

FENIX OUTDOOR INTERNATIONAL AG

Delårsrapport

2022-10-01 – 2022-12-31

Fjärde kvartalet 2022-10-01 – 2022-12-31

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 206 494 (TEUR 199 620), en ökning med 3,4%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 28 585 (TEUR 32 253).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 12 545 (TEUR 17 624).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 8 828 (TEUR 17 085).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 6 045 (TEUR 11 740).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 0,45 (EUR: 0,88).

Perioden 2022-01-01 – 2022-12-31

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 770 143 (TEUR 658 221), en ökning med 17,0%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 138 627 (TEUR 135 308).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 83 473 (TEUR 83 851).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 82 773 (TEUR 81 741).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 60 926 (TEUR 56 661).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 4,57 (EUR 4,25).

Utdelningsförslag

Styrelsen föreslår en oförändrad utdelning på 15,00 (15,00) SEK, per B-aktie och 1,5 (1,5) SEK per A-aktie.

Egna aktier i bolaget

Per den sista december 2022 ägde bolaget 132 337 B-aktier representerande 0,98 % av kapitalet.

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. 16:00 den 9 Februari 2023.

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

KOMMENTAR FRÅN ARBETANDE STYRELSEORDFÖRANDE

Ett intressant och utmanande kvarter?

Vi har avslutat ännu ett kvartal av otrygghet. Det är ingen överraskning att vi endast sett en begränsad försäljningstillväxt. Med tanke på lågkonjunkturen och energipriserna tvivlade jag, särskilt avseende Frilufts, på att försäljningen skulle matcha fjolårets rekordsiffror. Därför är jag positivt överraskad av att vi trots dessa utmaningar hade så hög försäljning inom Frilufts. Koncernens försäljning var 203,9 (196,5) MEUR, en tillväxt om 4%. Vårt rörelseresultat var 12,6 (17,6) MEUR, en minskning om 28%. Resultatet påverkades negativt av extraordinära kostnader på 4,4 MEUR, varav 3 MEUR avser positioner bl.a. relaterade till returer och kostnader för semestersättning. 0,8 MEUR avser omvärdering av ett hyreskontrakt och 0,6 MEUR kostnader relaterade till flytt av lagerdrift från ett 3PL i Vancouver till egen verksamhet i Kamloops. Vi hade också operativa valutaförluster under kvartalet om 1,7 MEUR. Utan dessa effekter hade vi varit i linje med fjolårets vinst och därmed ett av våra bästa Q4:or någonsin.

Försäljningen i Amerika fortsatte att växa. Detta trots avbokningar relaterade till finansiell situation, leveranskedja och strategiska beslut av några av de större detaljhandelspartnerna i Nordamerika. I lokal valuta var tillväxten för kvartalet 24% och för året 29%. Trots de logistiska utmaningarna i Kanada kunde vi kompensera för förlorad försäljning från det tredje kvartalet. Detta dock till en högre kostnad för logistik som nämnts tidigare.

Brands direkt-till-konsumentverksamhet visade en under kvartalet tillväxt på 7 %, vilket främst drevs av Nordamerika. Vår direktförsäljning till konsument började bra i oktober. Detta trots en mycket tuff konkurrens från flertalet konkurrenter som rabatterade för att avveckla lager. Det gäller såväl för varumärken som för återförsäljare. November var en ovanligt svag månad. I december såg vi en stark återhämtning, vilket betydde att vi slog fjolårets rekordsiffror inom de flesta marknaderna. Vi deltog inte i rabatteringarna i någon större utsträckning, då vi inte ville delta i detta prisurholkande beteende och de möjligt långsiktiga effekterna.

Vi hade dock några andra utmaningar under kvartalet som påverkade försäljningen negativt - Jag nämnde det kanadensiska problemet. Vi hade utmaningar också i Europa, på grund av en förändring av vårt lagerhanteringssystem, vilket påverkade leveransen av varor under det fjärde kvartalet inte minst under december.

Brands

Vårt varumärkessegment omsatte 55,4 (51,1) MEUR. En tillväxt på 8 %. Resultatet var 4,6 MEUR (8,0) MEUR. Tillväxten drevs främst av den amerikanska detaljhandeln. Brands har påverkats av de extraordinära kostnaderna, då en stor del var relaterad till returer från konsument, men det hänger också ihop med den ökning vi har mött från andra områden som IT och digitala projekt.

Global sales

Global sales nådde en extern nettoomsättning om 47,1 (43,1) MEUR. Rörelseresultatet var 3,9 (3,9) MEUR. Den europeiska delen av verksamheten utvecklades ganska bra, men tillväxten skedde främst i Amerika där vår rörelsemarginal är något lägre än i Europa. En annan negativ effekt var valutarörelser som påverkade den asiatiska verksamheten, särskilt Taiwan och Sydkorea, vilka presterade ganska bra ur ett försäljningsperspektiv. Vi såg också en återhämtning i vårt kinesiska JV.

