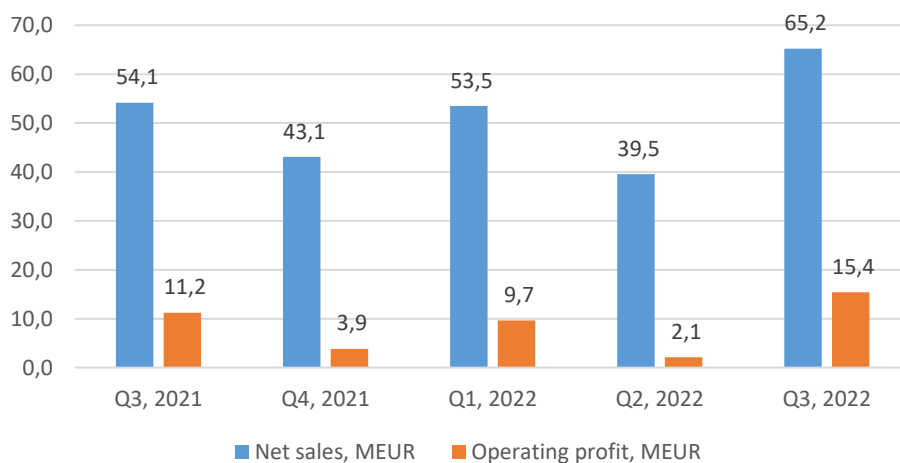
Brands



Friluft



Global sales



FINANSIELLA RAPPORTER

RESULTATRÄKNING KONCERNEN MEUR	3 månader *)		9 månader		12 månader *)	
	july-sept	july-sept	jan-sept	jan-sept	okt-sept	jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021/2022	2021
Nettoomsättning	224,2	197,6	555,3	453,5	751,8	649,9
Övriga rörelseintäkter	3,7	2,4	8,3	5,1	11,5	8,3
Summa rörelseintäkter	227,9	200,1	563,6	458,6	763,3	658,2
Handelsvaror	-96,7	-80,7	-238,1	-189,5	-319,6	-271,0
Övriga externa kostnader	-41,6	-33,0	-113,6	-83,8	-163,0	-132,8
Personalkostnader	-34,2	-28,7	-102,5	-82,7	-139,0	-119,3
Av- och nedskrivningar	-13,1	-13,3	-39,1	-36,8	-53,7	-51,5
Resultat från andelar i joint ventures	0,4	0,1	0,5	0,6	0,7	0,8
Övriga rörelsekostnader				-0,2		-0,7
Summa rörelsens kostnader	-185,1	-155,6	-492,7	-392,4	-674,7	-574,5
Rörelseresultat	42,8	44,4	70,9	66,2	88,5	83,8
Finansiella intäkter	1,0	0,3	5,0	0,7	5,2	0,9
Finansiella kostnader	-0,7	-0,7	-2,0	-2,3	-2,7	-3,0
Resultat före skatt	43,1	43,9	73,9	64,7	91,0	81,7
Skatter	-10,1	-11,4	-19,1	-19,7	-24,4	-25,1
Årets resultat	33,0	32,5	54,9	44,9	66,6	56,7
Årets resultat hänförligt till:						
Moderbolagets aktieägare	32,8	32,2	54,7	44,6	65,6	56,2
Innehav utan bestämmande inflytande	0,2	0,3	0,2	0,3	1,0	0,5
Resultat per B aktie, EUR	2,48	2,44	4,12	3,37	4,99	4,25
Vägt genomsnitt utestående B aktier tusentals	10 930	10 940	10 935	10 940	10 940	10 940
Vägt genomsnitt utestående A aktier tusentals	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000

Resultat per aktie beräknat enligt, antal B-aktier + 24 000 000/10 A-aktiedelar, då a-aktierna bara berättigar till en tiondel av utdelning jämfört B-aktierna. Det finns inga utestående options- eller konverteringsprogram och därmed inga utspädnings effekter.

*) 3 respektive 12 månaders historiska data som inte ingår i revisorernas översiktliga granskning av delårsrapporten.

