

FENIX OUTDOOR INTERNATIONAL AG

Delårsrapport 2020-01-01 – 2020-12-31

Fjärde kvartalet 2020-10-01 – 2020-12-31

Perioden 2020-01-01 – 2020-12-31

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 151 765 (150 277), en ökning med 1,0%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 20 948 (19 551).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 5 037 (8 526).
- Rörelseresultatet inkluderar extraordinära kostnader om TEUR 4 900, innebärande ett justerat rörelseresultat om TEUR 9 937 (7 076), då föregående år även inkluderade en extraordinär intäkt om TEUR 1 450.
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 559 (6 095).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR -3 283 (1 822).
- Resultat per aktie uppgick till EUR -0,23 (0,13).
- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 571 512 (616 448), en minskning med 7,3%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 109 964 (128 037).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 61 096 (84 905).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 53 503 (84 370).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 33 866 (61 314).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 2,54 (4,57).

Utdelningsförslag och händelser efter rapportperiodens slut

Styrelsen föreslår en ordinarie utdelning om 12,00 (0,00) Svenska Kronor, ”SEK”, per B-aktie och 1,2 (0,0) SEK per A-aktie. Styrelsen föreslår också, som kompensation för föregående års inställda utdelning, en extra utdelning om SEK 3,0 per B-aktie och 0,3 per A-aktie.

Förutom Covid19 påverkan har det inte inträffat något materiellt efter rapportperiodens slut. Situationen är fortfarande oförutsägbar ur många perspektiv och eventuella kommande / fortsatta ”lock downs” kan komma att påverka försäljningen i olika regioner, se också kommentar från Styrelseordförande och not 4.

Återköp av egna aktier i bolaget

Per 2020-12-31 innehar företaget 119 598 egna B-aktier, vilket representerar 0,89% av aktiekapitalet.

Denna rapport innehåller information som Fenix Outdoor International AG är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande kl. 08:30 den 9 februari 2021.

KONTAKTPERSON Martin Nordin, Styrelseordförande +41 797 99 27 58

INNEHÅLL SID

| | |
|-----------------------------|-------|
| Kommentar från styrelseordf | 2-7 |
| Verksamheten | 8-12 |
| Finansiella rapporter | 13-17 |
| Noter | 18-21 |

FINANSIELL INFORMATION

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

KALENDARIUM

Delårsrapport Q1 27 april 2021
Årsstämma 27 april 2021
Delårsrapport Q2 23 juli 2021

KOMMENTAR FRÅN ARBETANDE STYRELSEORDFÖRANDE

Period 4 i kriget mot Covid-19

Vi har just avslutat den fjärde perioden i kriget mot Covid-19. Kvartalet startade starkt. Den inledande delen av kvartalet var ur ett försäljningsperspektiv väldigt glädjande, inte minst avseende inkommande orders för direktleverans. Försäljningen genom det fysiska butiksledet visade också tecken på förbättring.

Återhämtningen avtog dock senare i kvartalet, speciellt i USA, med anledning av en andra Covid-19 våg och oro i samband med valet. Vi behövde därför av säkerhetsskäl stänga några butiker.

Detta påverkade också distributionsverksamheten senare i kvartalet. Trots det nådde den Nordamerikanska verksamheten en försäljning i linje med förra årets. Marginalen var dock lägre, då detaljhandelns andel av den totala försäljningen var betydligt lägre jämfört med föregående år.

Europa och Asien återhämtade sig väl, undantaget butikshandeln. På detaljhandelssidan (Frilufts-sidan) startade julhandeln, trots det varma vädret, positivt stött av rådande ”outdoor trend”. Covid utvecklingen under december innebar dock ett bakslag, med stängning av butiker i Tyskland och Danmark. Butikerna i dessa länder är fortsatt stängda. Det innebär att trots den fantastiska tillväxten inom vår näthandel, så nåddes inte förra årets siffror.

Koncernen har lyckats leverera ett justerat rörelseresultat i paritet med föregående år, trots oförändrad försäljning och lägre marginal. Med justerat menar jag att vi, under det fjärde kvartalet, har varit tvungna att ta ett antal icke-operativa engångskostnader om totalt 4,9 MEUR. Kostnaderna avser; avskrivningar i IT-system som blivit föråldrade på grund av förändringar i koncernens IT/digitala struktur med fokus på digital utveckling, poster relaterade till ett förvävsprojekt som inte stängdes, övriga omstruktureringskostnader samt en osäker fordransreservation relaterad till en av våra tidigare hyresvärdar. Förra året inkluderade jämförbara kvartalssiffror dessutom en extra ordinarie intäkt om 1,4 MEUR.

Koncernens likvida situation är fortsatt stark och kassan uppgår till 191,1 MEUR jämfört föregående års 88,9. Ökningen är driven av ett starkt kassaflöde och ett nytt lån om 45 MEUR.

Brands

Fjällräven visade en stark utveckling. I princip hela försäljningsminskningen av Känkenrelaterade produkter uppvägdes av andra produkter som byxor, särskilt i Nordamerika. En utveckling som förstärktes av en god försäljning till en handfull nya lokala större kunder.

Hanwag visade, med stöd av friluftstrenden, en betydande förbättring under kvartalet.

Med varor på lager igen fortsatte Primus sin tillväxtväg. I Sverige utnämndes stormköket till årets julklapp. Brunton kunde inte dra nytta av utomhustrenden, men har också påverkats mindre av Covid-19 på grund av sitt beroende av offentlig upphandling.

Tierra presterade riktigt bra.

Med anledning av det mindre resandet förbättrades inte heller Royal Robbins siffror under detta kvartal. Vi tror inte att resandet kommer att återhämta sig inom rimlig tid, inte bara på grund av Covid, utan också på grund av vad vi tror är en allmän minskning driven av miljöhänsyn. Vi arbetar därför förnärvarande med ett nytt fokus för företaget/varumärket baserat på dess historia.

Friluft

Som nämnts ovan påverkades detaljhandeln av nedstängningar, men

Naturkompaniet (Sverige) visade ett starkt kvartal med 12% tillväxt och årstillväxt om 6%. Detta innebar ett rekordresultat för kvartal och år.

Partioaitta (Finland) hade också ett mycket bra kvartal med en 11% tillväxt och 5% tillväxt för året, innebärande rekordförsäljning och resultat för såväl kvartal som helår.

Trots stängningen av butiker uppvisade Friluftsländ (Danmark) en tillväxt under kvartalet på 10% och 1% för året. Dessutom redovisades ett förbättrat finansiellt resultat.