Friluft

Vår Friluftsverksamhet hade en bra Q4 och kom nära fjolårets rekordförsäljning. Särskilt uppmuntrande var den tyska verksamheten som slog fjolårets försäljning. I Skandinavien var det en mer varierad bild: Danmark och Finland hade cirka 5 % lägre försäljning än förra året. Sverige återhämtade sig jämfört med årets tidigare del och växte, i lokal valuta, med 1,5% jämfört med förra året, men kom i korthet i konsolideringen med anledning av den svaga kronan. Norge hade en fin tillväxt under kvartalet, men visar fortfarande inte i svarta siffror. Den mestadels digitala verksamheten i Storbritannien kämpade med rabatter och konsumentförtroende men kom väl in och gjorde en rimlig vinst på sin försäljning. Försäljningen under det fjärde kvartalet i Friluft var 101,4 (102,4) MEUR, en minskning med cirka 1%. Exklusive effekten från den svaga kronan skulle den ha ökat med 1%. Vårt rörelseresultat i Friluft var 6,0 MEUR (8,9). Vinsten påverkades negativt 0,8 MEUR från omvärderingen av ett hyreskontrakt samt 1,4 MEUR i ökning av gemensamma kostnader som IT. Den svenska verksamheten ökade resultatet under kvartalet, men på grund av den svaga kronan var bidraget 0,3 MEUR lägre än vad det skulle ha varit till samma växelkurs som förra året. Helårets försäljning i Friluft var 347,7 (309,0) MEUR och EBIT var 5,7 (12,9) MEUR. Det är också värt att notera att den digitala försäljningen, på kvartalsbasis, generellt sett var oförändrad eller något ned och att butikerna stod för tillväxten på de marknader där vi växte.

Amerika

Amerika håller på att bli en allt större del av vår verksamhet, vilket bekräftades under det fjärde kvartalet. Detta inom såväl direkt till konsument som inom Brands/wholesale. Det verkar som om denna marknad återhämtar sig från lågkonjunkturen snabbare och drabbas mindre av den europeiska säkerhetssituationen.

Digital/Direkt till konsument

Under fjärde kvartalet var vår försäljning direkt till konsument var 139,3 (138,4) MEUR en ökning med 1%. Vår digitala direktförsäljning var 47,2 (50,0) MEUR, ned 6 %. Butiksomsättningen 92,1 (88,4) MEUR, en ökning med 4 %. Det betyder att av vår försäljning direkt till konsument är 34% (36%) digital. Under året var vår totala försäljning direkt till konsument 455,6 (400,6) MEUR, en ökning med 14 %, varav 146,3 (149,9) MEUR, en minskning med 2 %, var

digital. 308,3 (250,7) MEUR, en ökning med 23 % kunde relateras till butik. Andelen digital direktförsäljning till konsument var på årsbasis 32 % (38 %) jämfört med 68 % (62 %) för butiker.

Dessa siffror indikerar en ny balans i detaljhandeln och det verkar som att de nya proportionerna ligger någonstans runt 30-35% digitalt kontra butik. Vårt antagande är att denna nivå är den nya basen. Det ska dock sägas att det är skillnad mellan marknader samt typ av butik och detaljhandel.

Detta visar inte att vi tror att den digitala transformationen har avstannat. Det skapar snarare en baslinje för hur vi kommer att närma oss våra investeringar och kostnadsstruktur framöver.

Framåt

Vi står just nu inför några intressanta utmaningar. Vår effektivitet (kostnad) har försämrats av covid och de digitala förändringarna i en ny miljö, därför måste vi hitta nya och mera effektiva sätt att allokera våra pengar. Vi behöver flytta från en låst miljö där vi har använt snabba och dyra korrigeringar för att lösa problem. Samtidigt måste vi vänja oss vid en mer otrygg miljö i Europa med tanke på den politiska/krigssituationen.

Vi står fortfarande också inför vissa effekter och förändringar från nedstängningen under Covid, särskilt när det gäller hur vi arbetar. Det har funnits en viss positiv effekt från människor som arbetar hemifrån. Men det har också funnits en del negativa effekter, särskilt när det gäller att ta in nya människor online, utbilda nya medarbetare och i att återupprätta vår företagskultur. En möteskultur baserad på digitala möten har för ofta ersatt det klassiska pratet över en kopp kaffe i pausrummet, som skapade en samhörighet och kreativitet som online inte kan erbjuda. Jag är övertygad om att vi måste uppmuntra en återgång till mer vanliga precovid-förhållanden för att arbeta från kontoret. För våra anställdas, vår verksamhet och vår kulturs hälsa.