FINANSIELLA RAPPORTER

	3 månader *)		9 månader		12 månader *)	
	July-sept	July-sept	Jan-sept	Jan-sept	Okt-sept	Jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021/2022	2021
KONCERNENS TOTALRESULTAT MEUR						
Årets resultat	33,0	32,5	54,9	44,9	66,6	56,7
Som inte kommer att återföras över resultaträkningen						
Periodens förändring av pensionsavsättningar					0,4	0,4
Skatter					-0,1	-0,1
Som kommer att återföras över resultaträkning						
Periodens förändring av omräkningsreserv	-4,8	0,6	-5,5	0,2	-4,6	0,7
Periodens förändring av säkringsreserv		0,5		0,1	0,4	
Skatt		-0,1			-0,1	
Summa övriga totalresultat för perioden	-4,8	1,0	-5,5	0,3	-4,0	1,0
Summa totalresultat för perioden	28,2	33,5	49,4	45,2	62,6	57,7
Summa totalresultat hänförligt till:						
Moderbolagets aktieägare	28,0	33,2	49,2	44,9	61,6	57,2
Innehav utan bestämmande inflytande	0,2	0,3	0,2	0,3	1,0	0,5

*) 3 respektive 12 månaders historiska data som inte ingår i revisorernas översiktliga granskning av delårsrapporten.

FINANSIELLA RAPPORTER

KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING MEUR	30 Sept 2022	30 Sept 2021	31 Dec 2021
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	47,4	49,3	49,7
Materiella anläggningstillgångar	78,0	72,9	74,1
Tillgångar med nyttjanderätt	115,4	126,0	125,0
Övriga anläggningstillgångar	18,5	17,6	16,5
Summa anläggningstillgångar	259,3	265,8	265,4
Omsättningstillgångar			
Varulager	237,4	163,5	152,6
Kundfordringar och andra fordringar	96,8	84,5	62,2
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	8,0	7,1	6,9
Likvida medel	68,9	123,1	181,9
Summa omsättningstillgångar	411,1	378,2	403,6
Summa tillgångar	670,4	644,0	668,9
Eget kapital och skulder			
Eget kapital hänförligt till bolagets ägare	406,3	369,0	381,4
Innehav utan bestämmande inflytande	-	0,1	-
Summa eget kapital	406,3	369,1	381,4
Skulder			
Långfristiga skulder			
Övriga långfristiga skulder	16,4	16,2	15,5
Leasingskulder	88,2	101,0	99,3
Långfristiga räntebärande skulder	20,3	28,8	27,0
Summa långfristiga skulder	124,9	146,0	141,9
Kortfristiga skulder			
Övriga kortfristiga skulder	76,1	68,0	76,5
Leasingskulder	30,7	27,2	28,6
Kortfristiga räntebärande skulder	9,0	9,6	9,1
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23,4	24,1	31,4
Summa kortfristiga skulder	139,2	128,9	145,6
Summa eget kapital och skulder	670,4	644,0	668,9

FINANSIELLA RAPPORTER

Förändring av eget kapital	MEUR	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Kassaflödessäkringsreserv	Valutaomräkningsreserv	Egna aktier *)	Balanserade vinstmedel	Summa	Innehav utan bestämmande inflytande	Summa
2021-01-01		12,4	39,8	-1,3	-3,3	-10,2	316,3	353,7	0,1	353,8
Periodens resultat							44,6	44,6	0,3	44,9
Övrigt totalresultat				0,1	0,1			0,3		0,3
Summa totalresultat för perioden				0,1	0,1		44,6	44,9	0,3	45,2
Transaktioner med innehavare utan bestämmande inflytande							0,1	0,1	-0,3	-0,2
Utdelningar beslutade vid årsstämma							-19,6	-19,6		-19,6
Utdelningar beslutade vid extra bolagsstämma							-11,8	-11,8		-11,8
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager				1,7				1,7		1,7
2021-09-30		12,4	39,8	0,6	-3,1	-10,2	329,6	369,0	0,1	369,1
2022-01-01		12,4	39,8	1,4	-2,7	-10,2	340,8	381,5	0,0	381,5
Periodens resultat							54,7	54,7	0,2	54,9
Övrigt totalresultat					-5,5			-5,5		-5,5
Summa totalresultat för perioden					-5,5		54,7	49,2	0,2	49,4
Transaktion med innehavare utan bestämmande inflytande							-0,1	-0,1	-0,2	-0,2
Förvärv av egna aktier *)						-1,0		-1,0		-1,0
Utdelningar beslutade vid årsstämma							-25,7	-25,7		-25,7
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager				2,3				2,3		2,3
2022-09-30		12,4	39,8	3,7	-8,2	-11,2	369,8	406,2	0,0	406,3

*) Per 2022-09-30 ägde företaget 132 337 egna B-aktier och per 2021-09-30 ägde företaget 119 598 egna B-aktier.