Globetrotter (Tyskland) är den detaljhandel som drabbats hårdast av pandemin och verksamheten rullade riktigt bra, särskilt i slutet av november och början av december. En stängning av butikerna i mitten av december slog dock hårt. Detta innebar en minskning av försäljningen för kvartalet med 4%, vilket ändå får sägas vara bra med hänsyn till omständigheterna. Under året som helhet sjönk försäljningen med 13%.

Totalt innebar det att det justerade Friluftsliv-resultatet för kvartalet var bättre än förra året. För helåret var resultatet, med anledning av effekterna från mars, lägre. Generellt måste jag säga att en av de viktigaste anledningarna till det jag skulle kalla framgång, för vår detaljhandel, är utvecklingen av vår digitala verksamhet.

Global sales

Verksamheten i Asien / Stillahavsområdet fortsatte att förbättras och visade en försäljningsökning på 13% under kvartalet och 5% för året, vilket också resulterade i en högre lönsamhet. Den kinesiska verksamheten (JV:t) fortsatte stärkas och året avslutades med en tillväxt på 11% för kvartalet, men för helåret blev det en minskning om 49%. Trots detta kunde bolaget leverera ett positivt rörelseresultat både för kvartalet och hela året.

Distributionsmarknaderna i Europa och "resten av världen" växte med 8% under det sista kvartalet, men minskade med 2% för året. Lönsamheten stärktes under såväl kvartal som för året. De flesta marknader uppvisade under det fjärde kvartalet en positiv tillväxt. Det enda undantaget var Österrike / Italien. De marknader som, på årsbasis, drabbades hårdast förutom Österrike / Italien var marknader som Storbritannien och Tjeckien. Särskilt stark var utvecklingen på tillväxtmarknader som uppvisade en betydande försäljningsökning.

Amerika

Den amerikanska marknaden visade definitiva tecken på återhämtning under kvartalet. Detta även om Kånken fortsatt inte återhämtade sig som produktgrupp. Ökningen kom istället från andra produkter. Diversifieringen av sålda produkter har dock skapat en betydligt bredare försäljningsbas, vilket innebär att verksamheten fortsatt blir mindre riskfylld och mindre volatil. Vi är nu bättre positionerade än före krisen.

Näthandeln

Den del av vår verksamhet som har utvecklats mest är vår näthandel, representerad av både Brands och Frilufts. År 2020 ökade andelen digital försäljning till 19,1%. Under fjärde kvartalet var andelen 26,4%. För hela året var tillväxten i digital försäljning 51,5% och under det fjärde kvartalet 84,5%.

Detta innebar att den digitala andelen av direktförsäljning växte från 20,4% till 33,1% på årsbasis och från 21,9% till 39,8% för fjärde kvartalet.

| TEUR Försäljning | 2020 Q4 | Andel | 2019 Q4 | Andel | 2020 YTD | Andel | 2019 YTD | Andel |
|------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| B2C butik | 58 920 | 39,9% | 75 218 | 51,0% | 216 824 | 38,5% | 275 784 | 45,4% |
| B2C näthandel | 39 026 | 26,4% | 21 151 | 14,3% | 107 269 | 19,1% | 70 816 | 11,7% |
| B2B | 49 754 | 33,7% | 51 031 | 34,6% | 238 907 | 42,4% | 260 500 | 42,9% |
| Totalt | 147 700 | 100,0% | 147 400 | 100,0% | 563 000 | 100,0% | 607 100 | 100,0% |

| | Vs Förra året | Vs Förra året |
|----------------------|---------------|---------------|
| Förändring butik | -21,7% | -21,4% |
| Förändring näthandel | 84,5% | 51,5% |
| Förändring BtoB | -2,5% | -8,3% |
| Förändring totalt | 0,2% | -7,3% |

| TEUR Försäljning | 2020 Q4 | Andel | 2019 Q4 | Andel | 2020 YTD | Andel | 2019 YTD | Andel |
|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| B2C butik | 58 920 | 60,2% | 75 218 | 78,1% | 216 824 | 66,9% | 275 784 | 79,6% |
| B2C näthandel | 39 026 | 39,8% | 21 151 | 21,9% | 107 269 | 33,1% | 70 816 | 20,4% |
| Totalt | 97 946 | 100,0% | 96 369 | 100,0% | 324 093 | 100,0% | 346 600 | 100,0% |

Den totala digitala försäljningen för 2020 uppgick till 107,3 MEUR (70,8). En intressant faktor är att den uppskattade rörelsevinsten för denna del av verksamheten ökade betydligt. Slutsatsen av detta är att lönsamheten är högre än för vår normala detaljhandel då vi nu har nått en kritisk volym för godset som slussas genom vårt nya logistikcenter men även inom andra områden.

Generella kommentarer

Med tanke på läget, där pandemin möjligen är under kontroll, måste vi ställa oss ett antal frågor:

1. Vad kan vi lära oss av pandemin?
2. Hur snabbt går återhämtningen?
3. Hur ändrar vi oss för att dra fördel och vara beredda på dessa förändringar?

När det gäller att lära av pandemin kan frågorna delas in i hälso-, sociala- och företagsekonomiska termer och då jag vare sig är läkare eller politiker (hoppas jag) så fokuserar jag på verksamheten. Efter att ha mötts såväl av en rad olika publika "behandlingar" av oss företag under krisen som av olika konsument beteenden måste jag ge Tyskland bästa betyg hittills. Deras stöd har varit bra och till viss del balanserade. De har supportat på

ett mycket konstruktivt sätt. De insåg att pandemin har förändrat affärsklimatet och de allmänna förhållandena, vilket nu gör det möjligt att närma sig hyresvärdar för att omförhandla hyror. På andra marknader noterade vi att hyresvärdar och därmed banker varit skyddade, vilket gjorde det omöjligt att skapa nödvändiga förändringar. Detta gäller för länder som USA och Sverige. Om dessa länder hade förklarat en verklig force majeure skulle vi ha kunnat skapa en verklig förändring även här. Vi kan också inse att hållbarhetsfrågor kommer att bli ännu viktigare. Det är också tydligt att digitaliseringen av detaljhandeln kommer att ske snabbare än förväntat.

När det gäller återhämtning är det min/vår bedömning att den allmänna återhämtningen kommer att gå ganska fort om vaccinen fungerar. Det finns dock ett stort undantag och det är resandet. Det kommer att ta åtminstone 24 månader innan någon verklig återhämtning börjar där, inte bara på grund av pandemin utan också på grund av miljöhänsyn och protektionism mellan vissa länder.

