

FENIX OUTDOOR INTERNATIONAL AG

Delårsrapport

2020-01-01 – 2020-09-30

Tredje kvartalet 2020-07-01 – 2020-09-30

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 186 821 (194 481), en minskning med 3,9%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 56 580 (57 280).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 45 506 (45 486).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 43 243 (46 356).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 32 408 (35 632).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 2,43 (2,68).

Perioden 2020-01-01 – 2020-09-30

- Koncernens rörelseintäkter uppgick till TEUR 419 747 (466 171), en minskning med 10,0%.
- Koncernens EBITDA uppgick till TEUR 89 016 (108 486).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till TEUR 56 059 (76 379).
- Koncernens resultat före skatt uppgick till TEUR 52 944 (78 275).
- Koncernens resultat efter skatt uppgick till TEUR 37 149 (59 492).
- Resultat per aktie uppgick till EUR 2,78 (4,44).

Händelser efter rapportperiodens slut

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 regionen, se också kommentarer från Styrelseordförande och not 3.

Återköp av egna aktier i bolaget

Per 2020-09-30 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 29 oktober 2020.

KONTAKTPERSON Martin Nordin, Styrelseordförande +41 797 99 27 58

INNEHÅLL

Sid.

Kommentar från styrelseordf	2-6
Verksamheten	7-10
Finansiella rapporter	11-15
Noter	16-19
Granskningsrapport	20

FINANSIELL INFORMATION

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

KALENDARIUM EKONOMISK INFORMATION

Bokslutskommuniké Q4 9 februari 2021

KOMMENTAR FRÅN ARBETANDE STYRELSEORDFÖRANDE

Q3 – Rond 3 i kriget mot Covid

Vi har nu avslutat det tredje kvartalet vars verksamhet påverkats av Covid-19. Vi gick in i kvartalet med en positiv, men ödmjuk inställning. Det har visat sig vara rätt. Trots en sjunkande försäljning för jämförbara enheter så redovisar vi ett kvartalsresultat motsvarande föregående års nivå. Detta relaterar till ett antal orsaker. Vår verksamhet i Asien / Stillahavsområdet visar tillväxt i försäljning och resultat. Särskilt vår verksamhet i Taiwan har utvecklats väl. Landets extrema kontroll över Covid 19 har inneburit att landet nästan inte har påverkats alls. Gränserna har nästan stängts, vilket inneburit att taiwaneserna inte tillåtits att resa. Detta har i sig inneburit att det funnits utrymme för lokal konsumtion av Fenix Outdoor-produkter. Den koreanska marknaden har också visat en god utveckling, liksom resten av vår verksamhet i regionen. Det enda undantaget är vårt kinesiska JV, som inte började återhämta sig förrän under andra delen av kvartalet.

Vår Brandsverksamhet i Europa har generellt, för de flesta av våra varumärken, varit stabil. Fjällräven uppvisar en negativ effekt avseende sin försäljning av Kånken, men effekten har nästan helt kompenseras genom försäljning av andra kärnprodukter som jackor och byxor. Primus goda utveckling har fortsatt och kunde ha varit ännu bättre om vi hade haft ett högre lager. Tierra har haft en positiv utveckling och Hanwag-försäljningen ökade under kvartalet och visade jämförbar tillväxt. Tyvärr kan jag inte säga detsamma för Royal Robbins, primärt inriktat på kläder för resande, vars försäljning sjunkit.

Friluft och vår detaljhandel har totalt utvecklats riktigt bra. Vår digitala försäljning i Europa visar en tillväxt på 33% under tredje kvartalet. 27% av årets upplupna försäljning för Friluft är digital. Den europeiska butiksverksamheten uppvisar i allmänhet samma utveckling som på global basis. Det betyder att fler landsbygdsområden och förortsplatser har återhämtat sig till eller över förra årets siffror, medan centrala lägen och majoriteten av inomhusgallerior i olika grad återhämtat sig långsamt. Trenden är också att ju fler turister en stad traditionellt har, desto långsammare är återhämtningen. Vi tror också att denna utveckling förstärks av hemmakontorsarbete, som driver försäljning närmare hemmet eller till nätet. Detta bekräftas också av våra traditionella detaljhandelskunder. Städer som särskilt drabbas av detta är städer som New York, Boston, Toronto, München, Stockholm, Oslo, Köpenhamn och Helsingfors. Vi tror också att våra varumärkesbutiker påverkats mer av detta än Friluft-butikerna. Vi antar att återhämtningen för den här typen av lägen kommer att ta minst 18-24 månader och vi genomför därför relevanta åtgärder för kostnadskontroll samt för

omförhandling av hyror och i vissa fall till och med stängningar eller flytt beroende på kontraktets längd. Vi har hittills kunnat justera våra kostnader i Friluftsgruppen, så även med den lägre försäljningen har kvartalsresultatet förbättrats med 50% jämfört med förra året. Med tanke på den nuvarande utvecklingen hoppas vi därför kunna se ytterligare förbättringar under årets slut. Detta beror naturligtvis i hög utsträckning på Covid-19-situationen i våra marknader, men naturligtvis också på hur vädret blir under resten av året.

