

FENIX OUTDOOR INTERNATIONAL AG

Delårsrapport

2023-07-01 – 2023-09-30

Tredje kvartalet 2023-07-01 – 2023-09-30

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 225 846 (TEUR 227 893), en minskning med 0,9%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 51 416 (TEUR 55 943).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 37 391 (TEUR 42 802).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 35 828 (TEUR 43 139).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 27 761 (TEUR 33 037).
- Resultat per B-aktie uppgick till EUR 2,08 (EUR 2,48).

Perioden 2023-01-01 – 2023-09-30

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 565 862 (TEUR 563 649), en ökning med 0,4%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 96 137 (TEUR 110 042).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 54 565 (TEUR 70 928).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 54 685 (TEUR 73 945).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 38 811 (TEUR 54 881).
- Resultat per B-aktie uppgick till EUR 2,91 (EUR 4,12).

Händelser efter rapportperiodens slut

Det har inte inträffat något väsentligt efter rapportperiodens slut.

Egna aktier i bolaget

Per den sista september 2023 ägde bolaget 132 337 B-aktier representerande 0,38 % av totala kapitalet av A- och B-aktier.

Finansiell Information

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. 14.00 den 31 oktober 2023.

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

KOMMENTAR FRÅN ARBETANDE STYRELSEORDFÖRANDE

Ett exceptionellt kvartal.

Det tredje kvartalet började bra. Inom detaljhandeln såg vi en fin tillväxt. Brands och Global sales återhämtade sig från den, på grund av höga lagernivåer, låga efterfrågan under kvartal två. De direkta beställningarna ökade. Detta, i kombination med en över förväntan fungerande logistikkedja, innebar att vi kunde leverera till våra återförsäljare tidigare och mer effektivt än normalt. Sedan kom september månad - med sin extrema värme i Europa. Då många av de produkter vi säljer i september är baserade på att det blir kallare minskade efterfrågan kraftigt, både från vår detaljhandel och från våra detaljhandelskunder. Vår totala försäljning för kvartalet uppgick till 223,0 MEUR (224,2 MEUR), vilket nästan var oförändrat jämfört med föregående år.

Rörelseresultatet för koncernen uppgick till 37,4 MEUR jämfört med 42,8 MEUR föregående år, en minskning med -12,6%. Förutom effekten av den lägre försäljningen påverkades resultatet inom Frilufts negativt av en generellt lägre bruttomarginal och en prispress från överskottslagren i marknaden. Marginalen påverkades också av en nedskrivning av lagervärde på 1,3 MEUR inom segmentet Brands. De höga fysiska lagervolymererna innebar också 0,6 MEUR i högre logistikkostnader.

Frilufts

Frilufts försäljning växte med 4% från 96,7 MEUR till 104,1 MEUR, främst drivet av Globetrotter i Tyskland och Naturkompaniet i Sverige. De enda marknader som inte växte var Finland och Storbritannien. Förutom det varma/heta vädret i september tror vi också att försäljningen påverkades negativt av att konsumenterna nu reser mer. Rörelseresultatet minskade till 4,4 MEUR från 6,7 MEUR på grund av prispressen på marknaden samt ökade hyror och löner till följd av inflationen.

Brands

Segmentet Brands minskade försäljningen med 4% till 59,8 MEUR från 62,2 MEUR. Minskningen kan förklaras av att Primus har sålts, vilket innebär cirka 1,0 MEUR i förlorad extern försäljning. Dessutom påverkades Hanwag av en allmän nedgång i marknaden för tunga stövlar, vilka uppvisade en stor tillväxt under Covid och generellt låga beställningar i september på grund av det varma/heta vädret. Rörelseresultatet minskade från 27,1 MEUR till 19,1 MEUR. Förutom den minskade externa försäljningen förklaras minskningen av lägre bruttomarginaler, en högre fast kostnadsbas samt högre logistikkostnader på grund av de

fysiskt höga lagernivåerna. Den interna försäljningen var också lägre. Dess effekter för Brands förklaras under Common nedan.

Global sales

Global sales minskade försäljningen från 65,2 MEUR till 63,3 MEUR, en nedgång med 2,9%.

Tittar man närmare på siffrorna så visar vi en tillväxt i Asien och Stilla-havsområdet med 8%. Det kinesiska JV:t visade fortsatt tillväxt och är nu tillbaka på 2019 års siffror. Dessutom växte vi med över 10% i Nordamerika, trots att det är en mer volatil marknad. Kanada visar en ännu högre tillväxt, då vi kunnat lösa förra årets problem med leveranskedja och logistik. Den globala försäljningsminskningen under kvartalet beror på det varma septembervädret i Europa, vilket bromsade försäljningen den sista månaden i kvartalet. Rörelseresultatet minskade från 15,4 MEUR till 13,8 MEUR. Förutom den minskade försäljningen påverkades resultatet av en något högre kostnadsbas. De interna effekterna förklaras nedan.

Nordamerika

Nordamerika uppvisade en ökad tillväxt. På grund av produktförändringar säljer vi nu en betydligt mer diversifierad produktportfölj. Denna portfölj har inte samma marginal som den historiska, vilket innebär att bruttomarginalen påverkas negativt. I kombination med ett behov av att investera i organisationen, för att hantera detta, ser vi en kortsiktig försämring av rörelseresultatet. Vi har också nått en punkt där vi förfinar vår detaljhandelsverksamhet, både ur ett operativt perspektiv och ur ett investeringsperspektiv. Vi kommer förmodligen under året att stänga några butiker samtidigt som vi öppnar några nya.

