

# FENIX OUTDOOR INTERNATIONAL AG

## Delårsrapport

2021-01-01 – 2021-12-31

### Fjärde kvartalet 2021-10-01 – 2021-12-31

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 199 620 (TEUR 151 765), en ökning med 31,5%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 32 253 (TEUR 20 948).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 17 624 (TEUR 5 037).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 17 085 (TEUR 559).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 11 740 (TEUR -3 283).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 0,88 (EUR -0,23).

### Perioden 2021-01-01 – 2021-12-31

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 658 221 (TEUR 571 512), en ökning med 15,2%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 135 308 (TEUR 109 964).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 83 851 (TEUR 61 096).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 81 741 (TEUR 53 503).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 56 661 (TEUR 33 866).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 4,25 (EUR 2,54).

- Under det fjärde kvartalet avyttrades Brunton verksamheten. Försäljningen har inte orsakat någon väsentlig inverkan på Fenix Outdoors finansiella nyckeltal.

### Utdelningsförslag och händelser efter rapportperiodens slut

Styrelsen föreslår en ordinarie utdelning om 15,00 (12,00) Svenska Kronor, ”SEK”, per B-aktie och 1,5 (1,2) SEK per A-aktie. Styrelsen föreslår också en extra utdelning om SEK 5,0 per B-aktie och 0,5 per A-aktie.

Det har inte inträffat något materiellt efter rapportperiodens slut.

### Återköp av egna aktier i bolaget

Bolaget återstartar sin möjlighet att återköpa egna aktier enligt villkor definierade i press release från 2019-02-14, med undantag att ingen bortre tidsgräns är satt. Per den sista december ägde bolaget 119 598 B-aktier representerande 0,89% av kapitalet.

### Finansiell Information

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

# KOMMENTAR FRÅN ARBETANDE STYRELSEORDFÖRANDE

## Ett kvartal fyllt av goda resultat och ny Covidutveckling?

Vi hoppas nu att vi har nått en ny situation efter två år i Coviddjungeln, men om det är över står vi inför nya utmaningar. Det fjärde kvartalet har varit ett rekordkvartal för oss som koncern. Försäljningen ökade 33% och nådde 196,5 MEUR (147,7) vilket är all-time high för koncernen. Dessutom uppnådde vi ett rörelseresultat om 17,6 MEUR (5,1), vilket också är fjärdekvartals högsta. Detta beror på två faktorer; Frilufts hade en rekordförsäljning som överträffade såväl 2018 som 2019. Brands kunde dessutom leverera nästan alla de varor som försenats från det tredje kvartalet. Allt detta drevs av en konsumtionsboom i de flesta detaljhandelskanalerna samt att vädergudarna gav oss stöd i kallt väder på många marknader. Den tyska verksamheten visade en tydlig återhämtning, särskilt inom detaljhandeln. Grossistförsäljningen i Tyskland har också förbättrats.

Den imponerande återhämtningen i Nordamerika fortsatte, vilket innebär att marknaden visade en rekordförsäljning både under det fjärde kvartalet och för helåret. Vi nådde för första gången över 100 MUSD i årsförsäljning. Detta inkluderar en liten återhämtning av Kånkens försäljning under det fjärde kvartalet. Försäljningsstrukturen har dock förändrats, vilket har lett till en minskning av bruttomarginalen. Vår detaljhandel har inte återhämtat sig helt, trots tillväxten i den digitala försäljningen. Detta är speciellt fallet för våra citycentrala butiker som i till exempel New York. Å andra sidan har vår grossistförsäljning till kunder som REI, Nordstrom och fristående butiker utvecklats extremt bra och ligger långt över 2019 års siffror. Denna utveckling innebär att vi har ett mycket bättre och mera hållbart distributionsnätverk, samt en bredare och säkrare mix av produktförsäljning i Nordamerika.

När vi granskar den allmänna utvecklingen under det fjärde kvartalet måste vi komma ihåg att vi trots allt positivt såg en försvagning, på grund av Omicron-variantens invasion av världen, inom vissa områden under december. Jag måste också kreditera den fantastiska prestationen till den enorma ansträngningen och förutseendet från våra inköpsavdelningar som tog vissa risker med att fylla upp lager och till vår logistikverksamhet som planerade transporter från leverantörer och omsatte varor på rekordtid i våra lager. Inte att förglömma är människorna i våra butiker. Även om de i många fall var korta i antal betjänade de våra kunder väl under rådande omständigheter. Dessutom måste vi notera extra kostnader för våra transporter

vilket påverkat resultatet negativt. De extra transportkostnader under kvartalet påverkade resultatet med cirka 4,0 MEUR

## Brands

Vårt varumärkessegment omsatte 51,1 MEUR (38,4 MEUR) en tillväxt på 33 %. Detta visar effekten av tredje kvartalets försenade leveranser, återhämtningen på många marknader såväl som vädereffekten på försäljningen. Å andra sidan är resultatet bara upp från 6,1 MEUR till 8,0 MEUR, vilket delvis beror på investeringar i större digitala projekt och uppgradering av IT-system, men mest på transportkostnaderna.