Försäljningen för Global Sales har utvecklats väl under kvartalet och visar en positiv utveckling jämfört med förra året. Koncernen visar endast negativ försäljningsutveckling på fyra marknader utanför Asien / Stillahavsområdet; USA, Storbritannien, Tjeckien och Norge, av vilka den norska utvecklingen inte nödvändigtvis bara drivs av Covid-19. En annan anledning är ett allmänt kaos för sportbranschen i Norge, som drivs av XXL-gruppens ekonomiska svårigheter och ett antal större konkurser. Ingen av enheterna visar dock ett negativt resultat. Segmentet visar ett operativt resultat på MEUR 14,0 (13,3).

Nordamerika är dock fortfarande kvar i återhämtningsfasen. Mot slutet av kvartalet såg vi en viss förbättring och försäljningen var högre än året innan. Det är uppenbart att den sociala situationen, upploppen och osäkerheten i USA, på grund av valet, har haft en negativ effekt för återhämtningen. Detta visas genom att Kanada klarat sig mycket bättre. Vi måste också tillstå att Kånken samt dess relaterade produkter relativt bidrar till en mycket större del av vår försäljning i USA och då det inte blev någon Back to School-säsong i juli i år, påverkades Kånkenförsäljningen starkt. Tillväxten i USA, för våra övriga kärnprodukter, visade dock en ökning om 200-300%, men kunde inte kompensera för den förlorade försäljningen av Kånken under dess högsäsong. Detta bidrar dock till ett antal mycket positiva effekter på lång sikt i USA. På grund av framgången/tillväxten för våra andra produkter utökar många stora amerikanska återförsäljare sitt Fjällräven-sortiment, vilket indikerar en bra tillväxt framöver. Trots dessa negativa effekter tjänar vi fortfarande pengar i Nordamerika och jag vill ge mitt nordamerikanska team en stor komplimang för deras utomordentliga och hårda arbete i en mycket svår situation.

Gällande vår balansräkning rapporterar koncernen ett ökat lager på grund av att försäljningsmålen inte uppnåtts under de senaste två kvartalet samt en beredskap för; möjliga ytterligare stora effekter på försörjningskedjan samt en mer permanent återgång till normal handel. Vår likviditetsposition, MEUR 101,6 är den bästa någonsin i slutet av ett tredje kvartal.

Vi har också kunnat säkra ytterligare 90 MEUR i tillgänglig finansiering för att kunna utnyttja möjliga affärsmöjligheter.

Digital handel

En sak som är och kommer att bli en viktig pusselbit för oss är utvecklingen av vår digitala verksamhet. Den sammanlagda direktförsäljningen genom digital konsumentförsäljning visade en tillväxt på 28,1% under kvartalet. Den digitala försäljningen bidrog med 26,3% (LY 19,6%) av vår direkta konsumentförsäljning och den digitala konsumentförsäljningen stod för 14,1% (LY 10,6%) av koncernens totala försäljning under kvartalet. På årsbasis är tillväxten för den digitala försäljningen 37,4% och den bidrog till 30,2% (19,8%) av konsumentförsäljningen och till 16,4% (10,8%) av den totala försäljningen. Vi tror starkt på att detta är ett permanent skifte och har därför ökat våra investeringar i den digitala verksamheten.

Amazons inträde i Sverige

Baserat på vår erfarenhet måste jag göra några kommentarer till detta och vilka effekter det skulle kunna ha på vår svenska verksamhet. För det första har Amazon varit tillgängligt för svenska kunder i flera år genom sina globala webbplatser. Med tanke på den svenska kundens digitala mognad och goda språkkunskaper tror vi att effekten kan bli mindre än många människor förväntar sig. För det andra har vår detaljhandel, i till exempel Tyskland, mött Amazon i flera år och vi tror inte att de specifikt spelar någon större roll. Då vår detaljhandel är inriktad på en specialiserad nisch och på premium, tror vi hårt på att vårt omni channel-koncept med kvalificerad rådgivning står starkt. Vi fokuserar också på varumärken som begränsar användningen av Amazon. När det gäller våra varumärken tror vi att Amazon, som är en stor återförsäljare, inte riktigt passar vårt premiumkoncept. Några av våra återförsäljare använder emellertid Amazon som en underkanal, som de är fria att göra. Tyvärr har vi på vissa marknader upplevt att konsumenter som köper våra varumärken via Amazon omedvetet har fått förfalskningar, särskilt i USA.

Vad gör vi nu?

Vi har försiktigt återkallat personal till våra butiker för att upprätthålla service och för att hålla dem säkra. Vi har, världen över, varit mycket begränsade med att öppna våra kontor, vilket innebär att en stor del av våra kontorsanställda fortfarande arbetar hemifrån. Vår logistiska verksamhet arbetar fortsatt i skift både för att hålla våra anställda så säkra som möjligt men också för att minska vår operativ risk. Vi begränsar resande och ser till att komma till kontoret endast vid nödvändiga behov. Vi fortsätter vår strikta kostnadskontroll och följer utvecklingen av Covid 19 efter bästa förmåga. Vi försöker vara beredda på eventuella framtida

begränsningar för att kunna hantera risker för anställda, kunder och övrig verksamhet. Vi har justerat våra inköp så att vi kan begränsa lagerrisken och stödja vår marginal fram till 2021.