Common

Den lägre förlusten i Common förklaras av flera komponenter. Reservationen för internvinster i lager (Försäljning från Brands, i vissa fall genom Global sales till vårt detaljhandelsnätverk) var lägre än föregående år. Detta innebär att den vinst som realiserades för perioden i internmarginalen på det lager som säljs via våra interna varumärken realiserades i Common istället för i Global sales eller Brands. Många av de internt utfakturerade tjänsterna utförs i Sverige, där vi gynnas av den svaga svenska kronan. Inom vissa områden har vi också finjusterat vår modell för att fördela interna kostnader.

Digitalt

Den mycket volatila situationen under Covid-perioden har nu stabiliserats. På YTD-nivå ligger vi nu på en online försäljningsnivå på 18% i förhållande till den totala försäljningen. Lägre än under Covid-perioden, men långt över nivån före Covid.

Vidare

Effekterna från det varma septembervädret har delvis fortsatt in i oktober. Det har dock skett en viss förbättring, särskilt inom detaljhandelssidan (Friluft). När det blev kallare förbättrades detaljhandelsförsäljningen i Sverige och ju kallare och sämre vädret har blivit desto mer har det förbättrats. I Tyskland har vi också sett en förbättring, främst inom mellanlager och lättare jackor. Baserat på detta finns det en chans för förbättring, men frågan är om det är för sent? Risken är att en hel del reaförsäljning kommer att dras igång. Det finns vissa indikationer på att detta kommer att ske. Så jag avstår från att göra några förutsägelser (gissningar) för kvartal fyra.

Enligt min uppfattning är det troligt att vår bransch växte under covid, vilket skapade en tillfälligt högre efterfrågan i vår industri. Detta stöds av försäljningen via vårt Friluftsegment. Till exempel har försäljningen ökat av tunga vandringskängor, tält, vissa typer av ryggsäckar etc. och mera specialiserade och tekniska artiklar som har en lägre köpintensitet. Dessa kategorier visar nu en betydande försäljningsminskning. Detta innebär att det är lite väl optimistiskt att förvänta sig en stor branschtillväxt just nu.

Vi har också sett många nya digitala och övriga aktörer komma in på marknaden i tron på hög tillväxt, men utan att ha kärnidentiteten fokuserar många på priset. Vi har lagt vårt fokus på CSR och anser att det är rätt. Det innebär att vi inte tillverkar i många länder där andra gör det. Vi använder material som, till exempel, är återvunna och utan PFC. Vi tillverkar våra produkter så att de ska hålla länge. Allt detta gör vi för att vi tycker att det är rätt. Vi lägger också mycket tid och pengar på att kontrollera att leverantörerna uppfyller våra krav (vi är inte perfekta och vi gör misstag). Allt detta innebär att vi betalar mer för arbete, material och kontroll än många andra. Med detta fokus har vi en starkare press uppåt på kostnaden för sålda varor jämfört med många av våra konkurrenter. Vi tror dock att våra kontrollprocesser ger oss en konkurrensfördel när de lagkrav som vi nu ser är på väg kommer på plats. Detta om politikerna gör som de gör i EU till exempel. Vad vi traditionellt inte har gjort är att spendera pengar på att marknadsföra detta. Vi har agerat alltför passivt på många av våra marknader, t.ex. i Tyskland och USA. Vi har nu börjat med det, då det har blivit uppenbart att också vi måste börja nyttja det här instrumentet om vi vill dra nytta av vårt agerande. Vi måste alltså spendera mer pengar på marknadsföring för att förklara för konsumenterna vad vi står för. Detta innebär att vi kanske kommer att spendera för mycket på marknadsföring på dessa marknader med tanke på hur mycket marknadsföring kostar idag.

Andra åtgärder framöver

Vårt lager är för närvarande för högt, vilket jag tidigare har kommunicerat. På grund av årets volatiliteten i försäljning kommer det att ta oss något längre tid att justera det hela vägen ner till rätt nivå. Vi är nu, som jag

förutspådde, vid en punkt där lagret bör minska på kvartalsbasis på jämförbar basis och vi har satt upp tuffare mål att uppnå för våra olika affärsenheter när det gäller lagernivåer.

På den positiva sidan är vi nu igång med det första steget i vårt lagerautomatiseringsprojekt i Ludwigslust, Tyskland, och det kommer gradvis att implementeras vidare under de kommande sex till tolv månaderna. Detta kommer att ge besparingar på upp till 4 MEUR per år.

Vi har för närvarande tre olika ERP-system. Det innebär att våra löpande kostnader har ökat kraftigt i den föränderliga IT-miljön. Vi har nu fokuserat en stor del av våra resurser på att, i ett första steg, förändra och anpassa segmenten Global sales och Brands till ett nytt ERP-system. Detta projekt har redan påbörjats och vi förväntar oss att det i slutändan kommer öka vår effektivitet ganska väsentligt.

Vi har också gjort vissa organisatoriska förändringar för att förbättra effektiviteten samt justerat vår kostnadskostym inom många områden. Inom Friluftss har vi förhandlat de många hyreskontrakten och på så sett uppnått ca 2 MEUR i lägre hyror för nästa år.