## Global Sales

Global Sales har utvecklats som Brands och visade en nettoomsättning på 43,1 MEUR (33,3 MEUR). Rörelseresultatet var 3,9 MEUR (2,5 MEUR). Den europeiska delen utvecklades väl och med några få undantag. Våra asiatiska verksamheter i Taiwan och Sydkorea fortsatte att gå bra. Vårt JV i Kina följde dock inte samma positiva trend på grund av nedstängningar samt att beroendet av Känken fortfarande är stort på den kinesiska marknaden. Vi har inte lyckats återvinna de förlorade Känken intäkterna med andra produktgrupper ännu.

## Frilufts

Vår Friluftsverksamhet hade ett fantastiskt fjärde kvartal och nådde en rekordförsäljning. I Skandinavien var vädret lyckosamt vilket innebar nya försäljningsrekord. I Tyskland fortsatte konsumenterna återtaget till våra butiker. Vår nyförvärvade digitala verksamhet i Storbritannien utvecklades bättre än planerat vilket också bidrog till resultatet. I Skandinavien mötte vi dock en viss brist på varor mot slutet av kvartalet. Utvecklingen som vi nu har observerat under ett par kvartal med kunder som migrerar tillbaka till de fysiska butikerna fortsatte. Den förväntade relativa minskningen av digital försäljning inträffade men skiljer sig mellan marknaderna. Frilufts visade en rekordförsäljning under det fjärde kvartalet på 102,4 MEUR (76,0), en tillväxt på 35%. Frilufts rörelseresultat var 8,9 MEUR (0,7), vilket är en enorm ökning och bättre än 2019. Detta innebär att helårets försäljning blev 309,0 MEUR (264,0) och att rörelseresultatet ökade till 12,9 MEUR (-1,6). Det är också värt att notera att den digitala försäljningen visade en ökning från kvartal till kvartal med 6 % och en löpande 12-månaders tillväxt på 30 %. Under det senaste kvartalet stod den digitala försäljningen för 29 % (36 %) av Frilufts totala försäljning. På 12-månaders löpande basis stod den för 33 % (29 %). Butikernas försäljning ökade med 47 % under kvartalet och med 10 % under året.

## Nordamerika

Som jag skrev redan efter kvartal 3 så såg vi förbättringar. Detta fortsatte även under kvartal 4 och vi landade långt över 2019 års försäljningssiffror. Den nordamerikanska verksamheten nådde en försäljning på över 100 MUSD, främst drivet av en allmän återhämtning, men också genom tillväxt hos några större kunder och många mindre fackhandlare. När vi tittar på orderboken för 2022 ser vi tydligt en ytterligare tillväxt i Amerika. Vi väntar dock fortfarande på att vår fysiska detaljhandelsverksamhet ska komma tillbaka till 2019 års position, särskilt för citylägen som Los Angeles och New York.

## Digital

Vår totala digitala konsumentaffär fortsatte att växa under fjärde kvartalet, 24 % jämfört med samma period förra året. Under fjärde kvartalet stod den för 25% (27 %) av vår totala försäljning och 36% (40 %) av vår försäljning direkt till konsument. Detta beror på det vi förväntade oss redan i det tredje kvartalets rapport; en återgång från digital till fysisk detaljhandel baserat på ett behov för människor att återgå till personlig shopping. Det är värt att notera att det finns en skillnad mellan länderna beroende på hur mycket de fysiska butikerna har stängts, vilket betyder att minskningen i webbförsäljningens tillväxt samt ökningen av butikernas försäljning var mest påtaglig i Tyskland. En annan notering är att Brands digitala försäljningskanaler i Europa och Nordamerika fortsatte att växa i en aldrig tidigare skadad takt. På rullande 12-månadersbasis uppgår vår digitala försäljning till uppskattningsvis 149,9 MEUR (108,7). Vi tror fortsatt att vi kommer att se en monetär tillväxt i den digitala försäljningen framöver, då vi tror att den digitala försäljningen kommer att överträffa butiksförsäljningen över tid. Vi är dock osäkra på när situationen kommer att ha normaliserats.

## Framåtblick

Jag ser utvecklingen framöver med blandade känslor. När det gäller orderboken för Brands och Global sales är bilden mycket ljus, vilket indikerar en fin tillväxt under 2022. När det gäller den allmänna utvecklingen är jag något mer oroad eftersom kärnmarknaden för friluftsliv har sett en fantastisk tillväxt under Covid genom många nya användare. Det är dock osäkert hur många av dessa nya användare som kan behållas och bli nya kärnanvändare. Detta kan tyda på att vissa produkter blir modeartiklar, som används i icke outdoor sammanhang, kan få ett plötsligt slut. Denna typ av marknadsbeteende är inte nytt, då det varit fallet för vissa kategorier tidigare. Detta innebär att det finns en potential i framtida tillväxt som skulle kunna motverkas av en bristande behållning av kunder, men med vår starka profil i premiumsegmentet tror jag starkt på att vi kommer att ha en stor potential även i detta scenario. Vi kommer att fokusera på att behålla kunder, då många nya användare kommer att bli mera selektiva när de blivit fångade av friluftstrenden. Vi har ställts inför detta

scenario många gånger under åren. Det finns också en betydande risk för en lågkonjunktur, som historiskt har visat sig stödja vår verksamhet under åren, särskilt i Europa.