Resten av året och därefter

Vi förväntar oss fortfarande inte att detta är slutet på Covid 19-krisen. Vi förväntar oss att det kommer ytterligare negativa effekter, både under resten av året som under de två första kvartalen nästa år. Detta kan gälla konsumentbeteende, pandemisk utveckling eller politiska beslut. Det är troligt att julhandeln blir annorlunda. Vi räknar med att någon form av begränsningar för vår fysiska butiksförsäljning kan komma, men effekten är svår att förutse. Vi tycker dock att vi står väl rustade, baserat på vår erfarenhet från tidigare detta år. Vädret kommer, som vanligt, spela en stor roll för de kommande två kvartalens försäljning.

En annan oro är den allmänna ekonomin. Vilka effekter kommer krisen att bidra till och hur länge och när kommer en verklig återhämtning att börja? Hittills har återhämtningen stött hypotesen att vår bransch har ett kontracykliskt inslag i det, men om detta fortsätter nästa år och framåt vet vi inte ännu. En annan anledning till oro är utvecklingen i Kina-USA-förhållandet liksom situationen i Hong Kong och den effekt det kommer att ha.

Vad vi har lärt oss är att vår affärsmodell verkar vara robust, kombinationen av varumärken och detaljhandel har minskat vår operativa risk. Det permanenta skiftet från fysiska butiker till digital handel blir mer troligt, vilket innebär en stor förändring i utvecklingskurvan. För att dra nytta av denna förändring fortsätter vi utbyggnaden av vår digitala organisation och anpassar vår butiksverksamhet för att stödja densamma. Vi har redan kunnat omförhandla hyror för vissa butiker och kommer att stänga några lägen där vi har fått bättre villkor på bättre platser.

Jag vill också ta tillfället i akt att uttrycka min tacksamhet till alla mina medarbetare som växlat upp sin insats och visat oöverträffad lojalitet och tålamod i dessa svåra tider.

Som alltid fortsätter vi att leta efter möjligheter i dessa oroliga tider.

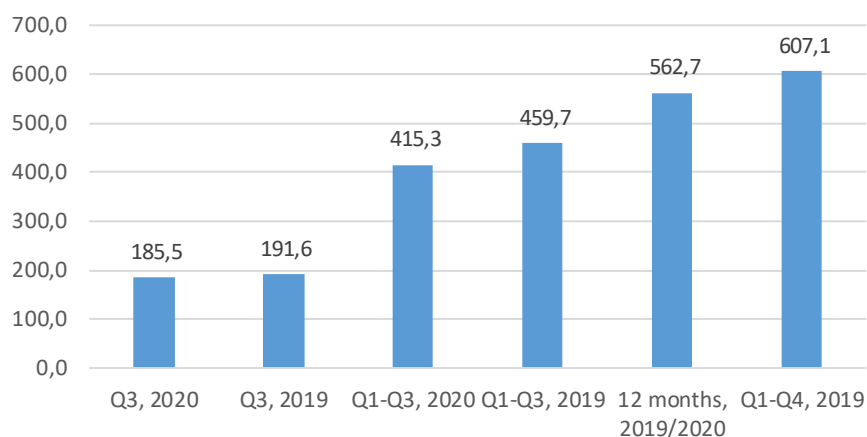
Martin Nordin

Arbetande styrelseordförande

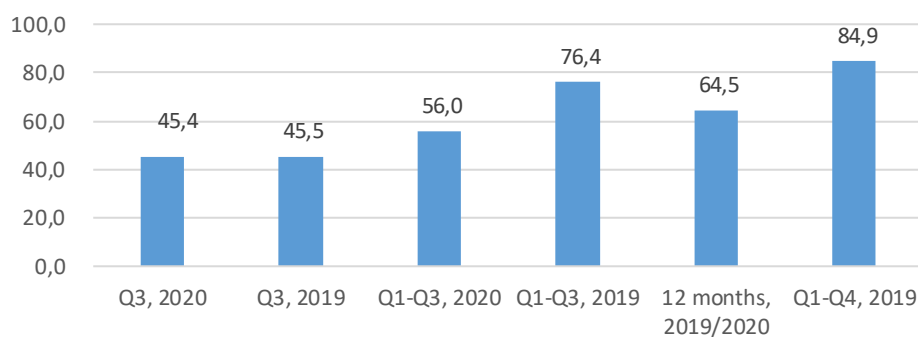
MEUR	July-Sept 2020	July-Sept 2019	Jan-Sept 2020	Jan-Sept 2019	Maj-Jun 2019/2020	Jan-Dec 2019
Nettoomsättning	185,5	191,6	415,3	459,7	562,7	607,1
EBITDA	56,5	57,3	89,0	108,5	108,5	128,0
Rörelseresultat	45,4	45,5	56,0	76,4	64,5	84,9
Rörelsemarginal, %	24,5%	23,7%	13,5%	16,6%	11,5%	14,0%
Resultat före skatt	43,2	46,4	52,9	78,3	58,9	84,4
Periodens resultat	32,4	35,7	37,1	59,5	38,8	61,3
Vinst per aktie, EUR *)	2,43	2,68	2,78	4,44	2,88	4,57
Soliditet, %			57,4%	57,9%		57,6%

*) Vinst per aktie har beräknats på utestående aktier.