FINANSIELLA RAPPORTER

RAPPORT ÖVER KONCERNENS KASSAFLÖDE MEUR	9 månader		Helår
	jan-sept 2022	jan-sept 2021	jan - dec 2021
Den löpande verksamheten			
Periodens nettoresultat	54,9	44,9	56,7
Skattekostnad	19,1	19,7	25,1
Finansnetto i resultaträkningen	-3,0	1,6	2,1
Avskrivningar för nyttjanderätt	23,8	22,2	31,4
Av- och nedskrivningar	15,4	14,6	20,0
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-5,1	-0,9	0,2
Erhållen ränta	-0,8		-0,3
Erlagd ränta	-2,0	-3,0	-3,0
Betald skatt	-29,7	-21,6	-14,4
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	72,6	77,5	117,8
Förändring av varulager	-84,8	-6,9	2,9
Förändring av rörelsefordringar	-28,3	-31,3	-21,7
Förändring av rörelseskulder	-2,7	2,5	19,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-43,2	41,8	118,7
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-3,9	-5,9	-8,0
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-14,3	-11,3	-16,4
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	1,0	0,2	0,4
Förändring i finansiella tillgångar		-0,8	
Utdelning från joint ventures			1,3
Rörelseförvärv		-11,4	-11,4
Försäljning av verksamhet			0,4
Lösen av lån		-0,6	-0,6
Avyttring av finansiella tillgångar			-0,1
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-17,2	-29,8	-34,4
Finansieringsverksamheten			
Återbetalda lån	-6,6	-28,3	-30,4
Amortering låneskuld för leasingavtal	-25,1	-22,0	-31,6
Förändring övriga långfristiga skulder			-1,1
Förvärv av egna aktier	-1,0		
Utbetald utdelning	-25,7	-31,4	-31,4
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-58,4	-81,7	-94,5
Förändring av likvida medel	-118,8	-69,7	-10,4
Likvida medel vid periodens början	181,9	191,1	191,1
Kursdifferens i likvida medel	5,8	1,7	1,2
Likvida medel vid periodens slut	68,9	123,1	181,9

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 2021 och ska läsas tillsammans med dessa med undantag av nya och reviderade standards och tolkningar som trätt i kraft i januari 2022.

Not 2 Tillgångar med nyttjanderätt

30-09-2022, MEUR	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	26,0	86,3	1,8	1,4	115,4
Leasing skulder	-28,2	-87,7	-1,7	-1,3	-118,9

30-09-2021, MEUR	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	23,0	99,5	1,7	1,8	126,0
Räntebärande skulder	-24,7	-100,3	-1,6	-1,6	-128,2

	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-6,0	-16,2	-0,8	-0,8	-23,8
Räntekostnader	-0,4	-1,1	0,0	0,0	-1,5

	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-5,8	-15,0	-0,6	-0,8	-22,2
Räntekostnader	-0,4	-1,2	0,0	0,0	-1,6

Not 3 Växelkurser

	Genomsnittskurs			Balansdagens kurs		
	Jan - Sept 2022	Jan - Sept 2021	Jan - Dec 2021	2022-09-30	2021-09-30	2021-12-31
SEK/EUR	10,5476	10,1557	10,1562	10,8993	10,1683	10,2503
CHF/EUR	1,0053	1,0912	1,0794	0,9561	1,0830	1,0331
USD/EUR	1,0532	1,1935	1,1808	0,9748	1,1579	1,1326
SEK/CHF	10,4921	9,3072	9,4094	11,3997	9,3890	9,9219

Not 4 Risker och Covid-19

Koncernens riskfaktorer som presenteras i den senast publicerade årsredovisningen 2021, sidan 26, är fortfarande gällande.

Not 5 Säkringsredovisning

	2022-09-30	2021-09-30	2021-12-31
Marknadsvärde, TEUR	4 315	434	1 370
FX Terminer			
Köpta TUSD	35 300	28 200	47 200
Sålda TEUR	32 758	23 844	40 175
Kurs	1,078	1,183	1,175
Köpta TUSD	2 800	-	1 500
Sålda TNOK	24 584	-	13 049
Kurs	8,780	-	8,699

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 Friluft. Den interna uppföljningen av verksamheten sker enligt denna uppdelning. Dessutom redovisas försäljning uppdelad på geografiska områden.