Dessutom, stående inför en lågkonjunktur och höjda räntor är vi, ur ett investeringsperspektiv, tillbaka till att kräva högre avkastning och ett mera genomtänkt förhållningssätt. Detta, enligt min mening, är hälsosamt på lång sikt. På kort- och medellång sikt står vi inför en situation där vi behöver höja priserna på många marknader, inte bara på grund av inflationen utan också på grund av valutaeffekter. Dessutom står vi som företag inför några stora investeringar på affärssystemsidan. Vi har redan använt vår likviditet för att förbättra vår situation. Som nämnts är vår balansräkning sund och vi har använt den för att fylla på lager. Då en stor del av våra kollektioner löper under flera år har vi säkrat varor till tidigare kostnadsnivå och därigenom begränsat mängden prishöjningar vi har behövt göra för 2023 samt positionerat oss väl för inflation och ytterligare störningar i leveranskedjan. Det betyder inte att vi kommer att vara opåverkade av situationen, men vi kommer förhoppningsvis att begränsa effekterna. När det gäller lager räknar vi inte med en minskning på jämförbar nivå förrän tidigast tredje kvartalet 2023.

Vi har investerat i ny logistikverksamhet i Europa och i Nordamerika. Dessa investeringar går bland annat till lagerautomatisering för vår digitala verksamhet, med en omsättning på 140 MEUR. Vi tror att detta kommer sänka våra distributionskostnader avsevärt. Dessutom sätter vi upp ett striktare system för investeringar och kostnadskontroll genom nya och skärpta kontrollåtgärder. Vi lanserar även i år ett projekt för att uppdatera våra affärssystem så att vi kan effektivisera processer och sänka kostnaderna. Vi har och håller på att se över ALLA befintliga projekt för att se om de är relevanta i denna nya mer osäkra miljö.

Ur ett strategiskt perspektiv stärker vi vår CSR-profil och vår verksamhet då vi är övertygade om att detta kommer att bli ännu viktigare för framtiden.

Givet vår starka balansräkning kommer vi att se vad som är möjligt att göra på förvärvsfronten. Jag förväntar mig att priserna kommer att sjunka och jag tror att vår struktur är byggd för att möjliggöra en blomstring av eventuella förvärv.

När det gäller 2023 är det svårt att gissa utfallet avseende de ovan nämnda frågorna. Orderboken ser rimlig ut, men vi upplever att det finns en viss högre grad av osäkerhet på grund av den ekonomiska utvecklingen och det politiska läget. Jag tror att vår amerikanska verksamhet kommer att fortsätta växa på ett sunt sätt eftersom den kommer att påverkas mindre av lågkonjunkturen och den politiska situationen. Europa ser generellt bra ut med några undantag, som till exempel Sverige, där vi redan har haft en del negativa effekter på grund av växelkursen etc. Vi har två marknader som jag tror att vi kan bli bättre på då utmaningarna för 2022 är lösta och effektivitetsvinsterna träder i kraft, det är Norge och Kanada.

Så vårt fokus i år kommer att vara försäljning och kostnadskontroll.

Jag vill också än en gång ta tillfället i akt att tacka vår ledning, ALLA anställda, styrelse, aktieägare och inte minst kunder för deras insatser och lojalitet att hjälpa oss. Men jag vill än en gång särskilt tacka våra anställda i butiker, lager och tillverkning. Dessa grupper får sällan det beröm de borde, men de är avgörande för vår verksamhet och ser till att vi säljer och kan leverera.