Nettoomsättning, MEUR



Rörelseresultat, MEUR



VERKSAMHETEN

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

- 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 Friluft ingår detaljisterna Naturkompaniet AB, Partioaitta Oy, Globetrotter Ausrüstung GmbH och Friluftsland 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

Tredje kvartalet 2020-07-01 – 2020-09-30

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	juli-sept 2020	juli-sept 2019	juli-sept 2020	juli-sept 2019	juli-sept 2020	juli-sept 2019	juli-sept 2020	juli-sept 2019	juli-sept 2020	juli-sept 2019
Knc extern omsättning, MEUR	49,3	53,9	82,1	82,5	54,1	55,2			185,5	191,6
EBITDA, MEUR	29,3	33,1	13,0	11,6	14,6	13,8	-0,4	-1,2	56,5	57,3
Rörelseresultat, MEUR	26,8	30,4	7,3	4,8	14,0	13,3	-2,7	-3,0	45,4	45,5

Koncern extern omsättning per marknad	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Total	
	July-Sept 2020	July-Sept 2019	July-Sept 2020	July-Sept 2019	July-Sept 2020	July-Sept 2019	July-Sept 2020	July-Sept 2019	July-Sept 2020	July-Sept 2019
Schweiz					4,8	3,7			2,6%	1,9%
Sverige	4,6	4,0	20,9	18,7					13,7%	11,8%
Övriga Norden	0,5	0,4	15,9	14,0	13,3	12,4			16,0%	14,0%
Tyskland	19,7	19,3	44,9	49,5					34,8%	35,9%
Benelux	5,8	5,1	0,1	0,1	1,5	1,5			4,0%	3,5%
Övriga Europa	6,3	6,0	0,3	0,2	14,1	15,6			11,2%	11,4%
Amerika	12,3	18,4			12,4	15,7			13,3%	17,8%
Övriga Marknader	0,1	0,7			8,0	6,3			4,4%	3,7%
Totalt	49,3	53,9	82,1	82,5	54,1	55,2	0,0	0,0	100%	100%

Perioden 2020-01-01 – 2020-09-30

	Brands		Friluft		Global sales		Koncern-gemensamt		Koncern	
	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019
Knc extern omsättning, MEUR	111,0	126,9	188,0	205,6	116,3	126,7		0,6	415,3	459,7
EBITDA, MEUR	52,3	64,9	14,2	19,4	23,6	25,3	-1,0	-1,2	89,0	108,5
Rörelseresultat, MEUR	44,3	57,6	-2,3	1,0	21,9	23,4	-7,9	-5,6	56,0	76,4
Antal butiker	37	34	81	80	27	27			145	141
Varav franchise			2	3					2	3
Sum anläggningstillgångar	50,0	44,2	137,0	132,8	12,0	12,4	54,9	50,2	253,9	239,6
Investeringar	4,8	3,5	5,4	7,9	0,6	0,9	5,2	7,5	16,0	19,8

Koncern extern omsättning per marknad	Brands		Friluft		Global sales		Koncern- gemensamt		Total	
	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019
Schweiz					10,5	9,0			2,5%	2,0%
Sverige	10,3	8,9	43,3	42,1					12,9%	11,1%
Övriga Norden	1,1	0,9	34,4	34,1	27,2	27,2			15,1%	13,5%
Tyskland	45,0	47,7	109,4	128,9			0,6		37,2%	38,5%
Benelux	11,8	12,3	0,2	0,1	4,6	6,5			4,0%	4,1%
Övriga Europa	12,6	13,2	0,7	0,4	28,1	33,5			10,0%	10,2%
Amerika	29,6	41,9			24,5	32,0			13,0%	16,1%
Övriga Marknader	0,6	2,0			21,4	18,5			5,3%	4,5%
Totalt	111,0	126,9	188,0	205,6	116,3	126,7	0,0	0,6	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

		2020 (2019)		2020 (2019)
Extern försäljning	Q3	49,3 (53,9) - 8,5%	Q1-Q3	111,0 (126,9) - 12,5%
Rörelseresultat	Q3	26,8 (30,4)	Q1-Q3	44,3 (57,6)

Det huvudsakliga försäljningstappet är hänförlig till Nordamerika som har påverkats negativt, under en längre period än Europa och Asien, av de nedstängningar som genomförts. Den lägre Brand Retail försäljningen i Nordamerika påverkar också bruttomarginalen och rörelseresultatet negativt.

Friluft

		2020 (2019)		2020 (2019)
Extern försäljning	Q3	82,1 (82,5) - 0,5%	Q1-Q3	188,0 (205,6) - 8,5%
Rörelseresultat	Q3	7,3 (4,8)	Q1-Q3	-2,3 (1,0)

Den lägre försäljningen kan fullt ut hänförs till Tyskland. De nordiska detaljhandlarna ökade försäljningen jämfört med föregående år. Lägre kostnader har medfört ett högre resultat jämfört med föregående år.

Global sales

		2020 (2019)		2020 (2019)
Extern försäljning	Q3	54,1 (55,2) - 2,0%	Q1-Q3	116,3 (126,7) - 8,3%
Rörelseresultat	Q3	14,0 (13,3)	Q1-Q3	21,9 (23,4)

Den begränsade försäljningsminskningen är främst relaterad till den Nordamerikanska marknaden, även om den begränsas av en starkare försäljning i slutet av kvartalet. Som för Friluft så medför lägre kostnader att rörelseresultatet hamnar på en högre nivå jämfört med föregående år.

