

# FENIX OUTDOOR INTERNATIONAL AG

## Delårsrapport

2024-04-01 – 2024-06-30

### Andra kvartalet 2024-04-01 – 2024-06-30

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 152 964 (TEUR 158 156), En minskning med 3,3%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 7 229 (TEUR 13 484).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR -6 518 (TEUR 81).
- På grund av den lägre lagervolymen ökade koncernens nettolikviditet från -41,7 MEUR till +25,2 MEUR.
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR -7 350 (TEUR 2 554).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR -7 460 (TEUR 479).
  
- Resultat per aktie uppgick till EUR -0,56 (EUR 0,05).

### Perioden 2024-01-01 – 2024-06-31

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 321 641 (TEUR 340 016), En minskning med 5,4%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 34 441 (TEUR 44 720).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 6 265 (TEUR 17 174).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 4 013 (TEUR 18 857).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR -551 (TEUR 11 049).
- Resultat per aktie uppgick till EUR -0,05 (EUR 0,83).

### Händelser efter rapportperiodens slut

Det har inte inträffat något materiellt efter rapportperiodens slut.

### Egna aktier i bolaget

Per den sista juni 2024 ägde bolaget 132 337 B-aktier representerande 0,38 % av kapitalet av A- och B-aktier.

### Finansiell Information

[www.fenixoutdoor.se/investerare/rappporter](http://www.fenixoutdoor.se/investerare/rappporter)

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. 15.00 den 22 juli 2024.

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

# KOMMENTAR FRÅN ARBETANDE STYRELSEORDFÖRANDE

## Andra kvartalet – en besvikelse

Det andra kvartalet blev inte som förväntat och visade sig bli utmanande. Detaljhandelsmarknaden stod fortsatt inför en situation med högre lager än normalt, liksom en volatil handel på grund av vädret. Det finns också indikationer på att en del detaljhandlare har vissa likviditetsmässiga/finansiella problem som begränsar dess förmåga att betjäna marknaden. Från den positiva sidan vill jag poängtera att koncernen tagit ett stort steg genom att få ner lagernivåerna och därmed ökat likviditeten. Vår nettokassa i slutet av kvartalet visar på en förbättring om 67 MEUR jämfört föregående år, vilket ger oss möjlighet, om nödvändigt, att fortsätta att investera. Med tanke på detta och den allmänna ekonomiska situationen finns det fortfarande en prispress i marknaden. Vi vet inte ännu, men det kan vara så att vi ser ett paradigmskifte i konsumenternas beteende under ansträngda tider, vilket innebär en övergång till billigare produkter. Men det finns också en möjlighet att covid beteendet gav industrin en så stor skjuts att den fortfarande håller på att anpassa sig.

Våra verksamheter i USA och Globetrotter drabbades hårdast under detta kvartal. Både ur ett försäljningsmässigt, men också ett finansiellt perspektiv. När det gäller Brands och Global sales, i resten av världen, såg vi en förbättring av direktordrar, men inte så stor som vi hade hoppats på. Förra årets siffror inkluderade dock att vissa kunder som istället för att beställa direkt ville ha tidiga leveranser av höstbeställningar, som vi med anledning av tidigt inkommande varor förra året kunde uppfylla. Vi måste komma ihåg att det andra kvartalet historiskt sett är vårt mest försäljningskänsliga kvartal under året.

Vår verksamhet direkt till konsument, en del av Brands segmentet, växte med 1,0%, främst Fjällräven. En annan intressant iakttagelse är att försäljningen av våra interna varumärken, förutom Tierra, överträffade andra varumärken under perioden. I Friluftsgruppen gjorde särskilt Hanwag det, med en tillväxt på 5%. Detta förstärktes under de senare veckorna av kvartalet.

Nettoomsättningen för kvartalet uppgick till 149,6 MEUR jämfört med 156,2 MEUR föregående år, en minskning med 4,2 %. Detta främst drivet av höga lager inom detaljhandeln och lägre direktordrar i Europa. När det gäller fördelningen av konsumentförsäljningen mellan digital- och butiksförsäljning är förändringarna relativt små. Inga slutsatser kan därför dras, men det verkar som om någon form av jämvikt mellan digital och butiksförsäljning kan ha uppstått.

Som jag nämnde tidigare är det andra kvartalet historiskt sett vårt mest känsliga ur ett lönsamhetsperspektiv, eftersom vi är beroende av direktordrar och Frilufts detaljhandelsverksamhet. Vi är sålunda mycket volymkänsliga under detta kvartal. Det innebär att det bristande bidraget från minskad volym i allmänhet, liksom lägre bruttomarginal i alla tre segment samt minskad försäljning av Kånken, inte kunde kompenseras av besparingsprogrammet under kvartalet. Sammantaget innebar detta en besvikelse gällande det operativa resultatet -6,5 MEUR (0,1) för kvartalet. Vi hade också högre logistikkostnader på grund av flytten av lager från Almere till Ludwigslust. Vårt lager gick dock ned till 246,7 MEUR, förra året 302,7 MEUR. En minskning med 56,0 MEUR. Vår nettokassa gick från -41,7 MEUR till +25,2 MEUR.

## Brands

Segmentet Brands uppvisade en minskad försäljning med 8,2%. Minskningen berodde på uteblivna återbeställningar, framför allt i Europa. Verksamheten inom direktförsäljning till konsument visar fortsatt tillväxt, men ecom-försäljningen minskade något. Tillväxten inom direktförsäljning till konsument drevs av Fjällräven.

## Global sales

Verksamheten inom Global sales var överlag stabil med en nettoomsättning på 32,4 MEUR jämfört med 32,1 MEUR föregående år. Den europeiska delen av Global sales visade en ökad försäljning med 7,0%. Asien drabbades av nedgångar i Sydkorea och Taiwan, båda länderna minskade sin försäljning såväl i lokal valuta såväl som i euro.