Med tanke på hur samhället ser ut idag, är det dock mycket troligt att något annat kommer att komma och förändra vad som händer.

Med vänliga hälsningar

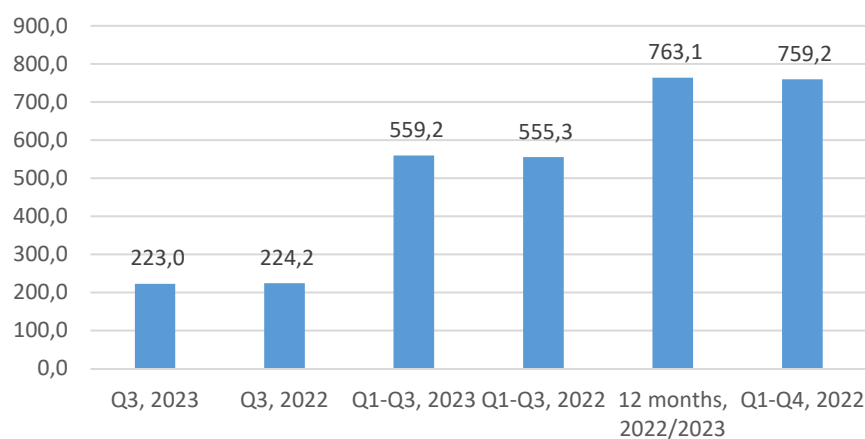
Martin Nordin

Arbetande Styrelseordförande

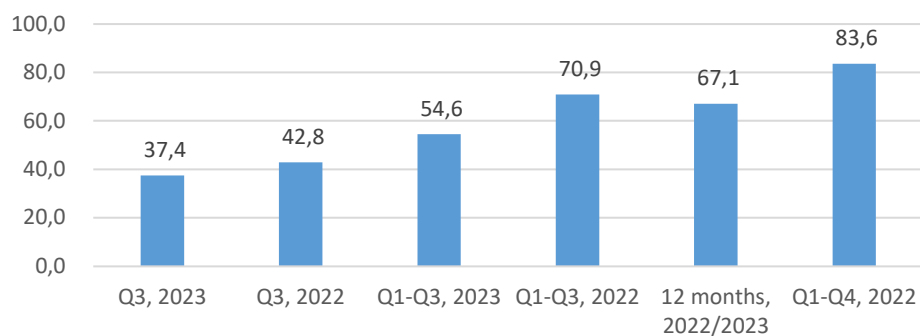
MEUR	Jul-Sept	Jul-	Jan-Sept	Jan-Sept	Okt-Sept	Jan-Dec
	2023	Sept	2023	2022	2022/2023	2022
Nettoomsättning	223,0	224,2	559,2	555,3	763,1	759,2
EBITDA	51,4	55,9	96,1	110,1	124,7	138,7
Rörelseresultat	37,4	42,8	54,6	70,9	67,1	83,6
Rörelsemarginal, %	16,8%	19,1%	9,8%	12,8%	8,8%	11,0%
Resultat före skatt	35,8	43,1	54,7	74,0	63,5	82,9
Periodens resultat	27,8	33,0	38,8	54,9	44,8	60,9
Vinst per aktie, EUR *)	2,08	2,48	2,91	4,12	3,36	4,57
Soliditet, %			58,8%	60,6%		60,0%

*) 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 sales.

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

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

Tredje kvartalet 2023-07-01 – 2023-09-30

	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern- Gemensamt		Koncern	
	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Knc extern omsättning, MEUR	59,8	62,2	99,7	96,8	63,3	65,2	0,1		223,0	224,2
EBITDA, MEUR	22,9	30,1	12,0	13,8	14,3	16,0	2,2	-4,0	51,4	56,0
Rörelseresultat, MEUR	19,1	27,1	4,4	6,7	13,8	15,4	0,1	-6,4	37,4	42,8

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern- Gemensamt		Total	
	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Schweiz	0,3				3,0	3,9			1,5%	1,8%
Sverige	3,2	5,8	22,0	20,8					11,3%	11,9%
Övriga Norden	0,5	0,5	15,8	15,7	11,9	14,1			12,7%	13,5%
Tyskland	20,9	21,9	56,4	55,3			0,1		34,7%	34,4%
Benelux	5,9	7,2	0,1	0,1	2,6	3,1			3,9%	4,6%
Övriga Europa	5,5	5,2	5,3	4,9	15,5	16,3			11,8%	11,8%
Amerika	22,9	21,1			21,6	19,1			20,0%	17,9%
Övriga Marknader	0,7	0,5			8,8	8,7			4,3%	4,1%
Totalt	59,8	62,2	99,7	96,8	63,3	65,2	0,1	0,0	100%	100%