Koncerngemensamt, likviditet och finansiell ställning

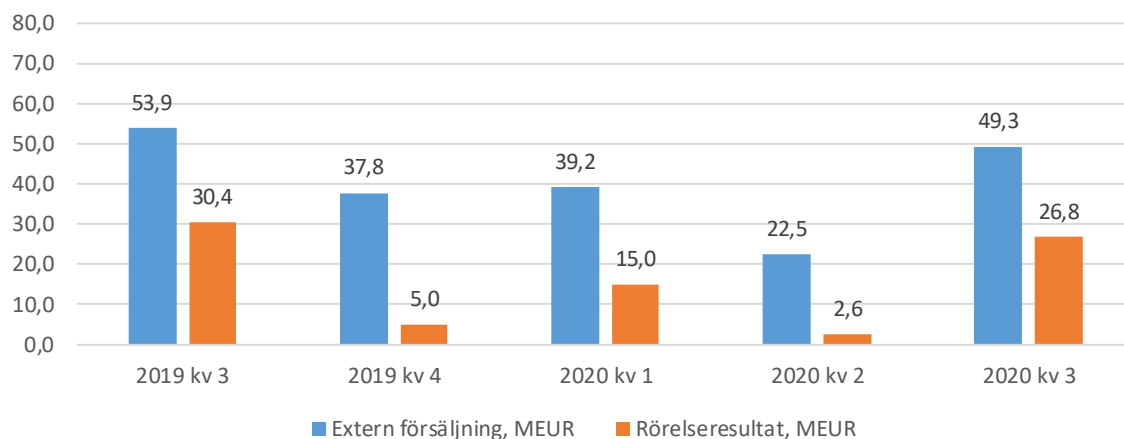
		2020 (2019)		2020 (2019)
Rörelseresultat	Q3	-2,7 (-3,0)	Q1-Q3	-7,9 (-5,6)

Koncernens finansiella ställning är fortsatt stark. Koncernens likvida medel uppgick till MEUR 101,6 (62,1) vid rapporteringsperiodens utgång. Det högre varulagervärdet kan hänföras till säsons- och flersäsonsprodukter som fortsatt är valida. Ökningen i kortfristiga skulder kan hänföras till varuleveranser som erhållits i slutet av rapporteringsperioden, och därmed ej är betalda, samt något förändrade betalningsvillkor. Koncernens räntebärande skulder uppgick till MEUR 21,6 (26,1). Leaseskulder uppgick till MEUR 127,9 (116,3). Koncerns egna kapital, hänförligt till bolagets aktieägare uppgick till MEUR 352,8 (317,2), vilket motsvarar en soliditet på 57,4% (57,9%).