## Frilufts

Försäljningen i Frilufts minskade med 4,3 %, från 85,8 MEUR till 82,1 MEUR. Minskningen drevs av nedgångar i framför allt Tyskland och Sverige. Det varma vädret skapade också en mycket volatil situation. Resultatmässigt innebar detta en betydande påverkan på lönsamheten. Den norska verksamheten visar fortfarande en rimlig förbättring, men har fortfarande en bit kvar.

## Nordamerika

Nordamerika visade en liten minskning av försäljningen direkt till konsument samt i grossistförsäljningen, men drabbades också av en minskad försäljning av Kånken, vilket minskade marginalbidraget.

## Digital/kanal-utveckling ur ett koncernperspektiv

Vår försäljning i fysiska butiker minskade från 76,5 MEUR till 74,1 MEUR, -3,1 %. Vår digitala försäljning minskade från 33,8 MEUR till 32,0 MEUR, -5,6 %. Eftersom vi även tappade försäljning inom grossistverksamheten var andelen från de olika kanalerna stabil jämfört med förra året. Och eftersom vi vet att de flesta av våra varumärken överträffade externa varumärken i vår Friluftsförsäljning tror vi att det finns en god chans att våra varumärken går bättre än marknaden i allmänhet.

### **Försäljningen under Q3**

När det gäller våra förväntningar för Q3 ser det OK ut. Det beror på en solid orderbok inom Brands och Global sales. Men med tanke på vad vi just upplevt under det andra kvartalet samt förra årets väder och ekonomi avstår jag än en gång från att göra några förutsägelser.

### **Framåt**

Det finns utmaningar. Vi är nu tillbaka i en ny försörjningskedja och transportproblematik, med nya och långsammare rutter främst för Europa. Med tanke på oroligheterna i Mellanöstern står vi inför högre risker i våra inköp och högre kostnader. Internt har vi drabbats av några mindre förseningar i uppskalningen av vår verksamhet i Ludwigslust, då vi också implementerar ett nytt ERP-system. Vi måste generellt bli mer kostnadsmedvetna. Vi genomför ytterligare besparings- och effektiviseringsprogram och vi har redan sett förbättringar.

Jag är också glad att kunna berätta att vi redan har påbörjat en resa mot ytterligare produktion närmare våra marknader genom vår investering i Viomodas fabriker. Detta kommer att bidra till att ytterligare förbättra vår CO2-profil och göra oss mer flexibla, vilket minskar transportrelaterade utsläpp och bidrar till att förbättra vår marginal över tid med mindre rabatter i slutändan, på grund av en mera flexibel produktionsstruktur. Vi ser också en stor möjlighet, att genom detta, förbättra vår ledtid till marknaden samt förbättra träffsäkerheten för våra nya produkter.

Jag önskar er all lycka

Martin Nordin, Styrelseordförande

P.S.

**En kommentar om ”the green deal”.**

Vi har alltid varit stolta över kvaliteten på våra produkter, den enastående kostnadskontrollen och vår inneboende omsorg om naturen, som har blivit en del av vårt DNA i en tid då nästan ingen talade om hållbarhet och termen ”CSR” inte ens var uppfunnen. Allt detta har tjänat oss väl.

Vi har mött ett antal problem på marknaderna och vi har redan valt vår väg framåt i form av skärpt kostnadskontroll och effektivitetsförbättringar, vilket är ett pågående arbete.

Det finns ytterligare ett antal orosmoln, varav ett är den växande rättsliga ramen för hållbarhet och den gröna förändringen. Vi omfamnar förändringarna, utvecklingen och den gröna förändringen och har alltid gjort så. Det var och är en naturlig process - Vi vill stå för varje steg vi tar och varje ord vi säger. Och med EU:s gröna giv är förhoppningarna stora om att lika villkor ska råda och att ohållbara och billiga snålskjutsmetoder ska upphöra - för vår planets skull.

Tyvärr har den gröna given medfört andra kostnader; vi står nu inför ökade kostnader för kontroller, rapporteringsverktyg, dokumentationsskyldigheter och verifiering. Detta är förståeligt och bra, men genomförs det på rätt sätt? Det finns en risk att det förändrar konkurrensbilden eftersom det finns undantag från rapporteringsreglerna och olika sätt att följa reglerna (t.ex. CSRD och EU:s taxonomiregler).

Från och med början av 2025 kommer vi att få nya lagar i Kalifornien och några andra delstater i USA och snart kommer förmodligen också ett nytt EU-direktiv om att inte använda per- och polyfluorerade alkylsubstanser att implementeras. Vi stöder detta, eftersom det är tänkt att jämna ut och kontrollera spelplanen. Så vi är positiva. Vi är, som företag, väl förberedda och är redan PFAS-fria så långt det är möjligt sedan några år tillbaka. Detta då vi började fasa ut dem redan 2009. Baksidan av myntet är dock hur denna lag ska implementeras. PFAS-kemikalier i verkliga livet är en grupp av 15 000 olika kemikalier. Att testa för de mest kända av dem är en ansträngning och det är inte alla testlaboratorier som kan tillhandahålla den grundliga analys som krävs för dessa nu obligatoriska protokoll och det finns ett problem: På grund av ”frihandel” och skatte- och tullbefrielser för försändelser med ett lägre värde än 150 euro når hundratusentals produkter EU:s territorium varje dag.