FENIX

OUTDOOR INTERNATIONAL AG
NIOMÅNADERSRAPPORT 2023

Perioden 2023-01-01 – 2023-09-30

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	Jan-Sept	jan-Sept	Jan-Sept	jan-Sept	Jan-Sept	jan-Sept	Jan-Sept	jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Knc extern omsättning, MEUR	151,0	150,6	253,6	246,4	154,1	158,3	0,5		559,2	555,3
EBITDA, MEUR	49,9	63,0	17,4	21,4	26,9	28,8	1,9	-3,2	96,1	110,0
Rörelseresultat, MEUR	39,4	54,0	-5,3	0,4	25,2	27,1	-4,8	-10,6	54,6	70,9
Antal butiker	46	38	103	100	36	33			185	171
Varav franchise			2,0	2,0					2	2
Sum anläggningstillgångar	67,1	59,3	128,6	131,1	11,6	12,0	69,8	56,9	277,1	259,3
Investeringar	4,3	5,1	3,2	4,9	0,9	0,8	10,2	7,4	18,6	18,2

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluft		Global sales		gemensamt		Total	
	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Schweiz	0,4				8,9	9,4			1,7%	1,7%
Sverige	8,7	13,7	50,2	50,4	0,0	0,0			10,5%	11,5%
Övriga Norden	1,6	1,4	40,0	40,3	27,1	32,8			12,3%	13,4%
Tyskland	53,0	53,3	149,6	141,9			0,5		36,3%	35,2%
Benelux	14,8	15,6	0,3	0,3	9,7	9,9			4,4%	4,6%
Övriga Europa	13,8	11,4	13,5	13,6	36,4	34,8			11,4%	10,8%
Amerika	56,9	53,1			43,4	39,8			17,9%	16,7%
Övriga Marknader	1,7	2,1			28,6	31,5			5,4%	6,1%
Totalt	151,0	150,6	253,6	246,4	154,1	158,3	0,5	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

		2023 (2022)		2023 (2022)
Extern försäljning	Q3	59,8 (62,2) - 3,9%	Q1-Q3	151,0 (150,6) + 0,3%
Rörelseresultat	Q3	19,1 (27,1)	Q1-Q3	39,4 (54,0)

En stabil utveckling på alla marknader, dock med en stor volatilitet inom kvartalet. Rörelsemarginalen har påverkats negativt av högre kostnader jämfört med fjolåret och en lägre intern försäljningsvolym. Resultatet har också påverkats av lägre bruttovinstmarginaler, huvudsakligen på den nordamerikanska marknaden

Friluft

		2023 (2022)		2023 (2022)
Extern försäljning	Q3	99,7 (96,8) + 3,0%	Q1-Q3	253,6 (246,4) + 2,9%
Rörelseresultat	Q3	4,4 (6,7)	Q1-Q3	-5,3 (0,4)

En mindre ökningen av försäljning i jämförelse med fjolåret. Resultat har i huvudsak påverkats av lägre bruttovinstmarginaler och högre personal- och hyreskostnader jämfört med fjolåret.

Global sales

		2023 (2022)		2023 (2022)
Extern försäljning	Q3	63,3 (65,2) - 2,9%	Q1-Q3	154,1 (158,3) - 2,6%
Rörelseresultat	Q3	13,8 (15,4)	Q1-Q3	25,2 (27,1)

Den amerikanska marknaden fortsätter att växa. Minskad försäljning i Norden och Benelux området.

Koncerngemensamt, likviditet och finansiell ställning

		2023 (2022)		2023 (2022)
Rörelseresultat	Q3	0,1 (-6,4)	Q1-Q3	-4,8 (-10,6)

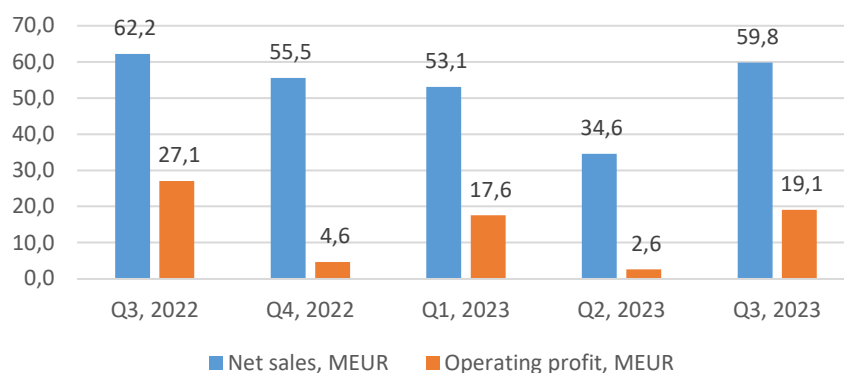
Reservationen för internvinster i lager var lägre. En stor del av administrationen utförs i Sverige och har gynnats av den svaga svenska kronan. Inom vissa områden har vi också finjusterat vår modell för att fördela interna kostnader.

Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark. Koncernens likvida medel uppgick till MEUR 41,9 (MEUR 68,9) vid rapporteringsperiodens utgång. Koncernens räntebärande skulder uppgick till MEUR 55,3 (MEUR 29,3). Leaseskulder uppgick till MEUR 122,5 (MEUR 118,9). Koncerns egna kapital, hänförligt till bolagets aktieägare uppgick till MEUR 419,2 (MEUR 406,3), vilket motsvarar en soliditet på 58,8% (60,6%).