En annan utmaning är de stigande kostnaderna. Vi står särskilt inför en viss press inom ett par områden. För det första ökar våra IT-kostnader på grund av ett par faktorer; ett behov av att uppgradera system, en fortsatt utveckling av vår digitala verksamhet och ökade löner och möjligheten att behålla människor inom detta område. För det andra, efter att ha agerat i en krismiljö där löneökningarna varit små så, finns det en "backload" av löneökningar i allmänhet. Detta gör det också svårare att behålla människor, särskilt som vår bransch anses vara "het". Detta är ett kortsiktigt problem. Dessa saker kommer att jämnas ut sig över tid då det kommer att driva på inflationen, vilket kommer att göra det möjligt för oss att kompensera genom prisökningar. Personalmässigt står vi inför frågan om att arbeta hemifrån. Kostnaden för detta är okänd och kan orsaka svårigheter för vår företagskultur. Att bygga och behålla vår kultur i en ny miljö kan bli en utmaning som kan bli en mer långsiktig fråga.

Vi står fortfarande inför extra kostnader när det gäller transporter och vi tror att det förmodligen inte kommer att normaliseras under detta år. När det gäller kvartal ett har vi ställts inför några logistiska utmaningar. Jag kan säga att gällande Brands och Global sales har vi åtminstone kunnat se till att vi, som det ser ut just nu, INTE kommer att ha några större problem med att leverera till våra detaljhandelskunder inom rimlig tid under större delen av det första kvartalet. Detta då vi redan i början av januari har fått en mycket rimlig mängd av de initiala beställningarna till våra större lager. Beroende på utvecklingen kan problem uppstå senare i kvartalet och början av nästa kvartal om försäljningen överskrider förväntningarna för mycket. Jag måste berömma vårt logistikteam, såväl som våra inköpsteam, för att ha skapat denna magi. På detaljhandelssidan är frågan mer osäker, då vi ännu inte vet hur externa leverantörer har kunnat hantera frågan. Friluftsgick in i året med ett något lågt lager som följd av den stora försäljningen under det fjärde kvartalet 2021. Gällande resten av året ser höstsäsongens orderböcker, för nästan alla marknader, mycket bra ut vilket indikerar en god tillväxt. Vi har ökat inköp och tillverkning samt tagit tidiga beslut för att vi även vid den tidpunkten ska kunna leverera på ett bra sätt. Detta medför givetvis en högre lagerrisk, men med tanke på vår verksamhets natur anser vi att denna risk är liten jämfört med risken för utebliven leverans som vi annars skulle stå inför.

Våra tidigare uttalade mål kvarstår och jag är medveten om att jag kan verka lite pessimistisk, men jag tror att vi är positionerade på ett mycket bra sätt för att dra nytta av de möjligheter som uppstår i denna miljö. Vi kanske till och med kan hitta några förvärv som är rimligt prissatta och ger oss den avkastning vi vill ha. Högkonjunkturen inom outdoor och den låga kapitalkostnaden i allmänhet har dock gjort det mycket svårt att avsluta några transaktioner.

Återigen tror vi att det senaste året har visat fördelarna med vår affärsmodell.

Vi tittar fortfarande på förvärv och marknaden är mycket aktiv. Men med tanke på den nuvarande "Friluftstrend" och den låga räntan är det fortfarande lite svårt att uppnå rimliga priser.

Jag vill också än en gång ta tillfället i akt att tacka vår ledning, medarbetare, styrelse, aktieägare och inte minst våra kunder för deras insatser och lojalitet med att hjälpa oss igenom denna pandemi. Men än mer tackar jag våra 'frontline-arbetare' i butiker, lager och tillverkning. Dessa grupper har inte haft möjlighet att arbeta hemifrån under pandemin. Så än en gång ett stort tack till våra fabriksarbetare, butikspersonal och lagerpersonal som alla har lagt ner ett enormt arbete under de senaste åren.

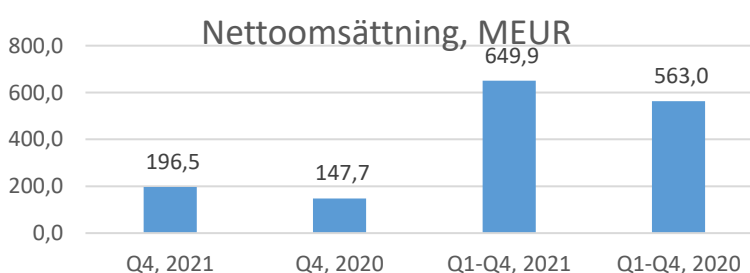
Bästa hälsningar

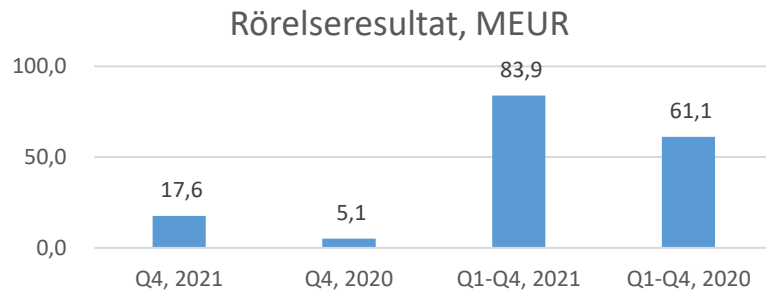
Martin Nordin

Arbetande Styrelseordförande

MEUR	Oct - Dec 2021	Oct - Dec 2020	Jan-Dec 2021	Jan-Dec 2020
Nettoomsättning	196,5	147,7	649,9	563,0
EBITDA	32,3	21,0	135,3	110,1
Rörelseresultat	17,6	5,1	83,9	61,1
Rörelsemarginal, %	9,0%	3,5%	12,9%	10,9%
Resultat före skatt	17,1	0,6	81,7	53,5
Periodens resultat	11,7	-3,2	56,7	33,9
Vinst per aktie, EUR *)	0,88	-0,23	4,25	2,54
Soliditet, %			57,2%	54,3%

\*) Vinst per aktie har beräknats på utestående aktier.