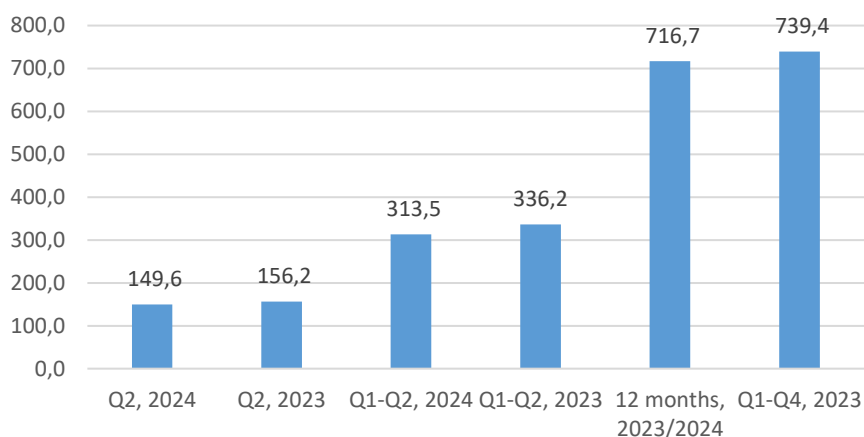
Företag som säljer direkt från ett land utanför EU, t.ex. via plattformar, kan inte bara undvika tullar, de kan också kringgå kemikaliedirektivet helt enkelt därför att inga bevis kan samlas in på grund av volymen. Vi ser för närvarande hur företag som dessa blir än viktigare konkurrenter på vår marknad. Detta har skapat en motsägelse mellan frihandel, konkurrens och miljö och det möjliggör helt enkelt ett stort inflöde av produkter till lägre kostnad och med potentiellt farliga kemikalier. Därmed får de en konkurrensfördel i motsats till intentionen med lagstiftningen.

/Martin Nordin

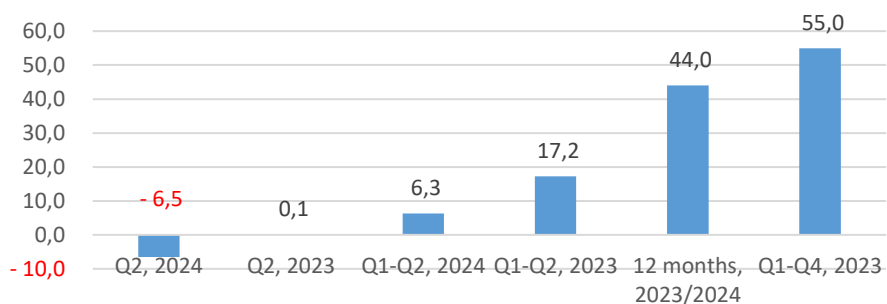
MEUR	Apr-Jun 2024	Apr-Jun 2023	Jan-Jun 2024	Jan-Jun 2023	Jul/Jun 2023/2024	Jan-Dec 2023
Nettoomsättning	149,6	156,2	313,5	336,2	716,7	739,4
EBITDA	7,1	13,5	34,4	44,7	103,3	113,7
Rörelseresultat	-6,5	0,1	6,3	17,2	44,0	55,0
Rörelsemarginal, %	-4,4%	0,1%	2,0%	5,1%	6,1%	7,4%
Resultat före skatt	-7,4	2,6	4,0	18,9	32,7	47,6
Periodens resultat	-7,5	0,6	-0,6	11,0	20,3	32,0
Vinst per B-aktie, EUR *)	-0,56	0,05	-0,05	0,83	1,42	2,37
Soliditet, %			58,5%	57,2%		56,1%

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

### Nettoomsättning, MEUR



### Rörelseresultat, MEUR



# 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, Trekitt och Exist Internet AS.
- 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

## Andra kvartalet 2024-04-01 – 2024-06-30

	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern- gemensamt		Total	
	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Knc extern omsättning, MEUR	35,0	38,2	82,1	85,8	32,4	32,1	0,1	0,1	149,6	156,2
EBITDA, MEUR	4,0	6,1	3,6	6,4	-0,8	-0,2	0,5	1,2	7,2	13,5
Rörelseresultat, MEUR	0,2	2,8	-3,6	-1,0	-1,3	-1,0	-1,8	-0,7	-6,5	0,1

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern- gemensamt		Total	
	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Schweiz	0,3	0,1			1,6	1,9			1,3%	1,3%
Sverige	1,4	2,1	14,7	15,5					10,8%	11,3%
Övriga Norden	0,5	0,8	13,7	12,8	5,0	5,4			12,8%	12,2%
Tyskland	9,9	11,7	49,4	53,6			0,1	0,2	39,7%	41,9%
Benelux	2,8	2,9	0,1	0,1	3,6	2,2			4,3%	3,3%
Övriga Europa	3,3	3,4	4,2	3,8	6,0	5,5			9,0%	8,1%
Amerika	15,2	16,4			9,0	9,5			16,2%	16,6%
Övriga Marknader	1,6	0,8			7,3	7,6			6,0%	5,4%
<b>Totalt</b>	35,0	38,2	82,1	85,8	32,4	32,1	0,1	0,2	100%	100%

## Perioden 2024-01-01 – 2024-06-30

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
<b>Knc extern omsättning, MEUR</b>	80,2	91,2	153,2	153,9	80,0	90,8	0,1	0,3	313,5	336,2
<b>EBITDA, MEUR</b>	20,6	27,0	4,2	5,4	7,5	12,6	2,2	-0,3	34,4	44,7
<b>Rörelseresultat, MEUR</b>	13,1	20,4	-10,9	-9,6	6,6	11,3	-2,5	-4,9	6,3	17,2
<b>Antal butiker</b>	46	43	106	102	38	36			190	181
<b>Varav franchise</b>			2	2					2	2
<b>Sum anläggningstillgångar</b>	60,7	57,4	140,4	126,7	17,6	11,5	72,8	68,2	291,5	263,8
<b>Investeringar</b>	4,6	2,6	4,6	2,6	0,5	0,7	6,8	6,7	16,5	12,6