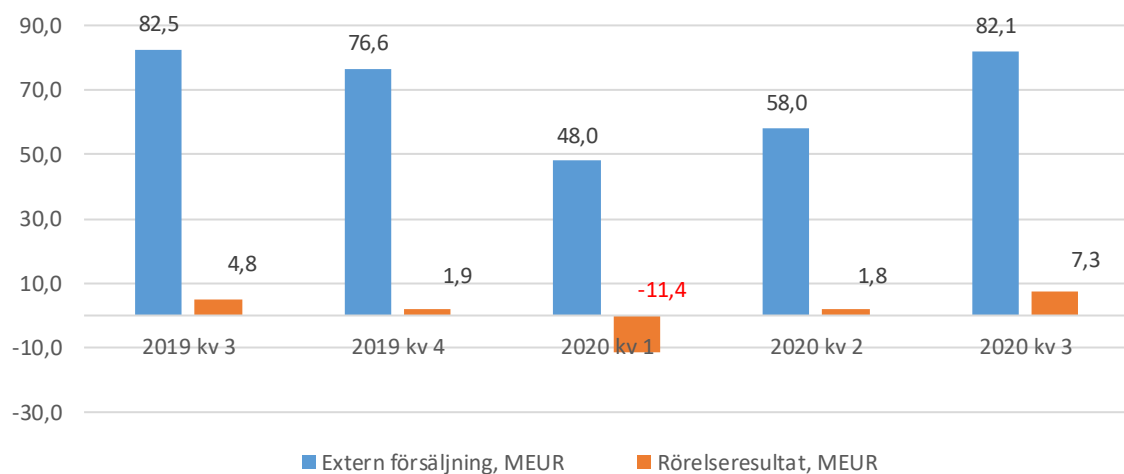
VERKSAMHETEN

Omsättning och rörelseresultat per segment

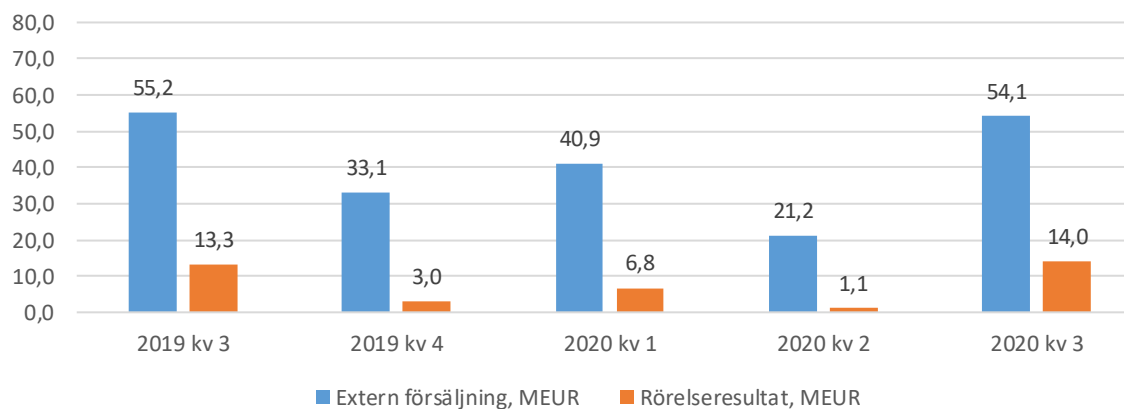
Brands



Friluftss



Global sales



FINANSIELLA RAPPORTER

RESULTATRÄKNING KONCERNEN MEUR	3 månader ^{*)}		9 månader		12 månader ^{*)}	
	juli-sept	juli-sept	jan-sept	jan-sept	okt-sept	jan-dec
	2020	2019	2020	2019	2019/2020	2019
Nettoomsättning	185,5	191,6	415,3	459,7	562,7	607,1
Övriga rörelseintäkter	1,4	2,9	4,5	6,5	7,3	9,3
Summa rörelseintäkter	186,9	194,5	419,8	466,2	570,0	616,4
Handelsvaror	-79,1	-79,7	-179,1	-191,8	-238,7	-251,4
Övriga externa kostnader	-24,0	-29,5	-73,2	-83,6	-110,4	-120,8
Personalkostnader	-26,9	-27,8	-77,5	-82,3	-111,5	-116,3
Av- och nedskrivningar	-11,1	-11,8	-33,0	-32,1	-44,0	-43,1
Resultat från andelar i intresseföretag	0,3	0,2	0,3	1,1	0,6	1,4
Övriga rörelsekostnader	-0,7	-0,4	-1,3	-1,1	-1,5	-1,3
Summa rörelsens kostnader	-141,5	-149,0	-363,8	-389,8	-505,5	-531,5
Rörelseresultat	45,4	45,5	56,0	76,4	64,5	84,9
Finansiella intäkter	0,1	1,7	0,5	4,0	0,6	2,7
Finansiella kostnader	-2,3	-0,8	-3,6	-2,1	-6,2	-3,3
Resultat före skatt	43,2	46,4	52,9	78,3	58,9	84,4
Skatter	-10,8	-10,7	-15,8	-18,8	-20,1	-23,1
Årets resultat	32,4	35,7	37,1	59,5	38,8	61,3
Årets resultat hänförligt till:						
Moderbolagets aktieägare	32,4	35,7	37,1	59,5	38,8	61,2
Innehav utan bestämmande inflytande	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Resultat per aktie, EUR	2,43	2,68	2,78	4,44	2,88	4,57
Vägt genomsnitt utestående b aktier tusentals	10 940	10 947	10 940	10 990	11 060	10 977
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 + 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.

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

FINANSIELLA RAPPORTER

TOTALRESULTAT MEUR	3 månader *)		9 månader		12 månader*)	
	juli-sept	juli-sept	jan-sept	jan-sept	okt-sept	jan-dec
	2020	2019	2020	2019	2019/2020	2019
Årets resultat	32,4	35,7	37,1	59,5	38,8	61,3
Som inte kommer att återföras över resultaträkningen						
Periodens förändring av pensionsavsättningar					-0,2	-0,2
Skatter					0,1	0,1
Som kommer att återföras över resultaträkning						
Periodens förändring av omräkningsreserv	-1,7	-0,1	-2,9	-2,0	-1,9	-1,0
Periodens förändring av säkringsreserv				-0,1	-0,1	-0,2
Summa övriga totalresultat för perioden	-1,7	-0,1	-2,9	-2,1	-2,1	-1,3
Summa totalresultat för perioden	30,7	35,6	34,2	57,3	36,7	60,0
Summa totalresultat hänförligt till:						
Moderbolagets aktieägare	30,7	35,6	34,2	57,3	36,7	59,9
Innehav utan bestämmande inflytande	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1

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

FINANSIELLA RAPPORTER

KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING MEUR	30 Sept 2020	30 Sept 2019	31 Dec 2019
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	39,9	39,7	40,8
Materiella anläggningstillgångar	69,6	66,7	67,8
Tillgångar med nyttjanderätt	126,2	115,4	124,7
Finansiella anläggningstillgångar	18,2	17,8	17,1
Summa anläggningstillgångar	253,9	239,6	250,4
Omsättningstillgångar			
Varulager	174,9	156,5	159,7
Kundfordringar och andra fordringar	73,8	81,2	46,6
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	10,0	8,6	8,8
Likvida medel	101,6	62,1	88,9
Summa omsättningstillgångar	360,3	308,4	304,0
Summa tillgångar	614,2	548,0	554,4
Eget kapital och skulder			
Eget kapital hänförligt till bolagets ägare	352,8	317,2	319,1
Innehav utan bestämmande inflytande	0,1	0,1	0,1
Summa eget kapital	352,9	317,3	319,3
Skulder			
Långfristiga skulder			
Långfristiga icke räntebärande skulder	16,0	15,4	17,4
Leasingskulder	101,3	91,0	100,4
Långfristiga räntebärande skulder	-	12,0	-
Summa långfristiga skulder	117,3	118,4	117,8
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga icke räntebärande skulder	74,2	53,5	47,7
Leasingskulder	26,6	25,3	25,6
Kortfristiga räntebärande skulder	21,6	14,1	22,2
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	21,6	19,4	21,9
Summa kortfristiga skulder	144,0	112,3	117,4
Summa eget kapital och skulder	614,2	548,0	554,4