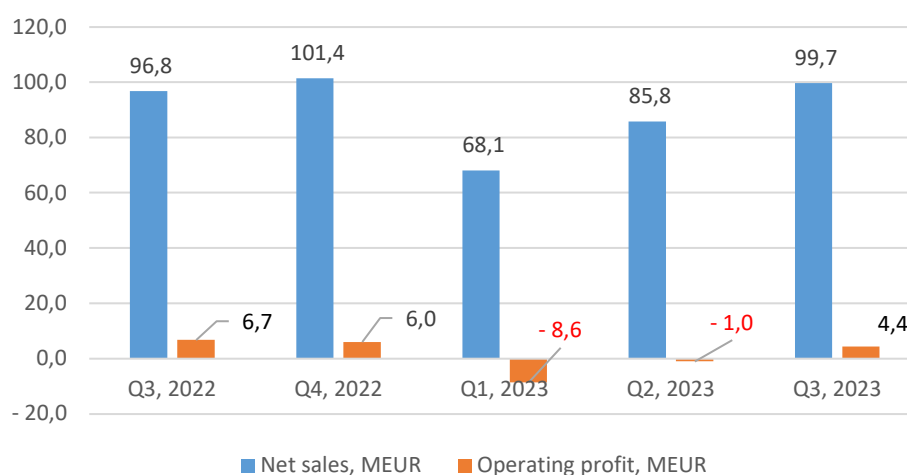
VERKSAMHETEN

Omsättning och rörelseresultat per segment

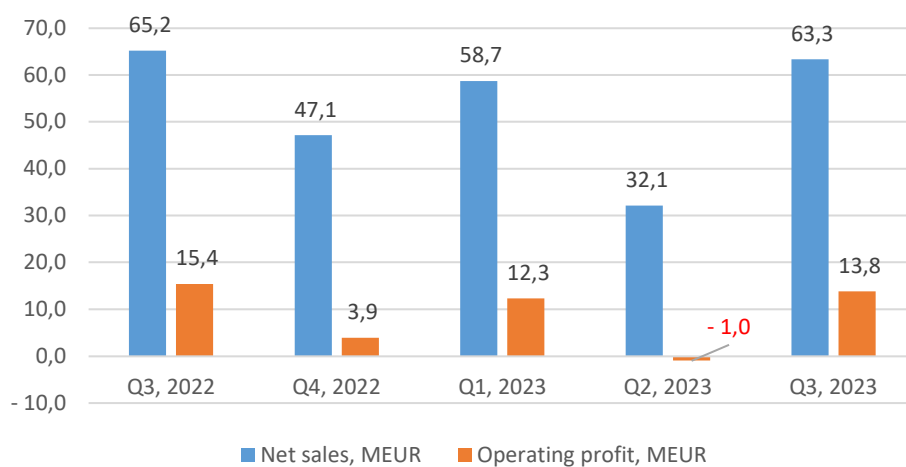
Brands



Friluft



Global sales



FINANSIELLA RAPPORTER

RESULTATRÄKNING KONCERNEN MEUR	*) 3 månader		9 månader		*) 12 månader	
	Jul-Sept	Jul-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Oct-Sept	jan-dec
	2023	2022	2023	2022	2022/2023	2022
Nettoomsättning	223,0	224,2	559,2	555,3	763,1	759,2
Övriga rörelseintäkter	2,9	3,7	6,6	8,3	9,2	10,9
Summa rörelseintäkter	225,8	227,9	565,9	563,6	772,4	770,1
Handelsvaror	-98,0	-96,7	-240,0	-238,1	-324,4	-322,6
Övriga externa kostnader	-39,4	-41,6	-117,6	-113,5	-167,8	-163,7
Personalkostnader	-37,2	-34,2	-113,0	-102,5	-156,2	-145,6
Av- och nedskrivningar	-14,0	-13,1	-41,6	-39,1	-57,6	-55,2
Resultat från andelar i joint venture	0,2	0,4	0,8	0,5	0,7	0,4
Summa rörelsens kostnader	-188,5	-185,1	-511,3	-492,7	-705,3	-686,7
Rörelseresultat	37,4	42,8	54,6	70,9	67,1	83,6
Finansiella intäkter	0,0	1,0	4,1	5,0	0,8	2,1
Finansiella kostnader	-1,6	-0,7	-4,0	-2,0	-4,4	-2,8
Resultat före skatt	35,8	43,1	54,7	74,0	63,5	82,9
Skatter	-8,1	-10,1	-15,9	-19,1	-18,7	-21,8
Årets resultat	27,8	33,0	38,8	54,9	44,8	60,9
Årets resultat hänförligt till:						
Moderbolagets aktieägare	27,8	32,8	38,6	54,7	43,4	60,6
Innehav utan bestämmande inflytande	0,0	0,2	0,2	0,2	1,4	0,3
Resultat per A aktie, EUR	0,208	0,248	0,291	0,412	0,336	0,457
Resultat per B aktie, EUR	2,08	2,48	2,91	4,12	3,36	4,57
Vägt genomsnitt utestående B aktier tusentals	10 928	10 930	10 928	10 935	10 940	10 933
Vägt genomsnitt utestående A aktier tusentals	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000