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
<b>Schweiz</b>	0,5	0,1			4,6	5,9			1,6%	1,8%
<b>Sverige</b>	3,7	5,6	28,6	28,2					10,3%	10,2%
<b>Övriga Norden</b>	0,8	1,2	26,7	24,2	13,9	15,1			13,2%	12,0%
<b>Tyskland</b>	25,2	32,0	88,8	93,2			0,1	0,3	36,4%	37,3%
<b>Benelux</b>	8,9	8,9	0,1	0,2	7,3	7,1			5,2%	4,8%
<b>Övriga Europa</b>	7,8	8,3	9,0	8,1	18,2	21,2			11,2%	11,2%
<b>Amerika</b>	30,4	34,0			18,7	21,8			15,7%	16,6%
<b>Övriga Marknader</b>	2,9	1,0			17,3	19,8			6,5%	6,2%
<b>Totalt</b>	80,2	91,2	153,2	153,9	80,0	91,0	0,1	0,3	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

		2024 (2023)		2024 (2023)
Extern försäljning	Q2	35,0 (38,2) - 8,2%	Q1-Q2	80,2 (91,2) - 12,1%
Rörelseresultat	Q2	0,2 (2,8)	Q1-Q2	13,1 (20,4)

Den lägre försäljningen var främst koncentrerad till Europa. Den avgörande orsaken var den lägre orderboken för vår/sommar 24, som vi informerades redan i Q1 rapporten. Rörelsekostnaderna var lägre än föregående år.

## Friluft

		2024 (2023)		2024 (2023)
Extern försäljning	Q2	82,1 (85,8) - 4,3%	Q1-Q2	153,2 (153,9) - 0,4%
Rörelseresultat	Q2	-3,6 (-1,0)	Q1-Q2	-10,9 (-9,6)

Ett lägre resultat i ett, av tradition, svagt kvartal, främst påverkat av minskad försäljning i Tyskland och Sverige. Friluft visar varje år samma trend, ett svagt H1 följt av ett starkare H2, drivet av en stark försäljning främst i juli och under den sista delen av Q4.

## Global sales

		2024 (2023)		2024 (2023)
Extern försäljning	Q2	32,4 (32,1) + 0,9%	Q1-Q2	80,0 (90,8) - 11,9%
Rörelseresultat	Q2	-1,3 (-1,0)	Q1-Q2	6,6 (11,3)

Totalt sett ett stabilt kvartal jämfört med förra året.

## Koncerngemensamt, likviditet och finansiell ställning

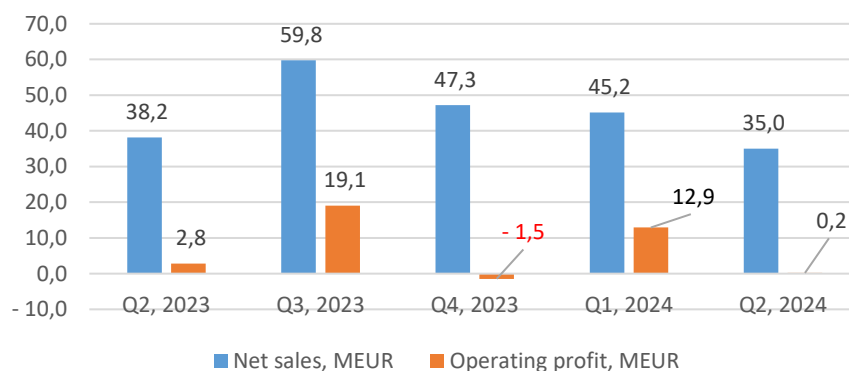
		2024 (2023)		2024 (2023)
Rörelseresultat	Q2	-1,8 (-0,7)	Q1-Q2	-2,5 (-4,9)

Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark. Koncernens likvida medel uppgick till MEUR 75,5 (MEUR 35,8) vid rapporteringsperiodens utgång. Koncernens räntebärande skulder uppgick till MEUR 50,3 (MEUR 77,5). Leaseskulder uppgick till MEUR 133,8 (MEUR 116,2). Koncerns egna kapital, hänförligt till bolagets aktieägare uppgick till MEUR 398,1 (MEUR 387,6), vilket motsvarar en soliditet på 58,5% (57,2%).