FINANSIELLA RAPPORTER

Förändring av eget kapital	MEUR	Övrigt		Kassaflödes- säkringsreserv	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							59,5	59,5		59,5
Övrigt totalresultat				-0,1	-2,0			-2,1		-2,1
Summa totalresultat för perioden				-0,1	-2,0		59,5	57,4		57,4
Förvärv av dotterbolag									0,5	0,5
Transaktioner med innehavare utan bestämmande inflytande							-0,5	-0,5	-0,5	-1,0
Förvärv av egna aktier						-9,8		-9,8		-9,8
Utdelningar							-15,2	-15,2		-15,2
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager				-0,5				-0,5		-0,5
2019-09-30		12,4	39,8	1,1	-6,4	-10,2	280,5	317,1	0,1	317,3
2020-01-01		12,4	39,8	0,1	-5,5	-10,2	282,5	319,1	0,1	319,3
Periodens resultat							37,2	37,2		37,1
Övrigt totalresultat						-2,9		-2,9		-2,9
Summa totalresultat för perioden						-2,9	37,2	34,3		34,3
Överföring av kassaflödessäkringsreserv till varulager				-0,6				-0,6		-0,6
2020-09-30		12,4	39,8	-0,6	-8,3	-10,2	319,7	352,7	0,1	352,9

*) Per 2020-09-30 ägde företaget 119 598 egna B-aktier.

FINANSIELLA RAPPORTER

RAPPORT ÖVER KONCERNENS KASSAFLÖDE	9 månader		Helår
	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan - dec 2019
MEUR			
Den löpande verksamheten			
Periodens nettoresultat	37,1	59,5	61,3
Skatt	15,8	18,8	23,1
Finansnetto i resultaträkningen	3,1	-1,9	0,5
Avskrivningar för tillämpning av IFRS 16	19,2	19,7	26,3
Av- och nedskrivningar	13,7	12,4	16,8
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-2,4	-2,7	-2,4
Erhållen ränta	0,5	0,1	0,3
Erlagd ränta	-1,9	-2,2	-3,3
Betald skatt	-13,5	-16,1	-21,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	71,6	87,6	101,1
Förändring av varulager	-14,7	-21,8	-25,1
Förändring av rörelsefordringar	-21,5	-37,8	-7,1
Förändring av rörelseskulder	14,3	-12,8	-7,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten	49,7	15,2	61,4
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-4,8	-7,7	-10,2
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-11,2	-12,1	-16,2
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	0,2	1,1	1,1
Utdelning från intresseföretag		1,6	1,7
Förvärv av dotterföretag ^{*)}	-0,4	0,5	0,5
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-16,2	-16,6	-23,1
Finansieringsverksamheten			
Upplåning		0,8	0,8
Återbetalda lån	-0,2	-0,1	-3,8
Förvärv av minoritetsandelar	-0,1		
Amortering låneskuld för leasingavtal	-18,9	-18,9	-24,0
Förvärv av egna aktier		-9,8	-9,8
Utbetald utdelning		-15,2	-15,2
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-19,2	-43,2	-52,0
Förändring av likvida medel	14,3	-44,6	-13,7
Likvida medel vid periodens början	88,9	101,9	101,9
Kursdifferens i likvida medel	-1,6	4,8	0,7
Likvida medel vid periodens slut	101,6	62,1	88,9

^{*)} Det mindre förvärvet av dotterbolag 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. Dessa förändringar har ingen väsentlig inverkan på denna delårsrapport.

Not 2 Tillgångar med nyttjanderätt

2020-09-30, MEUR	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter *)	22,6	99,2	1,9	2,5	126,2
Förskottsbetalningar	0,8	-0,1	0,1	-0,1	0,7
Totala tillgångar	23,4	99,1	2,0	2,5	126,9
Räntebärande skulder	-24,1	-99,2	-1,9	-2,4	-127,7
Övriga skulder	-0,2				-0,2
Totala skulder	-24,3	-99,3	-1,9	-2,4	-127,9

	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-5,2	-12,8	-0,6	-0,6	-19,2
Räntekostnader	-0,7	-0,9			-1,6

*) Varav för förlängningsoptioner som förväntas utnyttjas	1,2	20,5	0,4	0,3	22,5
---	-----	------	-----	-----	------

2019-12-31, MEUR	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Nyttjanderätter	25,3	95,2	2,5	1,6	124,7
Förskottsbetalningar	0,3	0,4			0,7
Totala tillgångar	25,6	95,7	2,6	1,6	125,4
Räntebärande skulder	-26,1	-95,7	-2,5	-1,6	-125,9
Övriga skulder	-0,1	-0,1			-0,1
Totala skulder	-26,2	-95,7	-2,5	-1,6	-126,0

	Brands	Friluft	Global sales	Common	Total
Avskrivningar	-6,3	-17,9	-1,3	-0,7	-26,3
Räntekostnader	-0,8	-1,4			-2,1

Not 3 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 rapporterar ett ökat lager på grund av att försäljningsmålen inte uppnåtts under de senaste två kvartalet samt som en beredskap för; möjliga ytterligare stora effekter på försörjningskedjan och en mer permanent återgång till normal handel
- Vi har noterat en begränsad effekt vid inköp av produkter.
- Vi har ökat våra resurser och investeringar i den digitala sektorn med tanke på dess starka momentum.
- Ingen utdelning genomfördes i våras.
- Koncernen rapporterar en hög nettolikviditetsposition och de två senaste kvartalen har också, med tanke på situationen, visat stabila resultat.