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

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

	*) 3 månader		9 månader		*) 12 månader	
	Jul-Sept	Jul-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Oct-Sept	jan-dec
	2023	2022	2023	2022	2022/2023	2022
KONCERNENS TOTALRESULTAT MEUR						
Årets resultat	27,8	33,0	38,8	54,9	44,8	60,9
Som inte kommer att återföras över resultaträkningen						
Periodens förändring av pensionsavsättningar					0,3	0,3
Skatter					-0,1	-0,1
Som kommer att återföras över resultaträkning						
Periodens förändring av omräkningsreserv	3,0	-4,8	-7,1	-5,5	-8,1	-9,0
Periodens förändring av säkringsreserv	0,3		0,8		0,1	4,0
Skatt	-0,1		-0,2		-0,1	-0,9
Summa övriga totalresultat för perioden	3,2	-4,8	-6,5	-5,5	-7,9	-5,6
Summa totalresultat för perioden	31,0	28,2	32,3	49,4	37,0	55,3
Summa totalresultat hänförligt till:						
Moderbolagets aktieägare	31,0	28,0	32,1	49,2	35,6	55,1
Innehav utan bestämmande inflytande	0,0	0,2	0,2	0,2	1,4	0,2

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

FINANSIELLA RAPPORTER

KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING MEUR	30 Sept 2023	30 Sept 2022	31 Dec 2022
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	46,0	47,4	47,1
Materiella anläggningstillgångar	83,5	78,0	79,8
Tillgångar med nyttjanderätt	118,6	115,4	119,2
Övriga anläggningstillgångar	29,0	18,5	18,9
Summa anläggningstillgångar	277,1	259,3	265,0
Omsättningstillgångar			
Varulager	288,2	237,4	246,5
Kundfordringar och andra fordringar	84,6	91,0	55,8
Skattefordringar	14,0	5,8	7,1
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	6,6	8,0	5,9
Likvida medel	41,9	68,9	81,0
Summa omsättningstillgångar exkl. tillgångar som innehas för försäljning	435,3	411,1	396,3
Tillgångar som innehas för försäljning	-	-	13,3
Summa omsättningstillgångar	435,3	411,1	409,6
Summa tillgångar	712,4	670,4	674,6
Eget kapital och skulder			
Eget kapital hänförligt till bolagets ägare	419,2	406,3	405,0
Innehav utan bestämmande inflytande	-	-	-
Summa eget kapital	419,2	406,3	405,0
Skulder			
Långfristiga skulder			
Övriga långfristiga skulder	13,0	16,4	13,8
Leasingskulder	90,5	88,2	91,3
Långfristiga räntebärande skulder	11,3	20,3	18,0
Summa långfristiga skulder	114,8	124,9	123,1
Kortfristiga skulder			
Övriga kortfristiga skulder	70,6	76,1	72,8
Leasingskulder	32,0	30,7	31,4
Kortfristiga räntebärande skulder	44,0	9,0	9,0
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	31,8	23,4	31,1
Summa kortfristiga skulder exkl. skulder som är direkt kopplade till tillgångar som innehas för försäljning	178,4	139,2	144,2
Skulder som är direkt kopplade till tillgångar som innehas för försäljning	-	-	2,2
Summa kortfristiga skulder	178,5	139,2	146,5
Summa skulder	293,3	264,1	269,6
Summa eget kapital och skulder	712,4	670,4	674,6

FINANSIELLA RAPPORTER

Förändring av eget kapital	MEUR	Aktiekapi- tal	Övrigt tillskjutit kapital	Kassaflödessä- kingsreserv	Valutaomrä- kningsreserv	Egna aktier *)	Balanserade vinstmedel	Summa	Innehav utan bestämmande inflytande	Summa
01-01-2022		12,4	39,8	1,4	-2,7	-10,2	340,8	381,5	0,0	381,5
Periodens resultat							54,7	54,7	0,2	54,9
Övrigt totalresultat					-5,5			-5,5		-5,5
Total comprehensive income for the period					-5,5		54,7	49,2	0,2	49,4
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande							-0,1	-0,1	-0,2	-0,2
Förvärv av egna aktier						-1,0		-1,0		-1,0
Utdelning som beslutades på årsstämman							-25,7	-25,7		-25,7
Överföring av kassaflödessäkeringsreserv till varulager				2,3				2,3		2,3
30-09-2022		12,4	39,8	3,7	-8,2	-11,2	369,8	406,2	0,0	406,3

Förändring av eget kapital	MEUR	Aktiekapital	Övrigt tillskjutit kapital	kassaflödessä- kingsreserv	Valutaomräkn- ingsreserv	Egna aktier *)	Balanserade vinstmedel	Summa	Innehav utan bestämmande inflytande	Summa
01-01-2023		12,4	39,8	0,6	-11,6	-11,2	375,0	405,0	0,0	405,0
Periodens resultat							38,6	38,6	0,2	38,8
Övrigt totalresultat				0,7	-7,1			-6,4	-0,1	-6,5
Summa totalresultat för perioden		0,0	0,0	0,7	-7,1	0,0	38,6	32,1	0,2	32,3
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande							-0,1	-0,1	-0,2	-0,3
Utdelning som beslutades på årsstämman							-17,7	-17,7		-17,7
Överföring av kassaflödessäkeringsreserv till varulager				-0,2				-0,2		-0,2
30-09-2023		12,4	39,8	1,1	-18,7	-11,2	395,8	419,2	0,0	419,2

*) Per den sista september 2023 ägdes 132 337 egna B-aktier och per den sista december 2022 ägdes 132 337 egna B-aktier