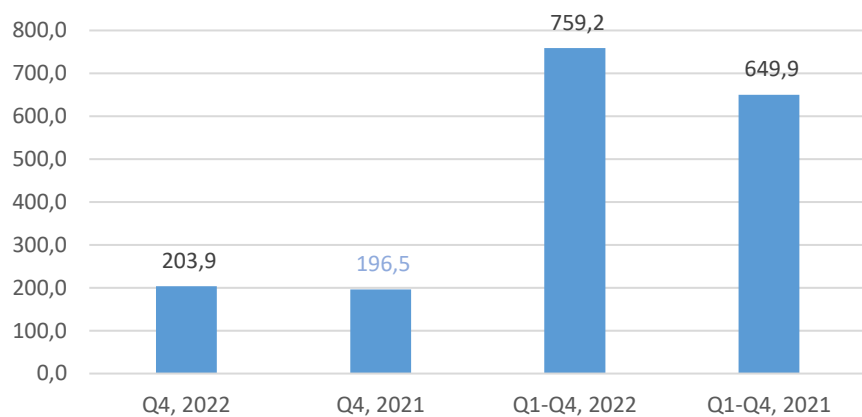
Med vänliga hälsningar

Martin Nordin, styrelseordförande

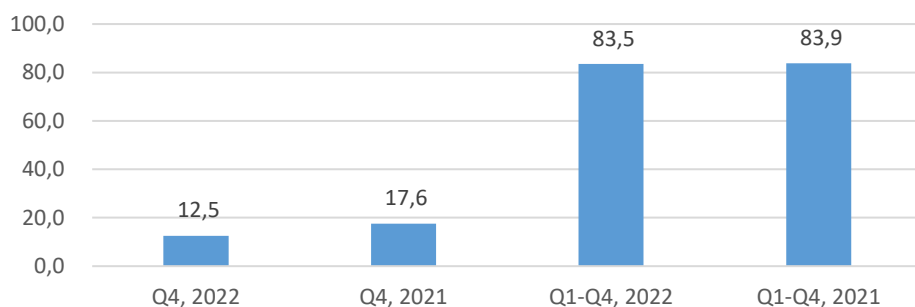
MEUR	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021	Jan-Dec 2022	Jan-Dec 2021
Nettoomsättning	203,9	196,5	759,2	649,9
EBITDA	28,6	32,2	138,6	135,3
Rörelseresultat	12,5	17,6	83,5	83,9
Rörelsemarginal, %	6,2%	9,0%	11,0%	12,9%
Resultat före skatt	8,8	17,1	82,8	81,7
Periodens resultat	6,0	11,7	60,9	56,7
Vinst per aktie, EUR *)	0,45	0,88	4,57	4,25
Soliditet, %			60,0%	57,0%

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

Nettoomsättning, MEUR



Rörelseresultat, MEUR



VERKSAMHETEN

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

- 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 Fenix Outdoor koncernens varumärken.

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

Fjärde kvartalet 2022-10-01 – 2022-12-31

	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec
	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021
Knc extern omsättning, MEUR	55,4	51,1	101,4	102,4	47,1	43,1			203,9	196,5
EBITDA, MEUR	9,9	10,7	13,6	17,5	4,4	4,6	0,6	-0,6	28,6	32,2
Rörelseresultat, MEUR	4,6	8,0	6,0	8,9	3,9	3,9	-1,9	-3,1	12,5	17,6

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluftss		Global sales		gemensamt		Total	
	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021
Schweiz					1,8	1,6			0,9%	0,8%
Sverige	4,6	5,2	24,4	25,9					14,2%	15,8%
Övriga Norden	0,7	1,0	19,2	20,1	7,8	8,6			13,6%	15,1%
Tyskland	14,1	13,6	52,0	50,5					32,4%	32,6%
Benelux	2,8	3,4	0,1	0,1	1,7	1,5			2,3%	2,5%
Övriga Europa	5,9	5,0	5,7	5,8	10,6	7,8			10,9%	9,5%
Amerika	26,8	22,1			16,0	12,8			21,0%	17,8%
Övriga Marknader	0,5	0,8			9,2	10,8			4,8%	5,9%
Totalt	55,4	51,1	101,4	102,4	47,1	43,1	0,0	0,0	100%	100%

Perioden 2022-01-01 – 2022-12-31

	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021
Knc extern omsättning, MEUR	206,0	168,5	347,7	309,0	205,5	172,4			759,2	649,9
EBITDA, MEUR	72,9	63,3	35,0	41,0	33,3	29,2	-2,6	1,9	138,6	135,3
Rörelseresultat, MEUR	58,7	52,0	6,4	12,9	31,0	26,7	-12,6	-7,7	83,5	83,9
Antal butiker	39	38			32	32			172	165
Varav franchise			2	2					2	2
Sum anläggningstillgångar	64,0	52,7	131,6	143,5	11,0	13,3	58,4	55,9	265,0	265,4
Investeringar	7,3	3,9	6,9	7,0	1,1	1,3	11,8	12,2	27,1	24,4

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluft		Global sales		gemensamt		Total	
	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021
Schweiz					11,2	10,6			1,5%	1,6%
Sverige	18,3	17,6	74,7	80,3					12,3%	15,1%
Övriga Norden	2,1	2,5	59,5	60,0	40,6	40,4			13,5%	15,8%
Tyskland	67,4	53,6	193,8	159,0	0,1				34,4%	32,7%
Benelux	18,4	16,2	0,4	0,3	11,6	8,9			4,0%	3,9%
Övriga Europa	17,3	14,8	19,3	9,4	45,4	34,8			10,8%	9,1%
Amerika	79,9	61,7			55,9	41,0			17,9%	15,8%
Övriga Marknader	2,6	2,1			40,7	36,7			5,7%	6,0%
Totalt	206,0	168,5	347,7	309,0	205,5	172,4	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 och immateriella tillgångar. 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	Q4	55,4 (51,1) + 8,5%	Q1-Q4	206,0 (168,5) + 22,3%
Rörelseresultat	Q4	4,6 (8,0)	Q1-Q4	58,7 (52,0)

Försäljningsökningen är driven av den amerikanska marknaden. Rörelseresultatet påverkades negativt av engångskostnader om 3,5 MEUR. Den starkare dollarn påverkade också bruttomarginalen negativt.