# VERKSAMHETEN

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

- 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, 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

## Fjärde kvartalet 2021-10-01 – 2021-12-31

	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
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Knc extern omsättning, MEUR	51,1	38,4	102,4	76,0	43,1	33,3			196,5	147,7
EBITDA, MEUR	10,7	9,0	17,5	8,5	4,6	3,1	-0,6	0,4	32,3	21,0
Rörelseresultat, MEUR	8,0	6,1	8,9	0,7	3,9	2,5	-3,1	-4,2	17,6	5,1

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluftss		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Schweiz					1,6	2,2			0,8%	1,5%
Sverige	5,2	3,8	25,9	20,7					15,8%	16,6%
Övriga Norden	1,0	0,6	20,1	16,2	8,6	6,7			15,1%	15,9%
Tyskland	13,6	11,1	50,5	38,6					32,6%	33,6%
Benelux	3,4	2,7	0,1	0,1	1,5	1,2			2,5%	2,7%
Övriga Europa	5,0	5,2	5,8	0,4	7,8	6,1			9,5%	7,9%
Amerika	22,1	14,8			12,8	9,2			17,8%	16,2%
Övriga Marknader	0,8	0,2			10,8	7,9			5,9%	5,5%
<b>Totalt</b>	51,1	38,4	102,4	76,0	43,1	33,3	0,0	0,0	100%	100%

## Perioden 2021-01-01 – 2021-12-31

	Brands		Friluftss		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
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Knc extern omsättning, MEUR	168,5	149,4	309,0	264,0	172,4	149,6			649,9	563,0
EBITDA, MEUR	63,3	61,3	41,0	22,7	29,2	26,6	1,9	-0,7	135,3	110,0
Rörelseresultat, MEUR	52,0	50,5	12,9	-1,6	26,7	24,4	-7,7	-12,1	83,9	61,1
Antal butiker	38	41	95	81	32	28			165	150
Varav franchise			2	2					2	2
Sum anläggningstillgångar	52,7	49,5	143,5	137,2	13,3	13,1	55,7	54,4	265,2	254,2
Investeringar	3,9	5,5	7,0	5,9	1,3	1,0	12,2	8,8	24,4	21,2



Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	Brands		Friluft		Global sales		Koncern- gemensamt		Total	
	jan-dec 2021	jan-dec 2020	jan-dec 2021	jan-dec 2020	jan-dec 2021	jan-dec 2020	jan-dec 2021	jan-dec 2020	jan-dec 2021	jan-dec 2020
Schweiz					10,6	12,7			1,6%	2,3%
Sverige	17,6	14,0	80,3	64,0					15,1%	13,9%
Övriga Norden	2,5	1,7	60,0	50,7	40,4	33,8			15,8%	15,3%
Tyskland	53,6	56,1	159,0	147,9					32,7%	36,2%
Benelux	16,2	14,6	0,3	0,3	8,9	5,8			3,9%	3,7%
Övriga Europa	14,8	17,8	9,4	1,1	34,8	34,2			9,1%	9,4%
Amerika	61,7	44,4			41,0	33,8			15,8%	13,9%
Övriga Marknader	2,1	0,8			36,7	29,3			6,0%	5,3%
<b>Totalt</b>	168,5	149,4	309,0	264,0	172,4	149,6	0,0	0,0	100%	100%

Fenix Outdoors användning av alternativa nyckeltal:

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

# VERKSAMHETEN

## Brands

		2021 (2020)		2021 (2020)
Extern försäljning	Q4	51,1 (38,4) + 33,0%	Q1-Q4	168,5 (149,4) + 12,8%
Rörelseresultat	Q4	8,0 (6,1)	Q1-Q4	52,0 (50,5)

Stark försäljning på alla marknader, med störst ökning i Nordamerika. Tyskland har också kommit tillbaka jämfört med föregående år. Bruttomarginal och rörelseresultat har påverkats negativt av höga kostnader, inte minst för frakt.

## Friluft

		2021 (2020)		2021 (2020)
Extern försäljning	Q4	102,4 (76,0) + 34,7%	Q1-Q4	309,0 (264,0) + 17,1%
Rörelseresultat	Q4	8,9 (0,7)	Q1-Q4	12,9 (-1,6)

Stark försäljning på alla marknader. Under december 2020 var Tyskland påverkat av nedstängningar. Den ökade försäljningen i kombination med en stark bruttomarginal har påverkat lönsamheten positivt.

## Global sales

		2021 (2020)		2021 (2020)
Extern försäljning	Q4	43,1 (33,3) + 29,3%	Q1-Q4	172,4 (149,6) + 15,3%
Rörelseresultat	Q4	3,9 (2,5)	Q1-Q4	26,7 (24,4)

Den europeiska delen av Global sales har gått bra med ett par undantag och visade samma utveckling som Brands och Friluft. De asiatiska verksamheterna i Syd Korea och Taiwan har fortsatt att utvecklas väl.