Hur ska vi agera för att både skydda vår verksamhet och utvidga den? Vi har tre viktiga prioriteringar.

Vi har redan investerat och fortsätter att investera i infrastruktur för att stödja vår digitala tillväxt och effektivitet. Vi har redan utökat vår ursprungliga investering gällande lagret i Ludwigslust. Den ursprungliga investeringen var på 10 000 m², varav 5 000 halv-automatiserat. Vi ökade investeringen med ytterligare 10 000 m² och innan det hela var klart bestämde vi oss för en ytterligare expansion om 10 000 m². Vi stoppade projektet när pandemin drabbade förra vintern, men förra sommaren när vi såg näthandelns utveckling startade vi projektet igen och lade till ytterligare automatisering. Det innebär att vi kommer att ha 30 000 m² med utökad automatisering under detta år. Under förra hösten beslutade vi också att ändra vårt IT-system till en mer flexibel modell och utveckla vår digitala infrastruktur genom att anställa ytterligare kompetenta personer.

Vi har också startat ett stort utvärderingsprojekt när det fysiska butiker, med fokus inom två områden. 1. Optimering / förbättring av hyresstrukturer och storlek på butikerna, vilket stöds av den ändrade rättsliga miljön i Tyskland. 2. Omvärdera lokaliseringar på kort till medellång sikt. I Boston har vi redan reallockerat vår Newbury butik till dubbel storlek till samma hyra som för den gamla butiken. Denna process kommer att fortsätta på alla våra nyckel lägen i New York, Toronto, Stockholm, Helsingfors, San Francisco och Los Angeles. De är alla turistberoende, vilket innebär en längre återhämtningstid.

Det är också uppenbart att vårt fokus på hållbarhet kommer att bli ännu viktigare för vår framtida framgång. Vi fortsätter därför denna process. Kontentan är att det enda vi kan ändra är oss själva och vad vi själva kan styra. Vi utvärderar därför kontinuerligt vår värdekedja och ser över möjligheterna att flytta produktion närmare våra marknader. Vi går även igenom vår övriga affärspraxis.

2021 och därefter

Vi fokuserar kontinuerligt på våra investeringar i personal och infrastruktur för att ytterligare öka vår digitala verksamhet samt att förbättra våra hyresvillkor för detaljhandeln under 2021. Vi kommer också att utöka Frilufts näthandel till andra marknader i Europa och vår strävan är att lansera Frilufts digitalt på ytterligare två europeiska marknader under 2021. Vi överväger också över tid att stödja dessa inträden med strategiskt placerade fysiska butiker.

Det är svårt att bedöma utvecklingen för 2021 som isolerat år, men vår orderbok indikerar ett bra år visande en rimlig tillväxt jämfört med ifjol. I vissa marknader förutspår vi dock en något försenad leverans av förbeställningar, då butiker på vissa marknader fortsatt är stängda. Det finns trots Covid-19-situationen uppmuntrande signaler för detaljhandeln. Vädergudarna har, genom att erbjuda kallt väder i Europa under januari, varit vänliga mot vår verksamhet.

Sammanfattningsvis har pandemin visat att vår affärsmodell fungerar och vi fortsätter att växa och utvecklas. Vi har stora förhoppningar om framtiden.

Martin Nordin

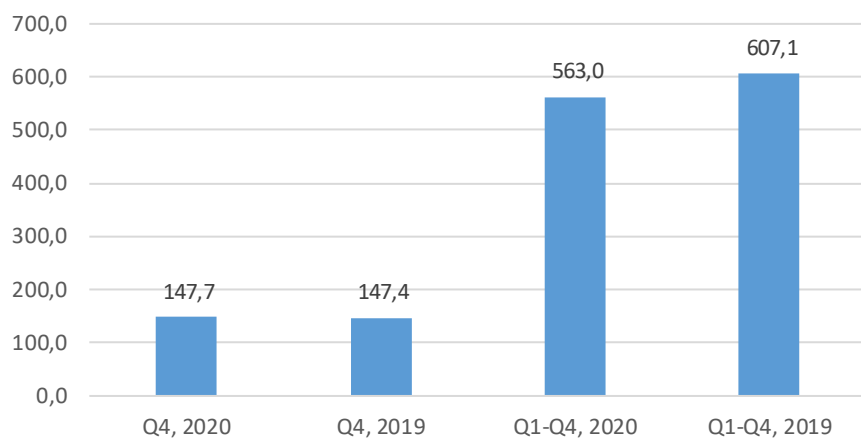
Arbetande Styrelseordförande

| MEUR | Oct-Dec 2020 | Oct-Dec 2019 | Jan-Dec 2020 | Jan-Dec 2019 |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Nettoomsättning | 147,7 | 147,4 | 563,0 | 607,1 |
| EBITDA | 21,0 | 19,5 | 110,0 | 128,0 |
| Rörelseresultat | 5,1 | 8,5 | 61,1 | 84,9 |
| Rörelsemarginal, % | 3,5% | 5,8% | 10,9% | 14,0% |
| Resultat före skatt | 0,6 | 6,0 | 53,5 | 84,3 |
| Periodens resultat | -3,2 | 1,7 | 33,9 | 61,2 |
| Vinst per aktie, EUR *) | -0,23 | 0,13 | 2,54 | 4,57 |
| Soliditet, % | | | 54,2% | 57,6% |

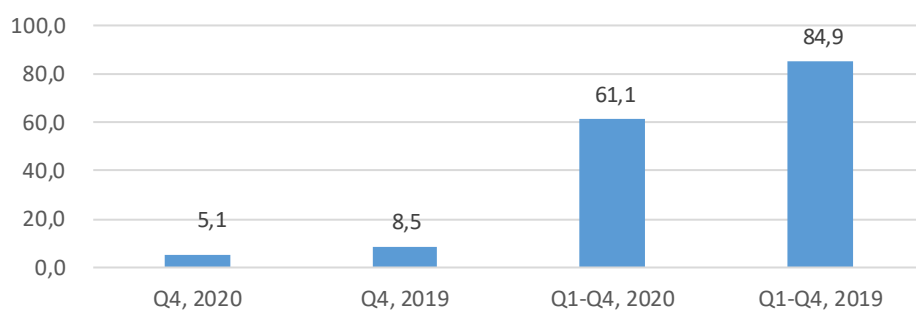
*) Vinst per aktie har beräknats på utestående aktier.