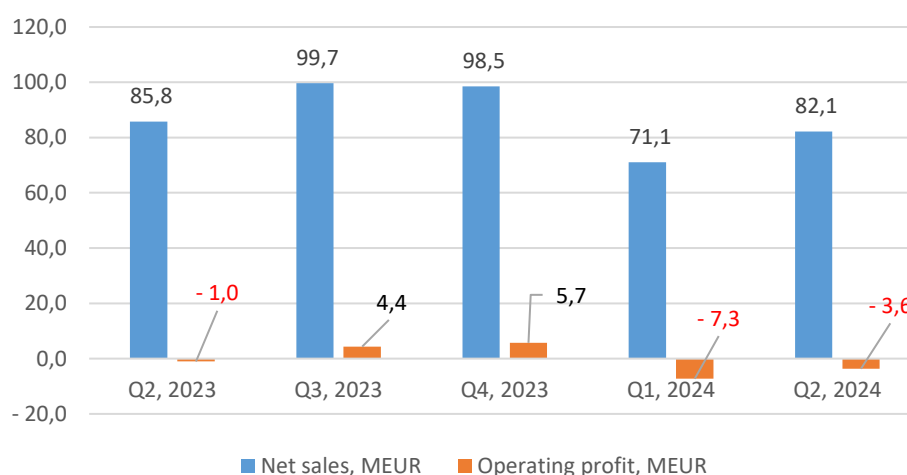
# VERKSAMHETEN

## Omsättning och rörelseresultat per segment

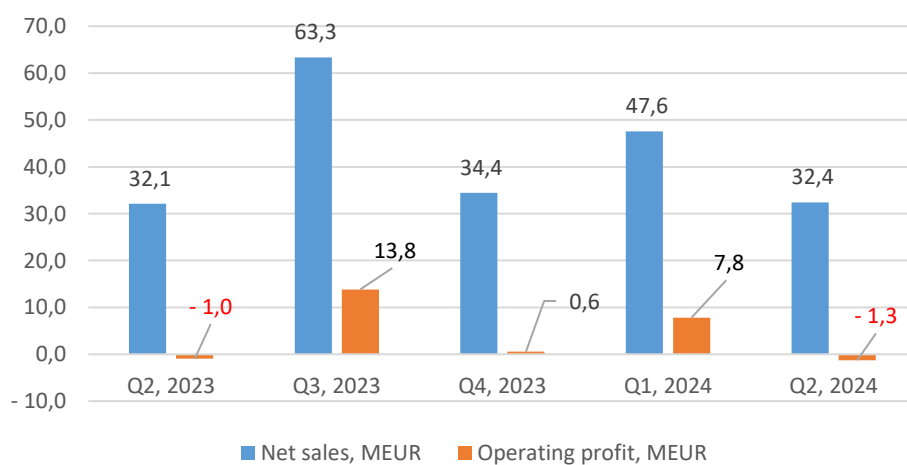
### Brands



### Friluft



### Global sales



# FINANSIELLA RAPPORTER

RESULTATRÄKNING KONCERNEN MEUR	3 månader		6 månader		12 månader	
	Apr-Jun	Apr-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jul-Jun	jan-dec
	2024	2023	2024	2023	2023/2024	2023
Nettoomsättning	149,6	156,2	313,5	336,2	716,7	739,4
Övriga rörelseintäkter	3,3	1,9	8,2	3,8	15,1	10,8
<b>Summa rörelseintäkter</b>	<b>153,0</b>	<b>158,1</b>	<b>321,7</b>	<b>340,0</b>	<b>731,8</b>	<b>750,2</b>
Handelsvaror	-67,7	-64,3	-137,1	-142,0	-313,7	-318,6
Övriga externa kostnader	-40,2	-41,9	-74,5	-78,1	-161,1	-164,7
Personalkostnader	-38,4	-38,8	-76,5	-75,8	-155,2	-154,4
Av- och nedskrivningar	-13,7	-13,4	-28,2	-27,5	-59,3	-58,7
Resultat från andelar i joint venture	0,5	0,4	0,9	0,7	1,5	1,2
<b>Summa rörelsens kostnader</b>	<b>-159,5</b>	<b>-158,0</b>	<b>-315,4</b>	<b>-322,8</b>	<b>-687,8</b>	<b>-695,2</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-6,5</b>	<b>0,1</b>	<b>6,3</b>	<b>17,2</b>	<b>44,0</b>	<b>55,0</b>
Finansiella intäkter	0,7	2,9	1,0	3,7	-1,6	1,0
Finansiella kostnader	-1,5	-0,4	-3,3	-2,0	-9,7	-8,4
<b>Resultat före skatt</b>	<b>-7,4</b>	<b>2,6</b>	<b>4,0</b>	<b>18,9</b>	<b>32,7</b>	<b>47,6</b>
Skatter	-0,1	-2,1	-4,6	-7,8	-12,4	-15,6
<b>Årets resultat</b>	<b>-7,5</b>	<b>0,6</b>	<b>-0,6</b>	<b>11,0</b>	<b>20,3</b>	<b>32,0</b>
Årets resultat hänförligt till:						
Moderbolagets aktieägare	-7,5	0,6	-0,6	11,0	18,9	31,6
Innehav utan bestämmande inflytande	0,0	0,1	0,1	0,1	1,4	0,4
Resultat per A aktie, EUR, före utspädning	-0,056	0,005	-0,005	0,083	0,142	0,237
Resultat per A aktie, EUR, efter utspädning	-0,056	0,005	-0,005	0,082	0,141	0,236
Resultat per B aktie, EUR, före utspädning	-0,56	0,05	-0,05	0,83	1,42	2,37
Resultat per B aktie, EUR, efter utspädning	-0,56	0,05	-0,05	0,82	1,41	2,36
Vägt genomsnitt utestående B aktier tusentals	10 928	10 933	10 928	10 933	10 928	10 928
Vägt genomsnitt utestående A aktier tusentals	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000

Resultat per aktie beräknat enligt, resultat hänförligt till Moderbolagets aktieägare, antal B-aktier + 24 000 000/10 A-aktiedelar, då a-aktierna bara berättigar till en tiondel av utdelning jämfört B-aktierna.