## Koncerngemensamt, likviditet och finansiell ställning

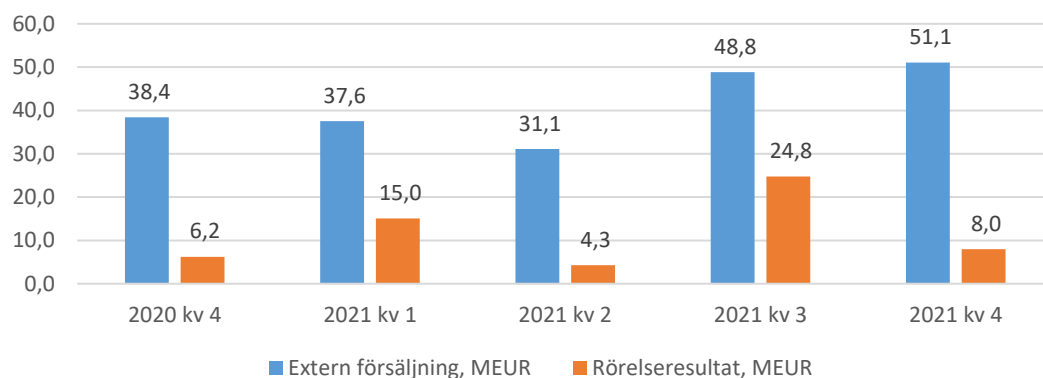
		2021 (2020)		2021 (2020)
Rörelseresultat	Q4	-3,1 (-4,2)	Q1-Q4	-7,7 (-12,1)

Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark. Koncernens likvida medel uppgick till MEUR 181,9 (MEUR 191,1) vid rapporteringsperiodens utgång. Koncernens räntebärande skulder uppgick till MEUR 36,1 (MEUR 66,2). Leaseskulder uppgick till MEUR 127,9 (MEUR 129,1). Koncerns egna kapital, hänförligt till bolagets aktieägare uppgick till MEUR 381,4 (MEUR 353,7), vilket motsvarar en soliditet på 57,2% (54,3%).