VERKSAMHETEN

Nettoomsättning, MEUR



Rörelseresultat, MEUR



VERKSAMHETEN

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

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

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

Fjärde kvartalet 2020-10-01 – 2020-12-31

| | 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 |
| | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 |
| Knc extern omsättning, MEUR | 38,4 | 37,8 | 76,0 | 76,6 | 33,3 | 33,1 | | -0,1 | 147,7 | 147,4 |
| EBITDA, MEUR | 9,0 | 7,9 | 8,5 | 7,3 | 3,1 | 3,6 | 0,4 | 0,7 | 21,0 | 19,5 |
| Rörelseresultat, MEUR | 6,1 | 5,0 | 0,7 | 1,9 | 2,5 | 3,0 | -4,2 | -1,4 | 5,1 | 8,5 |

| Koncern extern omsättning per marknad | Brands | | Friluftss | | Global sales | | Koncern-gemensamt | | Total | |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|
| | Oct-Dec | Oct-Dec | Oct-Dec | Oct-Dec | Oct-Dec | Oct-Dec | Oct-Dec | Oct-Dec | Oct-Dec | Oct-Dec |
| | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 |
| Schweiz | | | | | 2,2 | 2,3 | | | 1,5% | 1,6% |
| Sverige | 3,8 | 3,0 | 20,7 | 18,0 | | | | | 16,6% | 14,2% |
| Övriga Norden | 0,6 | 0,5 | 16,2 | 14,7 | 6,7 | 5,9 | | | 15,9% | 14,3% |
| Tyskland | 11,1 | 10,6 | 38,6 | 43,6 | | | | -0,1 | 33,7% | 36,7% |
| Benelux | 2,7 | 2,7 | 0,1 | 0,1 | 1,2 | 0,7 | | | 2,7% | 2,4% |
| Övriga Europa | 5,2 | 5,1 | 0,4 | 0,2 | 6,1 | 7,0 | | | 7,9% | 8,3% |
| Amerika | 14,8 | 15,5 | | | 9,2 | 11,1 | | | 16,3% | 18,0% |
| Övriga Marknader | 0,2 | 0,4 | | | 7,9 | 6,1 | | | 5,5% | 4,4% |
| Totalt | 38,4 | 37,8 | 76,0 | 76,6 | 33,3 | 33,1 | 0,0 | -0,1 | 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

Perioden 2020-01-01 – 2020-12-31

| | Brands | | Friluffs | | Global sales | | Common | | Group | |
|------------------------|---------|---------|----------|---------|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | Jan-Dec | Jan-Dec | Jan-Dec | Jan-Dec | Jan-Dec | Jan-Dec | Jan-Dec | Jan-Dec | Jan-Dec | Jan-Dec |
| | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 |
| External sales, MEUR | 149,4 | 164,6 | 264,0 | 282,1 | 149,6 | 159,8 | | 0,6 | 563,0 | 607,1 |
| EBITDA, MEUR | 61,3 | 72,8 | 22,7 | 26,7 | 26,6 | 29,0 | -0,7 | -0,4 | 110,0 | 128,0 |
| Operating profit, MEUR | 50,5 | 62,7 | -1,6 | 2,8 | 24,4 | 26,4 | -12,1 | -7,0 | 61,1 | 84,9 |
| Number of Stores | 41 | 35 | 81 | 80 | 28 | 28 | | | 150 | 143 |
| of which are franchise | | | 2 | 3 | | | | | 2 | 3 |
| Fixed assets | 49,5 | 56,1 | 137,2 | 126,7 | 13,1 | 15,0 | 54,4 | 52,6 | 254,2 | 250,4 |
| Cap. Expenditures, net | 5,5 | 5,0 | 5,9 | 9,2 | 1,0 | 1,7 | 8,8 | 10,5 | 21,2 | 26,4 |

| Koncern extern omsättning per marknad | Brands | | Friluffs | | Global sales | | Koncern- gemensamt | | Total | |
|--|---------|---------|----------|---------|--------------|---------|-----------------------|---------|---------|---------|
| | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec |
| | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 |
| Schweiz | | | | | 12,7 | 11,2 | | | 2,3% | 1,8% |
| Sverige | 14,0 | 11,9 | 64,0 | 60,1 | | | | | 13,9% | 11,9% |
| Övriga Norden | 1,7 | 1,3 | 50,7 | 48,9 | 33,8 | 33,1 | | | 15,3% | 13,7% |
| Tyskland | 56,1 | 58,3 | 147,9 | 172,3 | | | | 0,6 | 36,2% | 38,1% |
| Benelux | 14,6 | 14,9 | 0,3 | 0,2 | 5,8 | 7,2 | | | 3,7% | 3,7% |
| Övriga Europa | 17,8 | 18,3 | 1,1 | 0,6 | 34,2 | 40,6 | | | 9,4% | 9,8% |
| Amerika | 44,4 | 57,4 | | | 33,8 | 43,1 | | | 13,9% | 16,6% |
| Övriga Marknader | 0,8 | 2,5 | | | 29,3 | 24,6 | | | 5,4% | 4,5% |
| Totalt | 149,4 | 164,6 | 264,0 | 282,1 | 149,6 | 159,8 | 0,0 | 0,6 | 100% | 100% |

VERKSAMHETEN

Brands

| | | 2020 (2019) | | 2020 (2019) |
|--------------------|----|--------------------|-------|----------------------|
| Extern försäljning | Q4 | 38,4 (37,8) + 1,6% | Q1-Q4 | 149,4 (164,6) - 9,3% |
| Rörelseresultat | Q4 | 6,1 (5,0) | Q1-Q4 | 50,5 (62,7) |

Stabil utveckling för alla varumärken utom Royal Robbins som är mera inriktade på kläder för resande. Återhämtning i Nordamerika som under det fjärde kvartalet visar en försäljning nära fjolårets. Försäljningsökningen stöddes av en stark näthandel.

Friluft

| | | 2020 (2019) | | 2020 (2019) |
|--------------------|----|--------------------|-------|----------------------|
| Extern försäljning | Q4 | 76,0 (76,6) - 0,8% | Q1-Q4 | 264,0 (282,1) - 6,4% |
| Rörelseresultat | Q4 | 0,7 (1,9) | Q1-Q4 | -1,6 (2,8) |

Stark försäljnings- och resultatutveckling för de nordiska detaljhandlarna, inte minst gällande Finland och Sverige. Tyskland drabbat av nedstängningar i slutet av kvartalet. Stark näthandel.