KONCERNENS TOTALRESULTAT MEUR	3 månader		12 månader		12 månader	
	Apr-Jun	Apr-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jul-Jun	jan-dec
	2024	2023	2024	2023	2023/2024	2023
<b>Årets resultat</b>	-7,5	0,6	-0,6	11,0	20,3	32,0
Som inte kommer att återföras över resultaträkningen						
Periodens förändring av pensionsavsättningar					-0,1	
Som kommer att återföras över resultaträkning						
Periodens förändring av omräkningsreserv	1,7	-4,6	-2,2	-10,1	7,1	-1,0
Periodens förändring av säkringsreserv	0,1	0,5	0,9	-0,2	-0,5	-0,8
Skatt	0,0	-0,1	-0,2	0,0	0,1	0,2
<b>Summa övriga totalresultat för perioden</b>	1,8	-4,2	-1,5	-10,2	6,6	-1,7
<b>Summa totalresultat för perioden</b>	-5,8	-3,6	-2,0	0,8	26,9	30,3
Summa totalresultat hänförligt till:						
Moderbolagets aktieägare	-5,8	-3,7	-2,1	0,7	25,5	30,0
Innehav utan bestämmande inflytande	0,0	0,1	0,1	0,1	1,4	0,3

# FINANSIELLA RAPPORTER

<b>KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING MEUR</b>	30 Jun 2024	30 Jun 2023	31 Dec 2023
<b>Tillgångar</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Immateriella anläggningstillgångar	48,9	45,9	44,6
Materiella anläggningstillgångar	81,3	82,0	84,6
Tillgångar med nyttjanderätt	129,0	112,6	130,4
Övriga anläggningstillgångar	32,3	23,3	31,0
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>291,5</b>	<b>263,8</b>	<b>290,6</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	246,7	302,7	272,6
Kundfordringar och andra fordringar	52,7	54,0	51,6
Skattefordringar	7,2	13,8	2,1
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	7,1	7,5	7,2
Likvida medel	75,5	35,8	119,1
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>389,2</b>	<b>413,8</b>	<b>452,6</b>
<b>Summa tillgångar</b>	<b>680,7</b>	<b>677,6</b>	<b>743,2</b>
<b>Eget kapital och skulder</b>			
Eget kapital hänförligt till bolagets ägare	398,1	387,6	417,2
Innehav utan bestämmande inflytande	-	-	-
<b>Summa eget kapital</b>	<b>398,1</b>	<b>387,6</b>	<b>417,2</b>
<b>Skulder</b>			
Långfristiga skulder			
Övriga långfristiga skulder	11,4	12,7	11,8
Leasingskulder	101,6	85,2	102,0
Långfristiga räntebärande skulder	34,9	13,5	36,4
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>147,9</b>	<b>111,4</b>	<b>150,2</b>
Kortfristiga skulder			
Övriga kortfristiga skulder	58,1	55,3	71,9
Leasingskulder	32,2	31,0	31,8
Kortfristiga räntebärande skulder	15,4	64,0	35,2
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	29,0	28,2	36,9
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>134,7</b>	<b>178,5</b>	<b>175,8</b>
<b>Summa skulder</b>	<b>282,6</b>	<b>290,0</b>	<b>326,0</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>680,7</b>	<b>677,6</b>	<b>743,2</b>

# FINANSIELLA RAPPORTER

MEUR	Aktie- kapital	Övrigt tillskjutet kapital	Kassaflöde ssäkrings- reserv	Valuta- omräknings reserv	Egna aktier *)	Balanserade vinstmedel	Summa	Innehav utan bestämmande inflytande	Summa
<b>01-01-2023</b>	<b>12,4</b>	<b>39,8</b>	<b>0,6</b>	<b>-11,6</b>	<b>-11,2</b>	<b>375,0</b>	<b>405,0</b>	<b>0,0</b>	<b>405,0</b>
Periodens resultat						11,0	11,0	0,1	11,0
Övrigt totalresultat			-0,2	-10,1			-10,2	-0,1	-10,3
Total comprehensive income for the period	0,0	0,0	-0,2	-10,1	0,0	11,0	0,8	-0,1	0,7
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande						-0,2	-0,2	0,1	-0,1
Aktierelaterade ersättningar **)							0,0		0,0
Utdelning som beslutades på årsstämman						-17,9	-17,9		-17,9
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager			-0,2				-0,2		-0,2
<b>30-06-2023</b>	<b>12,4</b>	<b>39,8</b>	<b>0,3</b>	<b>-21,7</b>	<b>-11,2</b>	<b>368,0</b>	<b>387,6</b>	<b>0,0</b>	<b>387,6</b>

MEUR	Aktie- kapital	Övrigt tillskjutet kapital	Kassaflöde ssäkrings- reserv	Valuta- omräknings reserv	Egna aktier *)	Balanserade vinstmedel	Summa	Innehav utan bestämmande inflytande	Summa
<b>01-01-2024</b>	<b>12,4</b>	<b>39,8</b>	<b>-0,2</b>	<b>-12,6</b>	<b>-11,2</b>	<b>389,1</b>	<b>417,2</b>	<b>0,0</b>	<b>417,2</b>
Periodens resultat						-0,6	-0,6	0,1	-0,6
Övrigt totalresultat			0,7	-2,2			-1,5		-1,5
Summa totalresultat för perioden	0,0	0,0	0,7	-2,2	0,0	-0,6	-2,1	0,1	-2,1
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande						0,1	0,1	-0,1	0,0
Aktierelaterade ersättningar **)							0,0		0,0
Utdelning som beslutades på årsstämman						-17,1	-17,1		-17,1
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager			0,1				0,1		0,1
<b>30-06-2024</b>	<b>12,4</b>	<b>39,8</b>	<b>0,5</b>	<b>-14,7</b>	<b>-11,2</b>	<b>371,4</b>	<b>398,1</b>	<b>0,0</b>	<b>398,1</b>

\*) Per den sista juni 2024 ägdes 132 337 egna B-aktier och per den sista december 2023 ägdes 132 337 egna B-aktier.

\*\*\*) Under 2022 och 2023 introducerades ett optionsprogram till några definierade personer inom Senior Managers. Per 2024-06-30 har 66 000 optioner utgivits varav varje option ger rätt att köpa en B-aktie i Fenix Outdoor International AG. Beloppet relaterat till ersättningsvärdet var noll vid kvartalets slut.