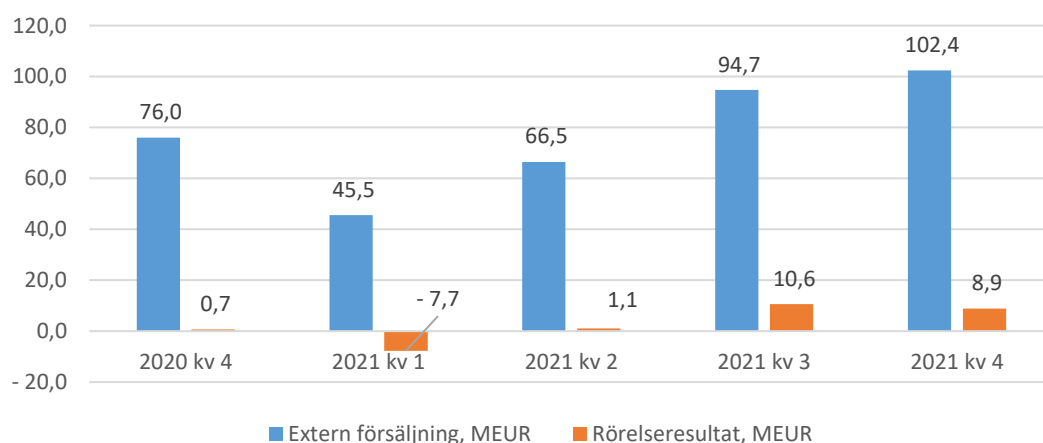
# VERKSAMHETEN

## Omsättning och rörelseresultat per segment

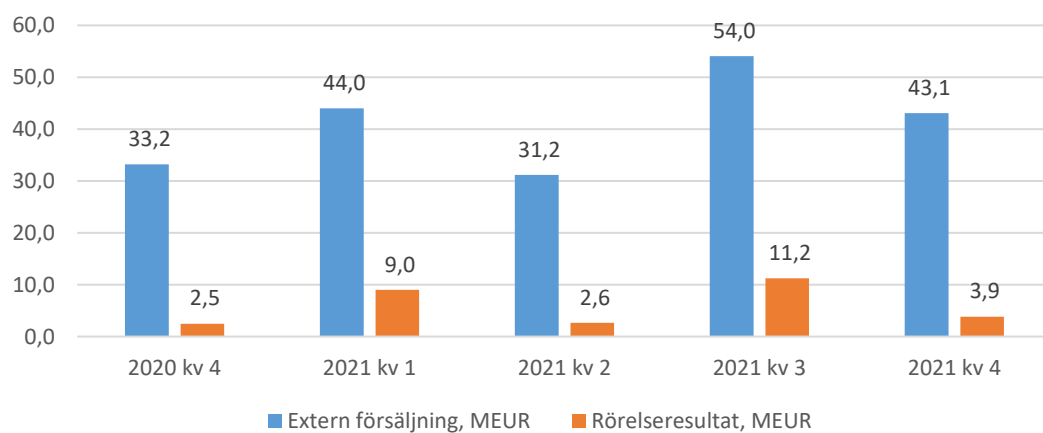
### Brands



### Friluft



### Global sales



# FINANSIELLA RAPPORTER

<b>RESULTATRÄKNING</b>	okt-dec	okt-dec	jan-dec	jan-dec
<b>KONCERNEN MEUR</b>	2021	2020	2021	2020
Nettoomsättning	196,5	147,7	649,9	563,0
Övriga rörelseintäkter	3,1	4,0	8,3	8,5
<b>Summa rörelseintäkter</b>	<b>199,6</b>	<b>151,7</b>	<b>658,2</b>	<b>571,5</b>
Handelsvaror	-81,5	-62,5	-271,0	-241,6
Övriga externa kostnader	-49,0	-35,9	-132,8	-109,2
Personalkostnader	-36,6	-31,1	-119,3	-108,6
Av- och nedskrivningar	-14,6	-15,9	-51,5	-48,9
Resultat från andelar i intresseföretag	0,2	-0,1	0,8	0,2
Övriga rörelsekostnader	-0,4	-1,1	-0,7	-2,4
<b>Summa rörelsens kostnader</b>	<b>-182,0</b>	<b>-146,6</b>	<b>-574,4</b>	<b>-510,4</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>17,6</b>	<b>5,1</b>	<b>83,9</b>	<b>61,1</b>
Finansiella intäkter	0,2	-0,4	0,9	0,1
Finansiella kostnader	-0,7	-4,1	-3,0	-7,7
<b>Resultat före skatt</b>	<b>17,1</b>	<b>0,6</b>	<b>81,7</b>	<b>53,5</b>
Skatter	-5,3	-3,8	-25,1	-19,6
<b>Årets resultat</b>	<b>11,7</b>	<b>-3,2</b>	<b>56,7</b>	<b>33,9</b>
<b>Årets resultat hänförligt till:</b>				
Moderbolagets aktieägare	11,3	-3,3	56,2	33,6
Innehav utan bestämmande inflytande	0,5	0,1	0,5	0,3
Resultat per aktie, EUR	0,88	-0,23	4,25	2,54
Vägt genomsnitt utestående B aktier tusentals	10 940	10 940	10 940	10 940
Vägt genomsnitt utestående A aktier tusentals	24 000	24 000	24 000	24 000

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

# FINANSIELLA RAPPORTER

	3 månader		12 månader	
	okt-dec 2021	okt-dec 2020	jan-dec 2021	jan-dec 2020
<b>TOTALRESULTAT MEUR</b>				
<b>Årets resultat</b>	11,7	-3,2	56,7	33,9
Som inte kommer att återföras över resultaträkningen				
Periodens förändring av pensionsavsättningar	0,4	-0,2	0,4	-0,2
Skatter	-0,1		-0,1	
Som kommer att återföras över resultaträkning				
Periodens förändring av omräkningsreserv	0,1	4,2	0,7	2,2
Periodens förändring av säkringsreserv	-0,1	-0,1		-0,1
<b>Summa övriga totalresultat för perioden</b>	0,2	3,9	1,0	1,9
<b>Summa totalresultat för perioden</b>	12,0	0,7	57,7	35,8
Summa totalresultat hänförligt till:				
Moderbolagets aktieägare	11,5	0,6	57,2	35,5
Innehav utan bestämmande inflytande	0,5	0,1	0,5	0,3

# FINANSIELLA RAPPORTER

<b>KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING MEUR</b>	31 Dec 2021	31 Dec 2020
<b>Tillgångar</b>		
<b>Anläggningstillgångar</b>		
Immateriella anläggningstillgångar	49,6	38,1
Materiella anläggningstillgångar	74,1	70,6
Tillgångar med nyttjanderätt	125,0	127,5
Finansiella anläggningstillgångar	16,5	18,8
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>265,2</b>	<b>255,0</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>		
Varulager	152,2	153,8
Kundfordringar och andra fordringar	60,2	45,3
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	6,9	6,5
Likvida medel	181,9	191,1
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>401,2</b>	<b>396,7</b>
<b>Summa tillgångar</b>	<b>666,4</b>	<b>651,7</b>
<b>Eget kapital och skulder</b>		
Eget kapital hänförligt till bolagets ägare	381,4	353,7
Innehav utan bestämmande inflytande	0,0	0,1
<b>Summa eget kapital</b>	<b>381,4</b>	<b>353,8</b>
<b>Skulder</b>		
Långfristiga skulder		
Långfristiga icke räntebärande skulder	15,6	16,8
Leasingskulder	99,3	102,8
Långfristiga räntebärande skulder	27,0	36,0
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>141,9</b>	<b>155,6</b>
Kortfristiga skulder		
Kortfristiga icke räntebärande skulder	74,4	61,1
Leasingskulder	28,6	26,3
Kortfristiga räntebärande skulder	9,1	30,2
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	31,0	24,7
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>143,1</b>	<b>142,3</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>666,4</b>	<b>651,7</b>