Friluft

		2022 (2021)		2022 (2021)
Extern försäljning	Q4	101,4 (102,4) - 1,0%	Q1-Q4	347,7 (309,0) + 12,5%
Rörelseresultat	Q4	6,0 (8,9)	Q1-Q4	6,4 (12,9)

Friluft avslutade, som förra året, kvartalet med en stark försäljning under December. Resultatet påverkades av det generellt högre kostnadsläget, inte minst för hyror. Segmentet har också belastats av högre kostnader för interna tjänster som IT.

Global sales

		2022 (2021)		2022 (2021)
Extern försäljning	Q4	47,1 (43,1) + 9,4%	Q1-Q4	205,5 (172,4) + 19,2%
Rörelseresultat	Q4	3,9 (3,9)	Q1-Q4	31,0 (26,7)

Den högre försäljningen kan huvudsakligen hänföras till den amerikanska marknaden, Österrike/Italien, Storbritannien samt Tjeckien.

Koncerngemensamt, likviditet och finansiell ställning

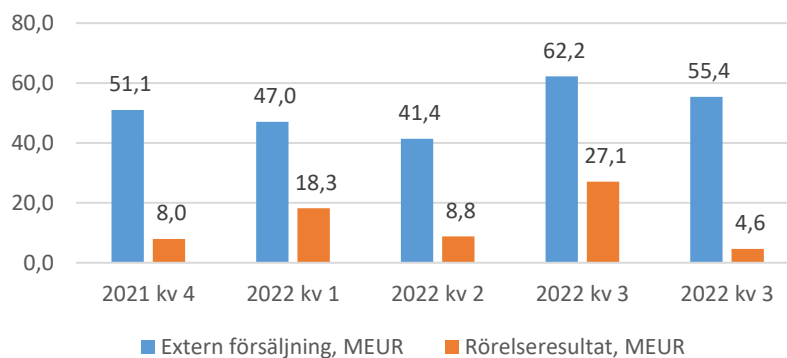
		2022 (2021)		2022 (2021)
Rörelseresultat	Q4	-1,9 (-3,1)	Q1-Q4	-12,6 (-7,7)

Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark. Koncernens likvida medel uppgick till MEUR 81,0 (MEUR 181,9) vid rapporteringsperiodens utgång. Koncernens räntebärande skulder uppgick till MEUR 27,0 (MEUR 36,1). Hyresskulder uppgick till MEUR 122,7 (MEUR 127,9). Koncerns egna kapital, hänförligt till bolagets aktieägare uppgick till MEUR 405,0 (MEUR 381,4), vilket motsvarar en soliditet på 60,0% (57,0%).