# FINANSIELLA RAPPORTER

RAPPORT ÖVER KONCERNENS KASSAFLÖDE	6 månader		12 månader
	Jan-Jun	Jan-Jun	jan - Dec
	2024	2023	2023
<b>MEUR</b>			
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Periodens nettoresultat	-0,6	11,0	32,0
Skattekostnad	4,6	7,6	15,6
Finansnetto i resultaträkningen	2,3	-2,1	7,4
Avskrivningar för nyttjanderätt	17,4	16,9	34,2
Av- och nedskrivningar	10,8	10,6	24,5
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	0,3	-9,2	-0,4
Erhållen ränta	0,4	0,4	0,7
Erlagd ränta	-3,3	-1,9	-4,8
Betald skatt	-14,7	-16,0	-18,4
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</b>	17,2	17,3	90,8
Förändring av varulager	25,9	-54,5	-24,4
Förändring av rörelsefordringar	-0,4	-4,5	-1,8
Förändring av rörelseskulder	-19,4	-14,7	11,3
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	23,3	-56,4	75,9
<b>Investeringsverksamheten</b>			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-7,0	-0,7	-5,5
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-9,5	-10,7	-21,5
Försäljning av immateriella anläggningstillgångar			0,1
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	4,9	0,2	-1,7
Förändring i finansiella tillgångar	1,6		0,2
Förvärv av andel i intresseföretag	-0,4	-1,7	
Försäljning av verksamhet		5,3	3,6
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	-10,4	-7,6	-24,8
<b>Finansieringsverksamheten</b>			
Upplåning		55,0	101,5
Återbetalda lån	-22,7	-4,3	-59,7
Amortering låneskuld för leasingavtal	-17,3	-17,6	-34,4
Utbetald utdelning	-17,1	-17,9	-17,7
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	-57,1	15,2	-10,4
Förändring av likvida medel	-44,2	-48,8	40,7
Likvida medel vid periodens början	119,1	81,0	81,0
Kursdifferens i likvida medel	0,6	3,6	-2,6
Likvida medel vid periodens slut	75,5	35,8	119,1

# Noter till den finansiella rapporten

## Not 1 Redovisningsprinciper

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

Denna delårsrapport är upprättad enligt IAS 34 Delårsrapportering. Tillämpningen av redovisningsprinciperna är i överensstämmelse med de som finns i årsredovisningen för räkenskapsåret som slutade den 31 december 2023 och ska läsas tillsammans med dessa med undantag av nya och reviderade standards och tolkningar som trätt i kraft i januari 2024. Koncernen har applicerat undantaget att redovisa information om uppskjutna skattetillgångar och skulder relaterat med pillar 2 inkomstskatter (tillägg till IAS 12 inkomstskatter).

## Not 2 Tillgångar med nyttjanderätt

30-06-2024, MEUR	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	26,7	97,0	1,4	3,9	129,0
Leasingskulder	-28,7	-98,9	-1,5	-4,7	-133,8

31.12.2023, MEUR	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	30.3	84.9	1.4	0.6	117.2
Leasing skulder	-32.6	-86.3	-1.3	-0.5	-120.7

	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-4,5	-11,9	-0,5	-0,6	-17,4
Räntekostnader	-0,4	-1,0			-1,5

	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-9.0	-23.2	-1.2	-0.8	-34.2
Räntekostnader	-0.8	-1.5			-2.3

## Not 3 Växelkurser

	Genomsnittskurs			Balansdagens kurs		
	Jan-June 2024	Jan-June 2023	Jan-Dec 2023	2024-06-30	2023-06-30	2023-12-31
EUR/SEK	11,4236	11,4152	11,4842	11,3595	11,8055	11,0960
EUR/CHF	0,9647	0,9880	0,9712	0,9634	0,9788	0,9260
EUR/USD	1,0791	1,0809	1,0826	1,0705	1,0866	1,1050
CHF/SEK	11,8418	11,5536	11,8253	11,7911	12,0612	11,9827



## Not 4 Risker

Koncernens riskfaktorer som presenteras i den senast publicerade årsredovisningen 2023, sidan 24, är fortfarande giltiga.

## Not 5 Säkerhetsredovisning

	2024-06-30	2023-06-30	2023-12-31
<b>Marknadsvärde, TEUR</b>	245	158	-667
<b>FX Terminer</b>			
Köpta TUSD	20 000	40 000	40 000
Sålda TEUR	18 281	36 334	36 688
Kurs	1,094	1,101	1,090

## 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		Total	
	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun	Apr-Jun
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
<b>Knc extern omsättning, MEUR</b>	35,0	38,2	82,1	85,8	32,4	32,1	0,1	0,1	149,6	156,2
<b>EBITDA, MEUR</b>	4,0	6,1	3,6	6,4	-0,8	-0,2	0,5	1,2	7,2	13,5
<b>Rörelseresultat, MEUR</b>	0,2	2,8	-3,6	-1,0	-1,3	-1,0	-1,8	-0,7	-6,5	0,1

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun
	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023
<b>Knc extern omsättning, MEUR</b>	80,2	91,2	153,2	153,9	80,0	90,8	0,1	0,3	313,5	336,2
<b>EBITDA, MEUR</b>	20,6	27,0	4,2	5,4	7,5	12,6	2,2	-0,3	34,4	44,7
<b>Rörelseresultat, MEUR</b>	13,1	20,4	-10,9	-9,6	6,6	11,3	-2,5	-4,9	6,3	17,2
<b>Antal butiker</b>	46	43	106	102	38	36			190	181
<b>Varav franchise</b>			2	2					2	2
<b>Sum anläggningstillgångar</b>	60,7	57,4	140,4	126,7	17,6	11,5	72,8	68,2	291,5	263,8
<b>Investeringar</b>	4,6	2,6	4,6	2,6	0,5	0,7	6,8	6,7	16,5	12,6