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	juli-sept 2022	juli-sept 2021	juli-sept 2022	juli-sept 2021	juli-sept 2022	juli-sept 2021	juli-sept 2022	juli-sept 2021	juli-sept 2022	juli-sept 2021
Knc extern omsättning, MEUR	62,2	48,8	96,8	94,7	65,2	54,1			224,2	197,6
EBITDA, MEUR	30,1	28,3	13,8	17,2	16,0	11,8	-4,0	0,4	56,0	57,7
Rörelseresultat, MEUR	27,1	24,7	6,7	10,6	15,4	11,2	-6,4	-2,1	42,8	44,4

(3 månaders data ingår inte i revisorernas översiktliga granskning av delårsrapporten)

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Knc extern omsättning, MEUR	150,6	117,5	246,4	206,7	158,3	129,4			555,3	453,5
EBITDA, MEUR	63,0	52,5	21,4	23,5	28,8	24,5	-3,2	2,5	110,0	103,1
Rörelseresultat, MEUR	54,0	44,0	0,4	3,9	27,1	22,9	-10,6	-4,6	70,9	66,2
Antal butiker	38	38	100	88	33	31			171	157
Varav franchise			2	1					2	1
Sum anläggningstillgångar	59,3	50,8	131,1	144,0	12,0	14,1	56,9	56,9	259,3	265,8
Investeringar	5,1	2,5	4,9	4,6	0,8	0,8	7,4	9,3	18,2	17,2

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept	jan-sept
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Schweiz					9,4	9,0			9,4	9,0
Sverige	13,7	12,3	50,4	54,4					64,1	66,7
Övriga Norden	1,4	1,6	40,3	39,9	32,8	32,0			74,5	73,5
Tyskland	53,3	40,0	141,8	108,7					195,1	148,7
Benelux	15,6	12,8	0,3	0,2	9,9	7,4			25,8	20,4
Övriga Europa	11,4	9,9	13,6	3,5	34,9	27,0			59,9	40,4
Amerika	53,1	39,6			39,8	28,2			92,9	67,8
Övriga Marknader	2,1	1,3			31,5	25,8			33,6	27,1
Totalt	150,6	117,5	246,4	206,7	158,3	129,4	0,0	0,0	555,3	453,5

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 kortfristig skuld om MEUR 1,8 och innehav utan bestämmande inflytande har tagits bort. Positionen värderas vid varje kvartalsstängning.

Fenix Outdoor International AG förvärvade Alpen International 2017. Avtalet från 2017 inkluderar ett put/call optionsarrangemang avseende det 25% minoritetsintresset, som kan utnyttjas under perioden mellan 2020 och 2029 varav 16,8% utnyttjades i juni 2020. Nuvärdet av inlösenbeloppet redovisades som en kortfristig skuld om MEUR 0,4 och innehav utan bestämmande inflytande har tagits bort. Positionen värderas vid varje kvartalsstängning.

Framtida förändringar i optionsskulden redovisas i eget kapital.

Not 8 Händelser efter rapportperiodens slut

Inga väsentliga händelser noteras efter periodens utgång.

Not 9 Transaktioner med närstående

Inga väsentliga förändringar har skett i relationer eller transaktioner med närstående parter jämfört med 2021.

Zug den 2 November 2022

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

Alexander Koska

Verkställande direktör

KALENDARIUM EKONOMISK INFORMATION

Q4 rapport, 9 februari 2023

REVISORS GRANSKNINGSRAPPORT

Fenix Outdoor International AG, org.nr CHE-206.390.054

Till styrelsen i Fenix Outdoor International AG

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (resultaträkning för koncernen, koncernens rapport över totalresultat, koncernens balansräkning, kassaflödesanalys för koncernen, sammanställning över förändring av eget kapital i koncernen och noter), sidorna 11 to 19 för Fenix Outdoor International AG per 30 september 2022 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i övrigt har. En översiktlig granskning har en väsentligt mindre omfattning än en revision som utförs i enlighet med International Standards on Auditing och gör det därför inte möjligt för oss att skaffa oss säkerhet att vi blir medvetna om alla väsentliga omständigheter som kan bli identifierade vid en revision. Därav, avlämnar vi inte ett revisions utlåtande.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34.

Zurich den 2 november 2022

Ernst & Young Ltd

Roger Müller

Licensed Audit Expert

Huvudansvarig revisor

Roman Ottiger

Licensed Audit Expert