FINANSIELLA RAPPORTER

RAPPORT ÖVER KONCERNENS KASSAFLÖDE	9 månader		* } 12 månader
	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan - Dec
	2023	2022	2022
MEUR			
Den löpande verksamheten			
Periodens nettoresultat	38,8	54,9	60,9
Skattekostnad	15,9	19,1	21,8
Finansnetto i resultaträkningen	-0,1	-3,0	0,7
Avskrivningar för nyttjanderätt	25,6	23,8	33,9
Av- och nedskrivningar materiella- och immateriella anläggningstillgångar	16,0	15,4	21,2
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-6,8	-5,1	-5,8
Erhållen ränta	0,6	-0,8	-0,2
Erlagd ränta	-3,6	-2,0	-2,8
Betald skatt	-23,4	-29,7	-37,4
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	63,0	72,6	92,4
Förändring av varulager	-40,0	-84,8	-105,3
Förändring av rörelsefordringar	-33,2	-28,3	2,6
Förändring av rörelseskulder	0,3	-2,7	3,4
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-9,9	-43,2	-6,9
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-3,0	-3,9	-5,6
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-15,6	-14,3	-21,5
Försäljning av immateriella anläggningstillgångar		1,0	
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	0,1		0,2
Förändring i finansiella tillgångar	-0,2		-0,2
Rörelseförvärv	-1,7		
Försäljning av verksamhet	3,9		
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-16,5	-17,2	-27,0
Finansieringsverksamheten			
Upplåning	55,0	-6,6	
Återbetalda lån	-26,7	-25,1	-8,7
Amortering låneskuld för leasingavtal	-26,8		-33,7
Förvärv av egna aktier		-1,0	-1,0
Utbetald utdelning	-17,7	-25,7	-25,7
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-16,2	-58,4	-69,2
Förändring av likvida medel	-42,6	-118,8	-103,2
Likvida medel vid periodens början	81,0	181,9	181,9
Kursdifferens i likvida medel	3,5	5,8	2,3
Likvida medel vid periodens slut	41,9	68,9	81,0

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

Noter till den finansiella rapporten

Not 1 Redovisningsprinciper

Fenix Outdoor International AG är ett noterat bolag, med säte 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 2022 och ska läsas tillsammans med dessa med undantag av nya och reviderade standards och tolkningar som trätt i kraft i januari 2023, som inte hade någon effekt på de finansiella rapporterna. Koncernen har också tillämpat undantaget från att redovisa och lämna upplysningar om uppskjutna skattefordringar och skatteskulder relaterade till inkomstskatt från Pillar Two income taxes (amendment to IAS 12 income taxes).

Not 2 Tillgångar med nyttjanderätt

30.09-2023, MEUR	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	32,0	84,9	1,1	0,7	118,6
Leasing skulder	-34,1	-86,8	-1,0	-0,6	-122,5

Jan-Sept 2023, MEUR	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-6,6	-17,5	-0,9	-0,6	-25,5
Räntekostnader	-0,6	-1,0			-1,7

31.12.2022, MEUR	Brands	Friluft	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

Jan-Sept 2022, MEUR	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-6,0	-16,2	-0,8	-0,8	-23,8
Räntekostnader	-0,4	-1,1			-1,5

Not 3 Valutakurser

	Genomsnittskurs			Balansdagens kurs		
	Jan-Sept 2023	Jan-Sept 2022	Jan - Dec 2022	2023-09-30	2022-09-30	2022-12-31
EUR/SEK	11,4951	10,5476	10,6571	11,5325	10,8993	11,1218
EUR/CHF	0,9792	1,0053	1,0006	0,9669	0,9561	0,9847
EUR/USD	1,0815	1,0532	1,0474	1,0594	0,9748	1,0666
CHF/SEK	11,7394	10,4921	10,6503	11,9273	11,3997	11,2946

Not 4 Risker

Koncernens riskfaktorer som presenteras i den senast publicerade årsredovisningen 2022, sidan 26, är fortfarande giltiga.

Not 5 Säkerhetsredovisning

	2023-09-30	2022-09-30	2022-12-31
Marknadsvärde, TEUR	1 001	4 315	424
FX Terminer			
Köpta TUSD	49 000	35 300	21 500
Sålda TEUR	44 945	32 758	19 847
Kurs	1,090	1,078	1,083
Köpta TUSD		2 800	1 400
Sålda TNOK		24 584	12 289
Kurs		8,780	8,778

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.

Tredje kvartalet 2023-07-01 – 2023-09-30

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept	Jul-Sept
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Knc extern omsättning, MEUR	59,8	62,2	99,7	96,8	63,3	65,2	0,1		223,0	224,2
EBITDA, MEUR	22,9	30,1	12,0	13,8	14,3	16,0	2,2	-4,0	51,4	56,0
Rörelseresultat, MEUR	19,1	27,1	4,4	6,7	13,8	15,4	0,1	-6,4	37,4	42,8

*) 3 månaders historiska data som inte ingår i revisoremas översiktliga granskning av delårsrapporten.