Not 4 Säkringsredovisning

	2020-09-30	2019-09-30	2019-12-31
Marknadsvärde	-1 032	966	-204
FX Terminer			
Köpta TUSD	45 150	23 500	35 500
Sålda TEUR	39 479	20 450	31 494
Kurs	1,144	1,149	1,127
Köpta TUSD	-	2 000	3 000
Sålda TNOK	-	17 066	26 859
Kurs	-	8,533	8,953
Ränte swap			
Betalning lång löptid ff2020-03-19,			
TUSD	-	11 000	11 000
Erhållen kort löptid, TUSD	-	11 000	11 000

Not 5 Växelkurser

	Genomsnittskurs			Balansdagens kurs		
	Jan - Sept 2020	Jan - Sept 2019	Jan - Dec 2019	2020-09- 30	2019- 09-30	2019- 12-31
SEK/EUR	10,5779	10,5881	10,5824	10,5713	10,6958	10,4468
CHF/EUR	1,0684	1,1159	1,1107	1,0804	1,0847	1,0854
USD/EUR	1,1280	1,1214	1,1191	1,1708	1,0889	1,1234
SEK/CHF	9,9011	9,4884	9,5278	9,7846	9,8606	9,6248

Not 6 Segmentsrapportering – försäljning och resultat

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

	Brands		Frilufte		Global sales		Koncern- gemensamt		Koncern	
	juli-sept 2020	juli-sept 2019	juli-sept 2020	juli-sept 2019	juli-sept 2020	juli-sept 2019	juli-sept 2020	juli-sept 2019	juli-sept 2020	juli-sept 2019
Knc extern omsättning, MEUR	49,3	53,9	82,1	82,5	54,1	55,2			185,5	191,6
EBITDA, MEUR	29,3	33,1	13,0	11,6	14,6	13,8	-0,4	-1,2	56,5	57,3
Rörelseresultat, MEUR	26,8	30,4	7,3	4,8	14,0	13,3	-2,7	-3,0	45,4	45,5

(3 månaders data ingår inte i revisorernas översiktliga granskning av delårsrapporten)

	Brands		Frilufte		Global sales		Koncern- gemensamt		Koncern	
	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019
Knc extern omsättning, MEUR	111,0	126,9	188,0	205,6	116,3	126,7		0,6	415,3	459,7
EBITDA, MEUR	52,3	64,9	14,2	19,4	23,6	25,3	-1,0	-1,2	89,0	108,5
Rörelseresultat, MEUR	44,3	57,6	-2,3	1,0	21,9	23,4	-7,9	-5,6	56,0	76,4
Antal butiker	37	34	81	80	27	27			145	141
Varav franchise			2	3					2	3
Sum anläggningstillgångar	50,0	44,2	137,0	132,8	12,0	12,4	54,9	50,2	253,9	239,6
Investeringar	4,8	3,5	5,4	7,9	0,6	0,9	5,2	7,5	16,0	19,8

Koncern extern omsättning per marknad	Brands		Frilufte		Global sales		Koncern- gemensamt		Total	
	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019	jan-sept 2020	jan-sept 2019
Schweiz					10,5	9,0			10,5	9,0
Sverige	10,3	8,9	43,3	42,1					53,6	51,0
Övriga Norden	1,1	0,9	34,4	34,1	27,2	27,2			62,7	62,2
Tyskland	45,0	47,7	109,4	128,9				0,6	154,4	177,2
Benelux	11,8	12,3	0,2	0,1	4,6	6,5			16,6	18,9
Övriga Europa	12,6	13,2	0,7	0,4	28,1	33,5			41,4	47,1
Amerika	29,6	41,9			24,5	32,0			54,1	73,9
Övriga Marknader	0,6	2,0			21,4	18,5			22,0	20,5
Totalt	111,0	126,9	188,0	205,6	116,3	126,7	0,0	0,6	415,3	459,7

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 värderas vid varje kvartals stängning. Ingen justering var nödvändig den 30 september 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 30 september 2020.

Framtida förändringar i säljoptionsskulden 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 29 oktober 2020

VD intygar härmed att delårsrapporten 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

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, rapport över total resultat, koncernens balansräkning, kassaflödesanalys för koncernen, sammanställning över förändring av eget kapital i koncernen och noter) för Fenix Outdoor International AG per 30 september 2020 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 och årsredovisningslagen. 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.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

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 och årsredovisningslagen.

Zurich den 29 oktober 2020

Ernst & Young AG

Roger Müller

Licensed Audit Expert

Huvudansvarig revisor

Roman Ottiger

Licensed Audit Expert