Global sales

| | | 2020 (2019) | | 2020 (2019) |
|--------------------|----|--------------------|-------|----------------------|
| Extern försäljning | Q4 | 33,3 (33,1) + 0,7% | Q1-Q4 | 149,6 (159,8) - 6,4% |
| Rörelseresultat | Q4 | 2,5 (3,0) | Q1-Q4 | 24,4 (26,4) |

Stabil utveckling supportad av stark försäljning på de nordiska länderna, tillväxtmarknader, Sydkorea samt Taiwan.

Koncerngemensamt, likviditet och finansiell ställning

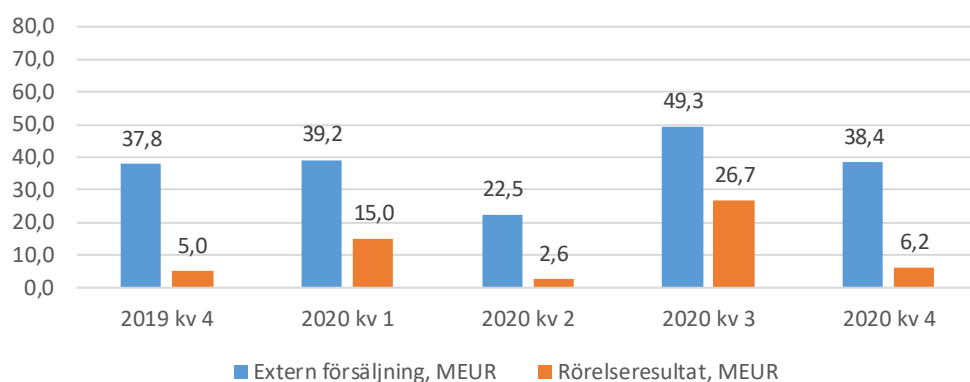
| | | 2020 (2019) | | 2020 (2019) |
|-----------------|----|-------------|-------|--------------|
| Rörelseresultat | Q4 | -4,2 (-1,4) | Q1-Q4 | -12,1 (-7,0) |

Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark. Koncernens likvida medel uppgick till MEUR 191,1 (88,9) vid rapporteringsperiodens utgång. Koncernens räntebärande skulder uppgick till MEUR 66,2 (22,2). Den högre kassa- och skuldpositionen är relaterad till ett starkt kassaflöde och ett nytt långfristigt lån om 45 MEUR som togs upp i december 2021. Den ökade kortfristiga skulden är relaterad till högre inkomstskatteskulder till följd av begränsningsregler för koncernbidrag i vissa länder. Leaseskulder uppgick till MEUR 129,1 (126,0). Koncerns egna kapital, hänförligt till bolagets aktieägare uppgick till MEUR 352,8 (319,1), vilket motsvarar en soliditet på 54,2% (57,6%). Nedskrivning av föråldrad IT infrastruktur har påverkat segmentets rörelseresultat.