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Knc extern omsättning, MEUR	151,0	150,6	253,6	246,4	154,1	158,3	0,5		559,2	555,3
EBITDA, MEUR	49,9	63,0	17,4	21,4	26,9	28,8	1,9	-3,2	96,1	109,9
Rörelseresultat, MEUR	39,4	54,0	-5,3	0,4	25,2	27,1	-4,8	-10,6	54,6	70,9
Antal butiker	46	38	103	100	36	33			185	171
Varav franchise			2	2					2	2
Sum anläggningstillgångar	67,1	59,3	128,6	131,1	11,6	12,0	69,8	56,9	277,1	259,3
Investeringar	4,3	5,1	3,2	4,9	0,9	0,8	10,2	7,4	18,6	18,2

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluft		Global sales		gemensamt		Total	
	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept	Jan-Sept
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Schweiz	0,4				8,9	9,4			9,3	9,4
Sverige	8,7	13,7	50,2	50,4					58,9	64,1
Övriga Norden	1,6	1,4	40,0	40,3	27,1	32,8			68,7	74,5
Tyskland	53,0	53,3	149,6	141,9			0,5		203,1	195,2
Benelux	14,8	15,6	0,3	0,3	9,7	9,9			24,8	25,8
Övriga Europa	13,8	11,4	13,5	13,6	36,4	34,8			63,7	59,8
Amerika	56,9	53,1			43,4	39,8			100,3	92,9
Övriga Marknader	1,7	2,1			28,6	31,5			30,3	33,6
Totalt	151,0	150,6	253,6	246,4	154,1	158,3	0,5	0,0	559,2	555,3

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 vinstmultipel 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 Avyttring av verksamhet

Fenix Outdoor ingick ett avtal i december 2022 att avyttra Primus AB och dess dotterbolag Primus Eesti Ou till Silva Sweden AB. Under en övergångsperiod kommer Fenix Outdoor fortsätta att sälja Primus produkter på vissa av de verksamma marknaderna genom vårt Global sales segment och produkterna kommer fortsatt ha en självklar närvaro i Frilufts Retail Europes produktsortiment.

Avyttringen i december 2022 av Primus AB och dess dotterbolag Primus Eesti Ou har ingen väsentlig påverkan på Fenix Outdoor´s konsoliderade resultaträkning. Primus AB och Primus Eesti Ou hade EUR som funktionell redovisningsvaluta och var konsoliderad som en underkoncern i Fenix.

Den slutliga delen av avtalet bestämdes under det tredje kvartalet 2023 och har beräknats till ett försäljningspris om 7,1MEUR. 3,9MEUR har betalats som betalning av köpeskilling samt betalning av koncerninterna skulder. 6,1 MEUR redovisas som långfristig fordran (räntedebiterad) då denna kommer betalas enligt uppställd betalningsplan som löper över de kommande 3 åren, med förfall 1/3 av lånet 2025-04-28, 2026-04-28 respektive 2027-04-28.

	MEUR	MEUR
	2023-04-28	2022-12-31
Materiella anläggningstillgångar	0,3	0,3
Varulager	9,6	11,4
Kundfordringar och andra fordringar	3,2	1,5
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	0,7	0,1
Likvida medel	1,8	
Summa tillgångar (klassificerade som tillgångar som innehas för försäljning 2022-12-31)	15,6	13,3
Övriga kortfristiga skulder	7,9	1,5
Accrued expenses and deferred income	0,2	0,3
Summa skulder (klassificerade som skulder direkt kopplade till tillgångar som innehas för försäljning 2022-12-31)	8,1	1,8
Avytttrade nettotillgångar	7,5	11,5
Försäljningspris	7,1	
Förlust redovisad i finansiellt resultat i resultaträkningen	-0,4	
Inbetalningar från försäljningen		
Försäljningspris	7,1	
Del av försäljningspris såsom långfristig fordran	6,1	
Erhållen del av försäljningspriset	1,0	
Avytttrade bankmedel	-1,8	
Reglering av lån till Primus	4,7	
Kassaflöde från såld verksamhet	3,9	

Not 9 Förvärv av verksamhet

I juni 2023 förvärvade Fenix Outdoor koncernens dotterbolag Naturkompaniet AS koncernen Exist Internet AS inkluderat de två dotterbolagen Fjellshop AS och Fjellshop Tromso AS med två butiker, en i Lillehammer och en i Tromso, till en total köpeskilling om 2,0 MEUR och en nettokassa på 0,3MEUR resulterande i utgående kassaflöde om 1,7MEUR. Förvärvet medför en preliminär Goodwill post på 1,1 MEUR som inte förväntas vara avdragsgill. Förvärvet har en begränsad effekt på koncernens finansiella siffror.

Not 10 Transaktioner med närstående

Inga väsentliga förändringar har skett i relationer eller transaktioner med närstående parter jämfört med 2022.

Not 11 Händelser efter rapportperiodens slut

Inga väsentliga händelser noteras efter periodstängningen.

.....

Zug, oktober 31, 2023

Verkställande direktör 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

.....

KALENDARIUM EKONOMISK INFORMATION

Q4 rapport, 13 Februari 2024

REVISORS GRANSKNINGSRAPPORT

Fenix Outdoor International AG, org.nr CHE-206.390.054

Till styrelsen i Fenix Outdoor International AG

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (resultaträkning för koncernen, koncernens rapport över totalresultat, koncernens balansräkning, kassaflödesanalys för koncernen, sammanställning över förändring av eget kapital i koncernen och noter), sidorna 11 to 20 för Fenix Outdoor International AG per 30 september 2023 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

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

Slutsats

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

Zurich den 31 oktober 2023

Ernst & Young Ltd

Roger Müller

Licensed Audit Expert

Huvudansvarig revisor

Roman Ottiger

Licensed Audit Expert