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluffs		Global sales		Koncern- gemensamt		Total	
	Jan-Jun 2024	Jan-Jun 2023	Jan-Jun 2024	Jan-Jun 2023	Jan-Jun 2024	Jan-Jun 2023	Jan-Jun 2024	Jan-Jun 2023	Jan-Jun 2024	Jan-Jun 2023
	Schweiz	0,5	0,1			4,6	5,9			5,1
Sverige	3,7	5,6	28,6	28,2					32,3	33,8
Övriga Norden	0,8	1,2	26,7	24,2	13,9	15,1			41,4	40,5
Tyskland	25,2	32,0	88,8	93,2			0,1	0,3	114,1	125,5
Benelux	8,9	8,9	0,1	0,2	7,3	7,1			16,3	16,2
Övriga Europa	7,8	8,3	9,0	8,1	18,2	21,2			35,0	37,6
Amerika	30,4	34,0			18,7	21,8			49,1	55,8
Övriga Marknader	2,9	1,0			17,3	19,8			20,2	20,8
<b>Totalt</b>	<b>80,2</b>	<b>91,2</b>	<b>153,2</b>	<b>153,9</b>	<b>80,0</b>	<b>90,8</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>313,5</b>	<b>336,2</b>

## Not 7 Utestående optioner från förvärv

Genom förvärvet av den taiwanesiska distributören har Fenix Outdoor International AG en rätt och en förpliktelse genom ett put/call optionsarrangemang, där lösenpris baseras på en vinst multipel för att förvärva resterande 30% av bolaget. Optionen kan nyttjas mellan den 30 juni 2022 och 30 juni 2027. Nuvärdet av inlösenkostnaden redovisas som skuld om MEUR 2,6 och kommer att värderas vid varje kvartals stängning.

Fenix Outdoor International AG förvärvade Alpen International 2017. Avtalet från 2017 inkluderar ett put/call options arrangemang avseende 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.

Framtida förändringar i optionsskulden redovisas i eget kapital.

## Not 8 Förvärv, partnership och försäljning av verksamhet

### 2024

#### Artic Fox s.r.o.

I mars 2024 förvärvade Fenix Outdoor 30 % av sin lokala återförsäljarpartner för varumärket Fjällräven, Artic Fox s.r.o. Artic Fox driver sex Fjällräven Stores och onlineverksamhet i Tjeckien och Slovakien. Köpeskillingen var 0,4 MEUR. Fenix Outdoor har över tid möjlighet att öka sitt ägande. Transaktionen förväntas inte få någon väsentlig effekt i Fenix Outdoors konsoliderade totala finansiella siffror.

## Viomoda

Fenix Outdoor inleder ett samarbete med det tyska friluftsmärket Maloja för att driva kläd tillverkning vid deras befintliga produktionsanläggning, Viomoda, i Plovdiv, Bulgarien. Detta är det första steget på Fenix Outdoor till att etablera klädproduktion i Europa.

Fenix Outdoor har möjlighet att förvärva upp till 49 % av Viomoda, produktionsdotterbolaget till Maloja. Optionen har inte haft någon och förväntas inte ha någon betydande ekonomisk effekt i Fenix Outdoors konsoliderade totala finansiella siffror.

## 2023

### Primus

I december 2022 tecknade Fenix Outdoor ett avtal om att avyttra Primus AB och dess dotterbolag Primus Eesti Ou till Silva Sweden AB. Avyttringen av Primus AB och dess dotterbolag Primus Eesti Ou som tecknades i december 2022 hade ingen väsentlig effekt på Fenix Outdoors koncernresultaträkning.

Stängningen var under kvartalet två 2023 beräknad till ett försäljningspris på 7,1 MEUR med en förlust på -0,4 MEUR. Under fjärde kvartalet 2023 justerades försäljningspriset till 6,9 MEUR och förlusten justerades under fjärde kvartalet 2023. I denna delårsrapport ingår förlusten på -0,4 MEUR i Förlust redovisad i Finansiellt resultat i resultaträkningen.

### Exist Norge

I juni 2023 förvärvade Naturkompaniet AS, ett dotterbolag inom Fenix Outdoor-koncernen, den norska e-handelssidan Exist Internet AS och dess två dotterbolag Fjellshop AS och Fjellshop Tromsø AS, inklusive två butiker, en i Lillehammer och en i Tromsø. Köpeskillingen uppgick till 2,0 MEUR och förvärvade nettokassa på 0,3 MEUR resulterade i ett kassautflöde på 1,7 MEUR. Det preliminära förvärvet resulterade i en preliminär goodwillposition på 1,1 MEUR och förväntas inte vara skattemässigt avdragsgill. Förvärvet hade en begränsad effekt på koncernens totala finansiella siffror.

## Not 9 Transaktioner med närstående

Inga väsentliga förändringar har skett i relationer eller transaktioner med närstående parter jämfört med 2023

## Not 10 Händelser efter rapportperiodens slut

Inga väsentliga händelser noteras efter periodstängningen.

.....

Zug, 22 juli, 2024

Verkställande direktör och styrelsen intygar att denna rapport ger en sann och rättvisande bild av koncernens verksamhet, position och resultat och beskriver de huvudsakliga riskerna och osäkerheterna som koncernen och de individuella företagen exponeras för.

**Alexander Koska**  
Verkställande direktör

**Martin Nordin**  
Styrelseordförande

**Susanne Nordin**

**Mats Olsson**

**Ulf Gustafsson**

**Rolf Schmid**

**Sebastian von Wallwitz**

.....

## KALENDARIUM EKONOMISK INFORMATION

Q3 rapport, 25 oktober 2024