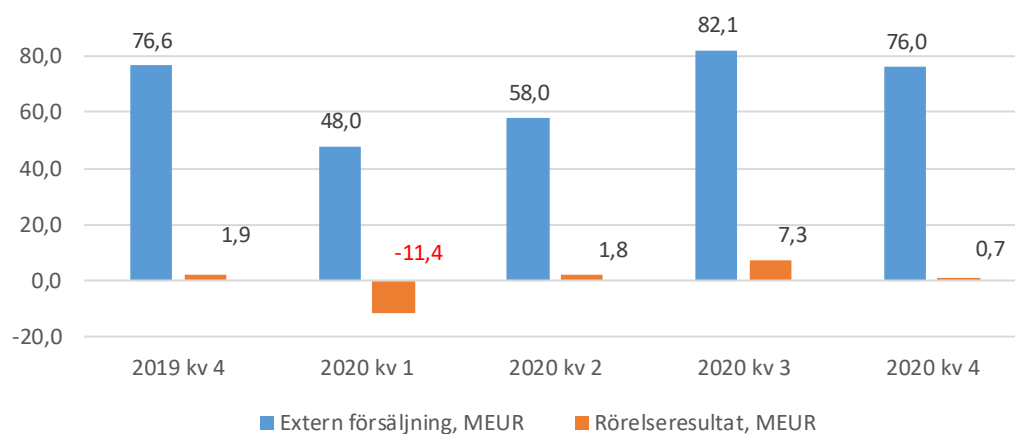
VERKSAMHETEN

Omsättning och rörelseresultat per segment

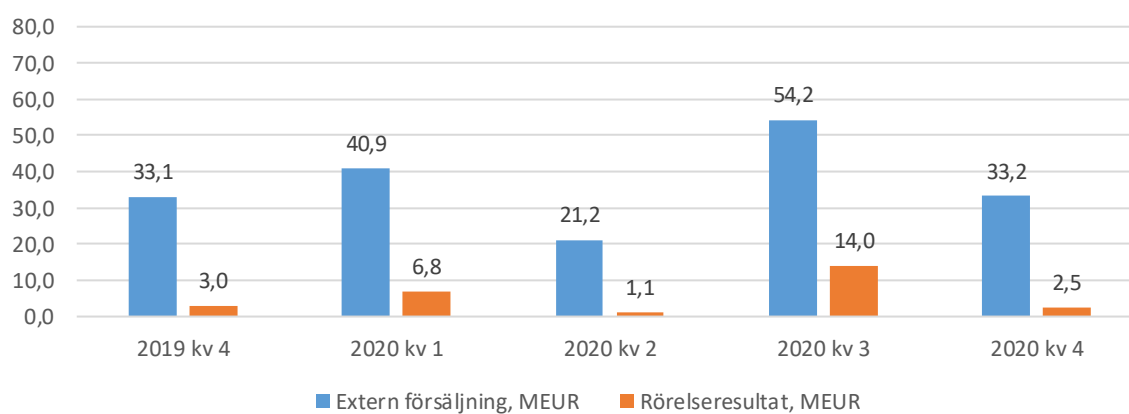
Brands



Friluft



Global sales



FINANSIELLA RAPPORTER

| RESULTATRÄKNING KONCERNEN MEUR | 3 månader | | 12 månader | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | okt-dec | okt-dec | jan-dec | jan-dec |
| | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 |
| Nettoomsättning | 147,7 | 147,4 | 563,0 | 607,1 |
| Övriga rörelseintäkter | 4,0 | 2,8 | 8,5 | 9,3 |
| Summa rörelseintäkter | 151,7 | 150,2 | 571,5 | 616,4 |
| Handelsvaror | -62,5 | -59,6 | -241,6 | -251,4 |
| Övriga externa kostnader | -35,9 | -37,2 | -109,1 | -120,8 |
| Personalkostnader | -31,1 | -34,0 | -108,6 | -116,3 |
| Av- och nedskrivningar | -15,9 | -11,0 | -48,9 | -43,1 |
| Resultat från andelar i intresseföretag | -0,1 | 0,3 | 0,2 | 1,4 |
| Övriga rörelsekostnader | -1,1 | -0,2 | -2,4 | -1,3 |
| Summa rörelsens kostnader | -146,6 | -141,7 | -510,4 | -531,5 |
| Rörelseresultat | 5,1 | 8,5 | 61,1 | 84,9 |
| Finansiella intäkter | -0,4 | 0,1 | 0,1 | 2,7 |
| Finansiella kostnader | -4,1 | -2,6 | -7,7 | -3,3 |
| Resultat före skatt | 0,6 | 6,0 | 53,5 | 84,3 |
| Skatter | -3,8 | -4,3 | -19,6 | -23,1 |
| Årets resultat | -3,2 | 1,7 | 33,9 | 61,2 |
| Årets resultat hänförligt till: | | | | |
| Moderbolagets aktieägare | -3,3 | 1,7 | 33,6 | 61,1 |
| Innehav utan bestämmande inflytande | 0,1 | 0,0 | 0,3 | 0,1 |
| Resultat per aktie, EUR | -0,23 | 0,13 | 2,54 | 4,57 |
| Vägt genomsnitt utestående b aktier tusentals | 10 940 | 10 940 | 10 940 | 10 977 |
| Vägt genomsnitt utestående a aktier tusentals | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 |

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

FINANSIELLA RAPPORTER

| | 3 månader | | 12 månader | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | okt-dec 2020 | okt-dec 2019 | jan-dec 2020 | jan-dec 2019 |
| TOTALRESULTAT MEUR | | | | |
| Årets resultat | -3,2 | 1,7 | 33,9 | 61,2 |
| Som inte kommer att återföras över resultaträkningen | | | | |
| Periodens förändring av pensionsavsättningar | -0,2 | -0,2 | -0,2 | -0,2 |
| Skatter | | 0,1 | | 0,1 |
| Som kommer att återföras över resultaträkning | | | | |
| Periodens förändring av omräkningsreserv | 4,2 | 1,0 | 1,3 | -1,0 |
| Periodens förändring av säkringsreserv | -0,1 | -0,1 | -0,1 | -0,2 |
| Skatt | | | | |
| Summa övriga totalresultat för perioden | 3,9 | 0,8 | 1,0 | -1,3 |
| Summa totalresultat för perioden | 0,7 | 2,6 | 34,9 | 59,8 |
| Summa totalresultat hänförligt till: | | | | |
| Moderbolagets aktieägare | 0,6 | 2,6 | 34,6 | 59,7 |
| Innehav utan bestämmande inflytande | 0,1 | 0,0 | 0,3 | 0,1 |

FINANSIELLA RAPPORTER

| KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING MEUR | 31 Dec 2020 | 31 Dec 2019 |
|--|----------------|----------------|
| Tillgångar | | |
| Anläggningstillgångar | | |
| Immateriella anläggningstillgångar | 37,5 | 40,8 |
| Materiella anläggningstillgångar | 70,6 | 67,8 |
| Tillgångar med nyttjanderätt | 127,5 | 124,7 |
| Finansiella anläggningstillgångar | 18,6 | 17,1 |
| Summa anläggningstillgångar | 254,2 | 250,4 |
| Omsättningstillgångar | | |
| Varulager | 153,8 | 159,7 |
| Kundfordringar och andra fordringar | 45,4 | 46,6 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | 6,5 | 8,8 |
| Likvida medel | 191,1 | 88,9 |
| Summa omsättningstillgångar | 396,8 | 304,0 |
| Summa tillgångar | 651,0 | 554,4 |
| Eget kapital och skulder | | |
| Eget kapital hänförligt till bolagets ägare | 352,8 | 319,1 |
| Innehav utan bestämmande inflytande | 0,1 | 0,1 |
| Summa eget kapital | 352,9 | 319,3 |
| Skulder | | |
| Långfristiga skulder | | |
| Långfristiga icke räntebärande skulder | 16,8 | 17,4 |
| Leasingskulder | 102,8 | 100,4 |
| Långfristiga räntebärande skulder | 36,0 | - |
| Summa långfristiga skulder | 155,6 | 117,8 |
| Kortfristiga skulder | | |
| Kortfristiga icke räntebärande skulder | 61,3 | 47,7 |
| Leasingskulder | 26,3 | 25,6 |
| Kortfristiga räntebärande skulder | 30,2 | 22,2 |
| Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter | 24,7 | 21,9 |
| Summa kortfristiga skulder | 142,5 | 117,4 |
| Summa eget kapital och skulder | 651,0 | 554,4 |

FINANSIELLA RAPPORTER

| Förändring av eget kapital MEUR | Övrigt | | Kassaflödessäkrings- reserv | Valutaomräknings- reserv | Egna aktier (*) | Balanserade vinstmedel | Summa | Innehav utan bestämmande | | |
|---|--------------|------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------|---------------------------|-------|-----------------------------|-------|-------|
| | Aktiekapital | tillskjutet kapital | | | | | | inflytande | Summa | |
| 2019-01-01 | 12,4 | 39,8 | 1,6 | -4,4 | -0,4 | 236,7 | 285,6 | 0,1 | 285,7 | |
| Periodens resultat | | | | | | 61,2 | 61,2 | 0,1 | 61,3 | |
| Övrigt totalresultat | | | -0,1 | -1,0 | | -0,2 | -1,3 | - | -1,3 | |
| Summa totalresultat för perioden | | | -0,1 | -1,0 | 0,0 | 61,1 | 59,9 | 0,1 | 60,0 | |
| Förvärv av dotterbolag | | | | | | | | 0,4 | 0,4 | |
| Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande | | | | | | | | -0,4 | -0,4 | |
| Förvärv av egna aktier | | | | | -9,8 | | -9,8 | | -9,8 | |
| Utdelning | | | | | | -15,2 | -15,2 | | -15,2 | |
| Överföring av kassaflödessäkeringsreserv till varulager | | | | -1,4 | | | -1,4 | | -1,4 | |
| 2019-12-31 | 12,4 | 39,8 | 0,1 | -5,5 | -10,2 | 282,5 | 319,1 | 0,1 | 319,3 | |
| 2020-01-01 | | 12,4 | 39,8 | 0,1 | -5,5 | -10,2 | 282,5 | 319,1 | 0,1 | 319,3 |
| Periodens resultat | | | | | | 33,6 | 33,6 | 0,3 | 33,9 | |
| Övrigt totalresultat | | | -0,1 | 1,3 | | -0,2 | 1,0 | | 1,0 | |
| Summa totalresultat för perioden | | | -0,1 | 1,3 | | 33,4 | 34,6 | 0,3 | 34,9 | |
| Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager | | | | -1,2 | | | -1,2 | | -1,2 | |
| 2020-12-31 | | 12,4 | 39,8 | -1,3 | -4,2 | -10,2 | 316,3 | 352,7 | 0,1 | 352,9 |

*) Per 2020-12-31 ägde företaget 119 598 egna B-aktier.