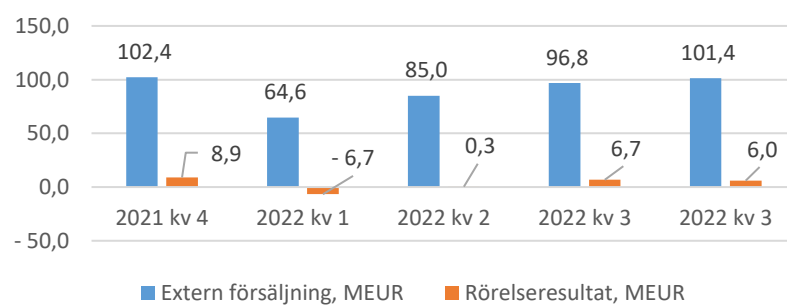
VERKSAMHETEN

Omsättning och rörelseresultat per segment

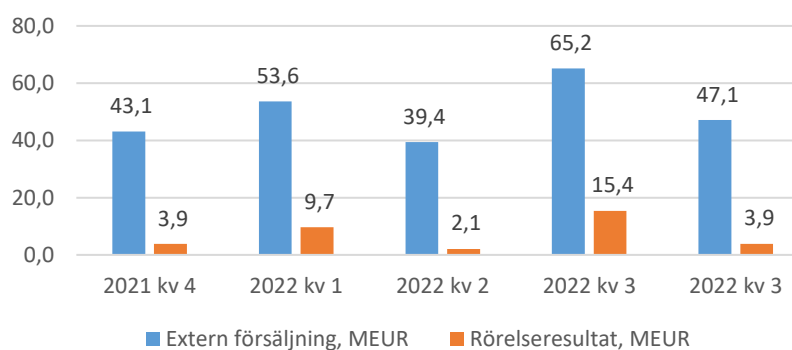
Brands



Friluft



Global sales



FINANSIELLA RAPPORTER

RESULTATRÄKNING KONCERNEN MEUR	3 månader		12 månader	
	Oct-Dec	Oct-Dec	Jan-Dec	Jan-Dec
	2022	2021	2022	2021
Nettoomsättning	203,9	196,5	759,2	649,9
Övriga rörelseintäkter	2,6	3,1	10,9	8,3
Summa rörelseintäkter	206,5	199,6	770,1	658,2
Handelsvaror	-84,4	-81,5	-322,6	-271,0
Övriga externa kostnader	-50,2	-49,4	-163,7	-133,4
Personalkostnader	-43,2	-36,6	-145,6	-119,3
Av- och nedskrivningar	-16,0	-14,6	-55,2	-51,5
Resultat från andelar i joint venture	-0,1	0,2	0,4	0,8
Summa rörelsens kostnader	-193,9	-182,0	-686,7	-574,4
Rörelseresultat	12,5	17,6	83,5	83,9
Finansiella intäkter	-2,9	0,2	2,1	0,9
Finansiella kostnader	-0,8	-0,7	-2,8	-3,0
Resultat före skatt	8,8	17,1	82,8	81,7
Skatter	-2,8	-5,3	-21,8	-25,1
Årets resultat	6,0	11,7	60,9	56,7
Årets resultat hänförligt till:				
Moderbolagets aktieägare	5,8	11,3	60,6	56,2
Innehav utan bestämmande inflytande	0,2	0,5	0,3	0,5
Resultat per B aktie, EUR	0,45	0,88	4,57	4,25
Vägt genomsnitt utestående B aktier tusentals	10 928	10 940	10 933	10 940
Vägt genomsnitt utestående A aktier tusentals	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.

FINANSIELLA RAPPORTER

KONCERNENS TOTALRESULTAT MEUR	3 månader		12 månader	
	Oct-Dec	Oct-Dec	Jan-Dec	Jan-Dec
	2022	2021	2022	2021
Årets resultat	6,0	11,7	60,9	56,7
Som inte kommer att återföras över resultaträkningen				
Periodens förändring av pensionsavsättningar	0,3	0,4	0,3	0,4
Skatter	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1
Som kommer att återföras över resultaträkning				
Periodens förändring av omräkningsreserv	-3,5	0,1	-9,0	0,7
Periodens förändring av säkringsreserv		-0,1		
Skatt				
Summa övriga totalresultat för perioden	-3,2	0,3	-8,7	1,0
Summa totalresultat för perioden	2,8	12,0	52,3	57,7
Summa totalresultat hänförligt till:				
Moderbolagets aktieägare	2,6	11,5	52,0	57,2
Innehav utan bestämmande inflytande	0,2	0,5	0,3	0,5

FINANSIELLA RAPPORTER

KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING MEUR	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Tillgångar		
Anläggningstillgångar		
Immateriella anläggningstillgångar	47,1	49,7
Materiella anläggningstillgångar	79,8	74,1
Tillgångar med nyttjanderätt	119,2	125,0
Övriga anläggningstillgångar	18,9	16,5
Summa anläggningstillgångar	265,0	265,4
Omsättningstillgångar		
Varulager	246,5	152,6
Kundfordringar och andra fordringar	62,9	62,2
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	5,9	6,9
Likvida medel	81,0	181,9
	396,3	403,6
Tillgångar som innehas för försäljning (not 9)	13,3	-
Summa omsättningstillgångar	409,6	403,6
Summa tillgångar	674,6	668,9
Eget kapital och skulder		
Eget kapital hänförligt till bolagets ägare	405,0	381,4
Innehav utan bestämmande inflytande	-	-
Summa eget kapital	405,0	381,4
Skulder		
Långfristiga skulder		
Övriga långfristiga skulder	13,8	15,5
Leasingskulder	91,3	99,3
Långfristiga räntebärande skulder	18,0	27,0
Summa långfristiga skulder	123,1	141,8
Kortfristiga skulder		
Övriga kortfristiga skulder	72,8	76,5
Leasingskulder	31,4	28,6
Kortfristiga räntebärande skulder	9,0	9,1
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	31,1	31,4
	144,3	145,6
Skulder som har direkt samband med tillgångar som innehas för försäljning (not 9)	2,2	-
Summa kortfristiga skulder	146,5	145,6
Summa eget kapital och skulder	674,6	668,9