# FINANSIELLA RAPPORTER

Förändring av eget kapital	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Kassaflödessäkringsreserv	Valutaomräkningsreserv	Egna aktier *)	Balanserade vinstmedel	Summa	Innehav utan bestämmande inflytande	Summa	
MEUR										
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	2,2		-0,2	1,9	-	1,9	
Summa totalresultat för perioden			-0,1	2,2	0,0	33,4	35,5	0,3	35,8	
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande						0,3	0,3	-0,3	0,0	
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager			-1,2				-1,2		-1,2	
2020-12-31	12,4	39,8	-1,3	-3,3	-10,2	316,3	353,7	0,1	353,8	
2021-01-01		12,4	39,8	-1,3	-3,3	-10,2	316,3	353,7	0,1	353,8
Periodens resultat						56,2	56,2	0,5	56,7	
Övrigt totalresultat				0,7		0,3	1,0		1,0	
Summa totalresultat för perioden				0,7		56,5	57,2	0,5	57,6	
Transaktion med innehavare utan bestämmande inflytande						-0,5	-0,6	-0,6	-1,2	
Utdelningar beslutade vid årsstämma						-19,6	-19,6		-19,6	
Utdelningar beslutade vid extra bolagsstämma						-11,8	-11,8		-11,8	
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager				2,6			2,6		2,6	
2021-12-31		12,4	39,8	1,3	-2,7	-10,2	340,8	381,4	0,0	381,4

\*) Per 2021-12-31 ägde företaget 119 598 egna B-aktier.

\*\*) Förändring av köp option för förvärvade dotterbolag, Alpen International Ltd och Fenix Outdoor Taiwan Co Ltd. Se även not 7.

# FINANSIELLA RAPPORTER

## RAPPORT ÖVER KONCERNENS KASSAFLÖDE

	jan-dec 2021	jan-dec 2020
<b>MEUR</b>		
<b>Den löpande verksamheten</b>		
Periodens nettoresultat	56,7	33,9
Skatt	25,1	19,6
Finansnetto i resultaträkningen	2,1	7,6
Avskrivningar för nyttjanderätt	31,4	28,0
Av- och nedskrivningar	20,0	21,3
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	0,0	-1,4
Erhållen ränta	-0,3	0,2
Erlagd ränta	-3,0	-2,6
Betald skatt	-14,4	-18,2
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</b>		
Förändring av varulager	3,3	6,4
Förändring av rörelsefordringar	-19,6	7,7
Förändring av rörelseskulder	17,2	7,4
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>		
<b>Investeringsverksamheten</b>		
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-8,0	-5,5
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-16,4	-15,7
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	0,4	
Utdelning från joint ventures	1,3	
Förvärv av dotterföretag	-11,4	-0,4
Försäljning av verksamhet *)	0,4	
Lösen av lån	-0,6	
Förändringar i finansiella tillgångar	-0,1	
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>		
<b>Finansieringsverksamheten</b>		
Upplåning		45,4
Återbetalda lån	-30,4	-0,3
Förvärv av minoritetsandelar		-0,1
Amortering låneskuld för leasingavtal	-31,6	-26,1
Förändring övriga långfristiga skulder	-1,1	
Utbetald utdelning	-31,4	
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>		
Förändring av likvida medel	-10,4	107,4
Likvida medel vid periodens början	191,1	88,9
Kursdifferens i likvida medel	1,2	-5,2
Likvida medel vid periodens slut	181,9	191,1

\*) Det mindre beloppet för såld verksamhet motsvarar den betalda delen från avyttringen av Brunton verksamheten.



# 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 2020 och ska läsas tillsammans med dessa med undantag av nya och reviderade standards och tolkningar som trätt i kraft i januari 2021.

## Not 2 Tillgångar med nyttjanderätt

Koncernen har beslutat att inte behandla hyres licenser som kontraktsändringar från början av året 2020. Under 2021 har koncernen redovisat MEUR 0,7 (MEUR: 2,1) erhållna hyreslättnader som minskning av kostnader i resultaträkningen. Beloppet redovisas i resultaträkningen för rapporteringsperioden för att återspegla förändringar i hyresavgifter som härrör från hyres licenser som hyresgästen har tillämpat det praktiska ändamålet i punkt 46A i IFRS 16.

31-12-2021, MEUR	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	22,7	98,2	2,1	1,9	125,0
Leasing skulder	-24,6	-99,4	-2,0	-1,9	-127,8
	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-7,6	-21,7	-1,1	-1,1	-31,4
Räntekostnader	-0,5	-1,6			-2,2

31-12-2020, MEUR	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	22,1	101,5	1,8	2,1	127,5
Räntebärande skulder	-23,3	-102,1	-1,7	-2,0	-129,1
	Brands	Frilufts	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-7,2	-19,1	-0,8	-0,9	-28,0
Räntekostnader	-0,7	-1,4			-2,1

## Not 3 Växelkurser

	Genomsnittskurs		Balansdagens kurs	
	jan - dec 2021	jan - dec 2020	2021-12-31	2020-12-31
SEK/EUR	10,1562	10,4815	10,2503	10,0343
CHF/EUR	1,0794	1,0707	1,0331	1,0802
USD/EUR	1,1808	1,1441	1,1326	1,2271
SEK/CHF	9,4094	9,7898	9,9219	9,2893

## Not 4 Risker och Covid-19

Koncernens riskfaktorer som presenteras i den senast publicerade årsredovisningen 2020, sidan 26, är fortfarande giltiga.