FINANSIELLA RAPPORTER

| RAPPORT ÖVER KONCERNENS KASSAFLÖDE | jan-dec | jan-dec |
|--|---------|---------|
| MEUR | 2020 | 2019 |
| Den löpande verksamheten | | |
| Periodens nettoresultat | 33,9 | 61,3 |
| Skatt | 19,6 | 23,1 |
| Finansnetto i resultaträkningen | 7,6 | 0,5 |
| Avskrivningar för nyttjanderätt | 28,0 | 26,3 |
| Av- och nedskrivningar | 21,3 | 16,8 |
| Justering för poster som inte ingår i kassaflödet | 1,0 | -2,4 |
| Erhållen ränta | 0,2 | 0,3 |
| Erlagd ränta | -2,6 | -3,3 |
| Betald skatt | -18,2 | -21,5 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital | 90,8 | 101,1 |
| Förändring av varulager | 6,4 | -25,1 |
| Förändring av rörelsefordringar | 7,7 | -7,1 |
| Förändring av rörelseskulder | 7,4 | -7,5 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten | 112,3 | 61,4 |
| Investeringsverksamheten | | |
| Förvärv av immateriella anläggningstillgångar | -5,5 | -10,2 |
| Förvärv av materiella anläggningstillgångar | -15,7 | -16,2 |
| Försäljning av materiella anläggningstillgångar | | 1,1 |
| Utdelning från intresseföretag | | 1,7 |
| Förvärv av dotterföretag ^{*)} | -0,4 | 0,5 |
| Kassaflöde från investeringsverksamheten | -21,7 | -23,1 |
| Finansieringsverksamheten | | |
| Upplåning | 45,4 | 0,8 |
| Återbetalda lån | -0,3 | -3,8 |
| Förvärv av minoritetsandelar | -0,1 | |
| Amortering låneskuld för leasingavtal | -28,2 | -24,0 |
| Förvärv av egna aktier | | -9,8 |
| Utbetald utdelning | | -15,2 |
| Kassaflöde från finansieringsverksamheten | 16,8 | -52,0 |
| Förändring av likvida medel | 107,4 | -13,7 |
| Likvida medel vid periodens början | 88,9 | 101,9 |
| Kursdifferens i likvida medel | -5,2 | 0,7 |
| Likvida medel vid periodens slut | 191,1 | 88,9 |

^{*)} Det mindre förvärvet av dotterbolag 2020 är relaterat till förvärv av en franchisebutik i Naturkompaniet.

Noter till den finansiella rapporten

Not 1 Redovisningsprinciper

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

Denna delårsrapport är upprättad enligt IAS 34 Delårsrapportering. Tillämpningen av redovisningsprinciperna är i överensstämmelse med de som finns i årsredovisningen för räkenskapsåret som slutade den 31 december 2019 och ska läsas tillsammans med dessa med undantag av nya och reviderade standards och tolkningar som trätt i kraft i januari 2020 och IFRS 16, där koncernen valt att inte hantera Covid-19-relaterade hyresrabatter som kontrakts modifieringar från årets början. Beloppet redovisas i resultaträkningen för perioden som härrör från hyresrabatten till vilka leasingtagaren tillämpat punkt 46A. Vidare redovisar koncernen bidrag från staten som minskning av kostnader. Dessa förändringar har ingen väsentlig inverkan på denna delårsrapport.

Not 2 Tillgångar med nyttjanderätt

| 2020-12-31, MEUR | Brands | Frilufts | Global sales | Common | Total | 2019-12-31, MEUR | Brands | Frilufts | Global sales | Common | Total |
|------------------|--------|----------|--------------|--------|--------|------------------|--------|----------|--------------|--------|--------|
| Nyttjanderätter | 22,1 | 101,5 | 1,8 | 2,1 | 127,5 | Nyttjanderätter | 25,3 | 95,2 | 2,5 | 1,6 | 124,7 |
| Leasingskulder | -23,3 | -102,1 | -1,7 | -2,0 | -129,1 | Leasingskulder | -26,1 | -95,7 | -2,5 | -1,6 | -125,9 |
| | | | | | | Övriga skulder | -0,1 | -0,1 | | | -0,1 |

| | Brands | Frilufts | Global sales | Common | Total | Brands | Frilufts | Global sales | Common | Total | |
|----------------|--------|----------|--------------|--------|-------|-----------------|----------|--------------|--------|-------|-------|
| Avskrivningar | -7,2 | -19,1 | -0,8 | -0,9 | -28,0 | Övriga intäkter | | 1,5 | | 1,5 | |
| Räntekostnader | -0,7 | -1,4 | 0,0 | 0,0 | -2,1 | Avskrivningar | -6,3 | -17,9 | -1,3 | -0,7 | -26,3 |
| | | | | | | Räntekostnader | -0,8 | -1,4 | 0,0 | 0,0 | -2,1 |

Not 3 Växelkurser

| | Genomsnittskurs | | Balansdagens kurs | |
|---------|-----------------|----------------|-------------------|------------|
| | jan - dec 2020 | jan - dec 2019 | 2020-12-31 | 2019-12-31 |
| SEK/EUR | 10,4815 | 10,5824 | 10,0343 | 10,4468 |
| CHF/EUR | 1,0707 | 1,1107 | 1,0802 | 1,0854 |
| USD/EUR | 1,1441 | 1,1191 | 1,2271 | 1,1234 |
| SEK/CHF | 9,7898 | 9,5278 | 9,2893 | 9,6248 |

Not 4 Risker och Covid-19

Koncernens riskfaktorer som presenteras i den senast publicerade årsredovisningen 2019, sidan 26, är fortfarande giltiga.