FINANSIELLA RAPPORTER

Förändring av eget kapital MEUR	Övrigt		Kassaflödessäkrings- reserv	Valutaomräknings- reserv	Egna aktier (*)	Balanserade vinstmedel	Summa	Innehav utan bestämmande		Summa
	Aktiekapital	tillskjutet kapital						inflytande		
2021-01-01	12,4	39,8	-1,3	-3,3	-10,2	316,3	353,7	0,1		353,8
Periodens resultat						56,2	56,2	0,5		56,7
Övrigt totalresultat				0,6		0,3	0,9			0,9
Summa totalresultat för perioden				0,6		56,5	57,1	0,5		57,6
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande						-0,5	-0,5	-0,7		-1,2
Utdelning som beslutades på årsstämman						-19,6	-19,6			-19,6
Utdelning som beslutades på extra bolagsstämma						-11,8	-11,8			-11,8
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager			2,7	-0,1			2,6			2,6
2021-12-31	12,4	39,8	1,4	-2,7	-10,2	340,8	381,5	0,0		381,4
2022-01-01	12,4	39,8	1,4	-2,7	-10,2	340,8	381,5	0,0		381,4
Periodens resultat						60,6	60,6	0,3		60,9
Övrigt totalresultat				-8,9		0,3	-8,6	-0,1		-8,7
Summa totalresultat för perioden				-8,9		60,9	52,1	0,2		52,3
Transaktion med innehavare utan bestämmande inflytande (**)						-1,0	-1,0	-0,2		-1,2
Aktierelaterade ersättningar *)							0,0			0,0
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			-0,7				-0,7			-0,7
2022-12-31	12,4	39,8	0,6	-11,6	-11,2	375,0	405,0	0,0		405,0

*) Per 2022-12-31 ägde företaget 132 337 egna B-aktier och per 2021-12-31 ägde företaget 119 598 egna B-aktier.

***) Förändring i skuld för köption, Alpen International Ltd och Fenix Outdoor Taiwan Co Ltd, se även not 7.

****) Optionsprogram för till ledande management har introducerats. Beloppet hänförlig till aktierelaterade ersättningen var försumbar vid årsslutet.

FINANSIELLA RAPPORTER

RAPPORT ÖVER KONCERNENS KASSAFLÖDE	Jan-Dec	Jan-Dec
MEUR	2022	2021
Den löpande verksamheten		
Periodens nettoresultat	60,9	56,7
Skattekostnad	21,8	25,1
Finansnetto i resultaträkningen	0,7	2,1
Avskrivningar för nyttjanderätt	33,9	31,4
Av- och nedskrivningar	21,2	20,0
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-5,8	0,2
Erhållen ränta	-0,2	-0,3
Erlagd ränta	-2,8	-3,0
Betald skatt	-37,4	-14,4
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	92,3	117,8
Förändring av varulager	-105,3	2,9
Förändring av rörelsefordringar	2,6	-21,7
Förändring av rörelseskulder	3,4	19,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-7,0	118,7
Investeringsverksamheten		
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-5,6	-8,0
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-21,5	-16,4
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	0,2	0,4
Förändring i finansiella tillgångar	-0,2	-0,1
Utdelning från joint ventures		1,3
Rörelseförvärv		-11,4
Försäljning av verksamhet		0,4
Lösen av lån		-0,6
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-27,1	-34,4
Finansieringsverksamheten		
Återbetalda lån	-8,7	-30,4
Amortering låneskuld för leasingavtal	-33,7	-31,6
Förändring övriga långfristiga skulder		-1,1
Förvärv av egna aktier	-1,0	
Utbetald utdelning	-25,7	-31,4
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-69,1	-94,5
Förändring av likvida medel	-103,2	-10,4
Likvida medel vid periodens början	181,9	191,1
Kursdifferens i likvida medel	2,3	1,2
Likvida medel vid periodens slut	81,0	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

31.12-2022, MEUR	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	29,5	86,9	1,5	1,2	119,2
Leasing skulder	-31,5	-88,6	-1,5	-1,1	-122,7

	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-10,0	-21,7	-1,1	-1,1	-33,9
Räntekostnader	-0,7	-1,4	0,0	0,0	-2,1

31-12-2021, MEUR	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	22,7	98,2	2,1	1,9	125,0
Leasing skulder	-24,6	-99,4	-2	-1,9	-127,8

	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-7,6	-21,7	-1,1	-1,1	-31,4
Räntekostnader	-0,5	-1,6	0,0	0,0	-2,2

Not 3 Växelkurser

	Genomsnittskurs		Balansdagens kurs	
	2022	2021	2022-12-31	2021-12-31
EUR/SEK	10,6571	10,1562	11,1218	10,2503
EUR/CHF	1,0006	1,0794	0,9847	1,0331
EUR/USD	1,0474	1,1808	1,0666	1,1326
CHF/SEK	10,6503	9,4094	11,2946	9,9219