## Not 5 Säkringsredovisning

	2021-12-31	2020-12-31
<b>Marknadsvärde, TEUR</b>	1 370	-1 913
<b>FX Terminer</b>		
Köpta TUSD	47 200	34 700
Sålda TEUR	40 175	30 087
Kurs	1,175	1,153
Köpta TUSD	1 500	-
Sålda TNOK	13 049	-
Kurs	8,699	-

## Not 6 Segmentsrapportering – försäljning och resultat

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

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec	okt-dec
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Knc extern omsättning, MEUR	51,1	38,4	102,4	76,0	43,1	33,3			196,5	147,7
EBITDA, MEUR	10,7	9,0	17,5	8,5	4,6	3,1	-0,6	0,4	32,3	21,0
Rörelseresultat, MEUR	8,0	6,1	8,9	0,7	3,9	2,5	-3,1	-4,2	17,6	5,1

	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
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Knc extern omsättning, MEUR	168,5	149,4	309,0	264,0	172,4	149,6			649,9	563,0
EBITDA, MEUR	63,3	61,3	41,0	22,7	29,2	26,6	1,9	-0,7	135,3	110,0
Rörelseresultat, MEUR	52,0	50,5	12,9	-1,6	26,7	24,4	-7,7	-12,1	83,9	61,1
Antal butiker	38	41	95	81	32	28			165	150
Varav franchise			2	2					2	2
Sum anläggningstillgångar	52,7	49,5	143,5	137,2	13,3	13,1	55,7	54,4	265,2	254,2
Investeringar	3,9	5,5	7,0	5,9	1,3	1,0	12,2	8,8	24,4	21,2

Koncern extern omsättning per marknad, MEUR	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
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020
Schweiz					10,6	12,7			10,6	12,7
Sverige	17,6	14,0	80,3	64,0					97,9	78,0
Övriga Norden	2,5	1,7	60,0	50,7	40,4	33,8			102,9	86,2
Tyskland	53,6	56,1	159,0	147,9					212,6	204,0
Benelux	16,2	14,6	0,3	0,3	8,9	5,8			25,4	20,7
Övriga Europa	14,8	17,8	9,4	1,1	34,8	34,2			59,0	53,1
Amerika	61,7	44,4			41,0	33,8			102,7	78,2
Övriga Marknader	2,1	0,8			36,7	29,3			38,8	30,1
<b>Totalt</b>	<b>168,5</b>	<b>149,4</b>	<b>309,0</b>	<b>264,0</b>	<b>172,4</b>	<b>149,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>649,9</b>	<b>563,0</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 1,8 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 0,4 och innehav utan bestämmande inflytande har tagits bort. Positionen värderas vid varje kvartalsstängning.

Periodens förändring av optionsskulden MEUR 1,2 redovisas i eget kapital. Framtida förändringar i optionsskulden redovisas i eget kapital.

## Not 8 Förvärv av Trekkitt och försäljningen av Bruntonverksamheten

### Trekitt

Under augusti 2021 har Friluft Retail Europe AB, ett dotterbolag till Fenix Outdoor International AG, förvärvat den brittiska outdoor specialiserade detaljisten Trekkitt. Trekkitt erbjuder utrustning och kläder av högsta kvalitet till bergsbestigare, vandrare, klättrare och resenärer. Investeringen var MEUR 11,8 inkluderat MEUR 0,4 i förvärvad kassa, resulterande i ett kassautflöde om MEUR 11,4 och lösen av lån om MEUR 0,6. Förvärvet har resulterat i en preliminär goodwill position om MEUR 10,2, vilken inte är förväntad att bli skattemässigt avdragsgill. Förvärvsrelaterade utgifter om MEUR 0,2 har redovisats som kostnader.

MEUR	
Materiella anläggningstillgångar	0,7
Tillgångar med nyttjande rätt	0,1
Summa anläggningstillgångar	0,8
Varulager	2,8
Kundfordringar och andra fordringar	0,1
Likvida medel	0,4
Summa omsättningstillgångar	3,4
Summa Tillgångar	4,2
Skulder	0,8
Leasingskulder	0,1
Övriga skulder	1,7
Summa skulder	2,6
Förvärvade nettotillgångar	1,6
Preliminär Goodwill från förvärv	10,2
<hr/>	
Likvidbetalning	-11,8
Förvärvade likvida medel	0,4
Netto kontant utflöde	-11,4

### Brunton

Bolaget Brunton Outdoor Incs verksamhet har inkluderat såväl Brunton som Primus verksamhet. Under november 2021 avyttrades Bruntondelen av verksamheten. Bolaget bedriver fortsatt Primusverksamhet.

Försäljningspriset sattes nära bokfört värde på anläggningstillgångar och lager och hade därmed ingen betydande resultateffekt. Köpeskillingen delades upp i en direkt betalning om MEUR 0,4 och en långfristig fordran om MEUR 0,8.

## Not 9 Händelser efter rapportperiodens slut

Inga väsentliga händelser noteras efter periodstängning.

## Not 10 Transaktioner med närstående

Inga väsentliga förändringar har skett i relationer eller transaktioner med närstående parter jämfört med 2020.

Zug den 9 februari 2022

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

### Alexander Koska

Verkställande direktör

Bokslutskommunikén är inte granskad av koncernens revisorer

## KALENDARIUM EKONOMISK INFORMATION

Q1 rapport, April 27th 2022

Årsstämma April 27th 2022

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. 15:30 den 9 februari 2022.

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