Som meddelats, av Styrelseordförande, har gruppen vidtagit snabba och avgörande åtgärder i alla delar av verksamheten för att mildra effekterna av Covid-19. En sammanfattning ges nedan.

- Säkerheten för de anställda och våra kunder har hög prioritet.
- Vi har aktiverat våra nödplaner, som uppdateras vart annat år, för krissituationer som denna.
- Koncernen har erhållit MEUR 5,6 i permissionsstöd, huvudsakligen i Tyskland.
- Optimering / förbättring av hyresstrukturer och storlek på butiker, vilket stöds av den ändrade rättsliga miljön i Tyskland
- Vi har noterat en begränsad effekt av Covid-19 vid inköp av produkter, förutom det faktum att det förnärvarande är en obalans i containermarknaden, med containers på fel ställen i världen.
- Vi har ökat våra resurser och investeringar i den digitala sektorn med tanke på dess starka momentum.
- Koncernen rapporterar en stark nettolikviditetsposition och total försäljning är relativt stabil givet den aktuella situationen.

Not 5 Säkringsredovisning

| | 2020-12-31 | 2019-12-31 |
|-------------------------------------|------------|------------|
| Marknadsvärde, TEUR | -1 913 | -204 |
| FX Terminer | | |
| Köpta TUSD | 34 700 | 35 500 |
| Sålda TEUR | 30 087 | 31 494 |
| Kurs | 1,153 | 1,127 |
| | | |
| Köpta TUSD | - | 3 000 |
| Sålda TNOK | - | 26 859 |
| Kurs | - | 8,953 |
| | | |
| Ränte swap | | |
| Betalning lång löptid ff2020-03-19, | | |
| TUSD | - | 11 000 |
| Erhållen kort löptid, TUSD | - | 11 000 |

Not 6 Segmentsrapportering – försäljning och resultat

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

| | Brands | | Friluft | | 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 |
| | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 |
| Knc extern omsättning, MEUR | 38,4 | 37,8 | 76,0 | 76,6 | 33,3 | 33,1 | | -0,1 | 147,7 | 147,4 |
| EBITDA, MEUR | 9,0 | 7,9 | 8,5 | 7,3 | 3,1 | 3,6 | 0,4 | 0,7 | 21,0 | 19,5 |
| Rörelseresultat, MEUR | 6,1 | 5,0 | 0,7 | 1,9 | 2,5 | 3,0 | -4,2 | -1,4 | 5,1 | 8,5 |

| | Brands | | Friluft | | Global sales | | Koncern-gemensamt | | Koncern | |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|--------------|---------|-------------------|---------|---------|---------|
| | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec |
| | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 |
| Knc extern omsättning, MEUR | 149,4 | 164,6 | 264,0 | 282,1 | 149,6 | 159,8 | | 0,6 | 563,0 | 607,1 |
| EBITDA, MEUR | 61,3 | 72,8 | 22,7 | 26,7 | 26,6 | 29,0 | -0,7 | -0,4 | 110,0 | 128,0 |
| Rörelseresultat, MEUR | 50,5 | 62,7 | -1,6 | 2,8 | 24,4 | 26,4 | -12,1 | -7,0 | 61,1 | 84,9 |
| Antal butiker | 41 | 35 | 81 | 80 | 28 | 28 | | | 150 | 143 |
| Varav franchise | | | 2 | 3 | | | | | 2 | 3 |
| Sum anläggningstillgångar | 49,5 | 56,1 | 137,2 | 126,7 | 13,1 | 15,0 | 54,4 | 52,6 | 254,2 | 250,4 |
| Investeringar | 5,5 | 5,0 | 5,9 | 9,2 | 1,0 | 1,7 | 8,8 | 10,5 | 21,2 | 26,4 |

| Koncern extern omsättning per marknad | Brands | | Friluft | | Global sales | | Koncern-gemensamt | | Total | |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|------------|--------------|--------------|
| | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec | jan-dec |
| | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | 2019 |
| Schweiz | | | | | 12,7 | 11,2 | | | 12,7 | 11,2 |
| Sverige | 14,0 | 11,9 | 64,0 | 60,1 | | | | | 78,0 | 72,0 |
| Övriga Norden | 1,7 | 1,3 | 50,7 | 48,9 | 33,8 | 33,1 | | | 86,2 | 83,3 |
| Tyskland | 56,1 | 58,3 | 147,9 | 172,3 | | | | 0,6 | 204,0 | 231,2 |
| Benelux | 14,6 | 14,9 | 0,3 | 0,2 | 5,8 | 7,2 | | | 20,7 | 22,3 |
| Övriga Europa | 17,8 | 18,3 | 1,1 | 0,6 | 34,2 | 40,6 | | | 53,1 | 59,5 |
| Amerika | 44,4 | 57,4 | | | 33,8 | 43,1 | | | 78,2 | 100,5 |
| Övriga Marknader | 0,8 | 2,5 | | | 29,3 | 24,6 | | | 30,1 | 27,1 |
| Totalt | 149,4 | 164,6 | 264,0 | 282,1 | 149,6 | 159,8 | 0,0 | 0,6 | 563,0 | 607,1 |

Not 7 Utestående optioner från förvärv

Genom förvärvet av den taiwanesiska distributören har Fenix Outdoor International AG en rätt och en förpliktelse genom ett put/call optionsarrangemang, där lösenpris baseras på en vinst 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 långfristig skuld om 0,5 MEUR och kommer att värderas vid varje kvartals stängning. Ingen justering var nödvändig den 31 december 2020.

Fenix Outdoor International AG förvärvade Alpen International 2017. Avtalet från 2017 inkluderar ett put/call options arrangemang avseende 25% minoritetsintresset, som kan utnyttjas under perioden mellan 2020 och 2029 varav 16,8% utnyttjades i juni 2020. Nuvärdet av inlösenbeloppet redovisades som en kortfristig skuld om 0,5 MEUR och innehav utan bestämmande inflytande har tagits bort. Positionen värderas vid varje kvartalsstängning, ingen justering var nödvändig den 31 december 2020.

Framtida förändringar i sälloptionsskulden redovisas i eget kapital.

Not 8 Händelser efter rapportperiodens slut

Förutom den pågående Covid19-osäkerheten noteras inga väsentliga händelser efter periodstängning. Covid19-situationen är fortfarande oförutsägbar ur många perspektiv och eventuella ytterligare/fortsatta ”lock downs” kan påverka försäljningen regionalt.

Not 9 Transaktioner med närstående

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

.....

Zug den 8 februari 2021

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

Denna bokslutskommuniké har inte granskats av bolagets revisorer.