Not 4 Risker och Covid-19

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

Not 5 Säkringsredovisning

	2022-12-31	2021-12-31
Market value, TEUR	424	1 370
FX Forwards		
Purchased TUSD	21 500	47 200
Sold TEUR	19 847	40 175
Rate	1,083	1,175
Purchased TUSD	1 400	1 500
Sold TNOK	12 289	13 049
Rate	8,778	8,699

Not 6 Segmentsrapportering – försäljning och resultat

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

	Brands		Frilufts		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021	Oct-Dec 2022	Oct-Dec 2021
Knc extern omsättning, MEUR	55,4	51,1	101,4	102,4	47,1	43,1			203,9	196,5
EBITDA, MEUR	9,9	10,7	13,6	17,5	4,4	4,6	0,6	-0,6	28,6	32,2
Rörelseresultat, MEUR	4,6	8,0	6,0	8,9	3,9	3,9	-1,9	-3,1	12,5	17,6

	Brands		Frilufts		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021
Knc extern omsättning, MEUR	206,0	168,5	347,7	309,0	205,5	172,4			759,2	649,9
EBITDA, MEUR	72,9	63,3	35,0	41,0	33,3	29,2	-2,6	1,9	138,6	135,3
Rörelseresultat, MEUR	58,7	52,0	6,4	12,9	31,0	26,7	-12,6	-7,7	83,5	83,9
Antal butiker	39	38	101	95	32	32			172	165
Varav franchise			2	2					2	2
Sum anläggningstillgångar	64,0	52,7	131,6	143,5	11,0	13,3	58,4	55,9	265,0	265,4
Investeringar	7,3	3,9	6,9	7,0	1,1	1,3	11,8	12,2	27,1	24,4

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluft		Global sales		Koncern- gemensamt		Total	
	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021	jan-Dec 2022	jan-Dec 2021
Schweiz					11,2	10,6			11,2	10,6
Sverige	18,3	17,6	74,7	80,3					93,0	97,9
Övriga Norden	2,1	2,5	59,5	60,0	40,6	40,4			102,2	102,9
Tyskland	67,4	53,6	193,8	159,0	0,1				261,3	212,6
Benelux	18,4	16,2	0,4	0,3	11,6	8,9			30,4	25,4
Övriga Europa	17,3	14,8	19,3	9,4	45,4	34,8			82,0	59,0
Amerika	79,9	61,7			55,9	41,0			135,8	102,7
Övriga Marknader	2,6	2,1			40,7	36,7			43,3	38,8
Totalt	206,0	168,5	347,7	309,0	205,5	172,4	0,0	0,0	759,2	649,9

Not 7 Utestående optioner från förvärv

Genom förvärvet av den taiwanesiska distributören har Fenix Outdoor International AG en rätt och en förpliktelse genom ett put/call optionsarrangemang, där lösenpris baseras på en vinst multipel för att förvärva resterande 30% av bolaget. Optionen kan nyttjas mellan den 30 juni 2022 och 30 juni 2027. Nuvärdet av inlösenbeloppet redovisades som en kortfristig skuld om MEUR 2,6 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 options arrangemang 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 0,6 och innehav utan bestämmande inflytande har tagits bort. Positionen värderas vid varje kvartalsstängning.

Periodens förändring av optionsskulden, MEUR 1,0, är redovisad i egna kapitalet. Framtida förändringar i optionsskulden redovisas i eget kapital.

Not 8 Optionsprogram till ledande management

Ett optionsprogram har introducerats under slutet av 2022. Under kvartalet har 22 000 optioner tilldelats några definierade ledande befattningshavare. Lösenpriset fastställdes till 845 kronor och motsvarade marknadspriset för aktierna på tilldelningsdagen. Lösen startar i november 2025. Optionen gäller om personen fortfarande är anställd vid detta datum. Om detta inte uppfylls förfaller optionerna.

Not 9 Händelser efter rapportperiodens slut

I december 2022 tecknade Fenix Outdoor ett avtal att avyttra Primus AB och dess dotterbolag Primus Eesti Ou till Silva Sweden AB. Closing är planerad att ske under våren 2023. Fenix Outdoor kommer under en övergångsperiod att fortsätta sälja Primus på vissa marknader genom vårt Global sales segment, produkterna kommer även fortsättningsvis att vara en självklar del av Frilufts Retail Europes produktsortiment.

Avyttringen av Primus AB och dess dotterbolag Primus Eesti Ou som tecknades i december kommer inte att ha någon väsentlig effekt på Fenix Outdoors koncernresultaträkning och relaterade tillgångar och skulder redovisas som tillgångar som innehas för försäljning och skulder som är direkt kopplade till tillgångarna som innehas för försäljning.

Förutom ovanstående noteras inga väsentliga händelser efter periodens slut.

Not 10 Transaktioner med närstående

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

Zug den 9 Februari 2023

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

Q1 rapport, 21 april 2023

Årsstämma, 21 april 2023