

ZWISCHENBERICHT ZUM 30.06.2026

Berichtszeitraum 1. Januar bis 30. Juni 2026 – mit ergänzendem Bericht zur Geschäftsentwicklung nach dem Stichtag und zur Umsatzplanung für das zweite Halbjahr 2026.

608.081 € UMSATZ 1. HALBJAHR 2026	2,02 Mio. € UMSATZ JANUAR– SEPTEMBER 2026	▲ +82,73 % WACHSTUM GGÜ. JAN.–SEP. 2025	3,62 Mio. € UMSATZPROGNOSE 2026	+156 % WACHSTUMSZIEL 2026 GGÜ. 2025 · BESTÄTIGT
--	--	--	--	---

INHALT

1. Unternehmen und Rahmenbedingungen	2
1.1 Wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen	2
1.2 Marktaussichten und Vertriebsstrategie	2
1.3 Risikoanalyse	3
2. Geschäftsverlauf und Ertragslage	4
2.1 Mitarbeiter und organisatorische Entwicklung	4
2.2 Kapital- und Finanzierungsstruktur	4
3. Finanzkennzahlen für das erste Halbjahr 2026	5
4. Entwicklung nach dem Halbjahresstichtag	6
4.1 Umsatzentwicklung und Ausbau des Vertriebs	6
4.2 Weitere Planung und Jahresprognose	7
4.3 Profitabilität und Weihnachtsgeschäft	8
Hinweis zu zukunftsgerichteten Aussagen	8

1 UNTERNEHMEN UND RAHMENBEDINGUNGEN

Die FIT GROUP AG mit Sitz in Schüttorf entwickelt und vertreibt Produkte in den Bereichen Gesundheit, Ernährung und Regeneration. Zum Markenportfolio gehören insbesondere FITGUN und FIT GROUP NUTRITION (FGN) sowie die koffeinbasierte Produktlinie TUNNELBLICK. Das Geschäftsmodell verbindet den Vertrieb über Handelspartner mit eigenen Onlineshops und Social-Commerce-Angeboten.

Die Gesellschaft wurde am 2. Juli 2020 als A&G Handelsgesellschaft mbH gegründet und 2025 in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Die FIT GROUP AG ist beim Amtsgericht Osnabrück unter HRB 222411 eingetragen. Das Grundkapital nach der IPO-Kapitalerhöhung beträgt 125.537,52 Euro und ist in 1.569.219 Aktien eingeteilt.

Seit dem 18. Juni 2026 werden die Aktien der FIT GROUP AG im Segment direct market plus des Vienna MTF der Wiener Börse unter der ISIN DE000A426PD9 gehandelt. Der Angebotspreis betrug 10,55 Euro je Aktie, der Bruttoemissionserlös rund 1,6 Mio. Euro.

Mit dem Börsengang hat sich die Gesellschaft den Zugang zum Kapitalmarkt erschlossen, um ihr weiteres Wachstum zu finanzieren. Die Mittel sind insbesondere für die Vorfinanzierung von Warenbeständen, den Ausbau des Vertriebs und zusätzliche Marketingmaßnahmen vorgesehen. Damit hat die FIT GROUP AG die finanzielle Basis für die nächste Phase ihrer Unternehmensentwicklung verbreitert.

1.1 WIRTSCHAFTLICHE UND POLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland blieben im ersten Halbjahr 2026 anspruchsvoll. Das Bruttoinlandsprodukt stieg im zweiten Quartal gegenüber dem Vorquartal preis-, saison- und kalenderbereinigt um 0,3 %. Diese moderate Entwicklung deutet auf eine Erholung hin, lässt jedoch noch keine ausgeprägte konjunkturelle Dynamik erkennen.

Die Verbraucherpreise lagen im Juni 2026 um 2,3 % über dem Vorjahresmonat. Das weiterhin erhöhte Preisniveau prägt nach Einschätzung der Gesellschaft das Kaufverhalten: Viele Verbraucher prüfen ihre Ausgaben besonders sorgfältig, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. Ein überzeugender Produktnutzen und ein nachvollziehbares Preis-Leistungs-Verhältnis gewinnen dadurch an Bedeutung.

Geopolitische Spannungen und wirtschaftspolitische Unsicherheiten erschweren zusätzlich die Planung. Veränderungen bei Energie-, Beschaffungs- und Transportkosten können Unternehmen wie private Haushalte belasten. Die FIT GROUP AG begegnet diesem Umfeld mit einer breiteren Distribution und einer gezielten Ansprache ihrer Kundengruppen.

1.2 MARKTAUSSICHTEN UND VERTRIEBSSTRATEGIE

Trotz des verhaltenen konjunkturellen Umfelds sieht die FIT GROUP AG weiteres Potenzial für ihre Produkte. Entscheidend ist aus ihrer Sicht, digitale Markenbekanntheit mit einer verlässlichen Warenverfügbarkeit im Handel zu verbinden. Der Multichannel-Ansatz deckt unterschiedliche Kaufgewohnheiten ab und erhöht die Reichweite der Marken.

Eigene Onlineshops und der TikTok Shop ermöglichen eine direkte Ansprache der Endkunden. Stationäre Handelspartner schaffen zusätzliche Kontaktpunkte und machen die Produkte für Kunden verfügbar, die bevorzugt vor Ort einkaufen. Die Gesellschaft entwickelt beide Absatzwege parallel weiter und stimmt Vertrieb und Marketing eng aufeinander ab.

Eine besondere Rolle spielt die Produktlinie TUNNELBLICK Koffein-Pouches, in der die FIT GROUP AG erhebliches Marken- und Absatzpotenzial sieht. Eine geplante Zentrallistung soll die Voraussetzungen für eine breitere Verfügbarkeit im Handel schaffen. Erste Testmärkte bei REWE und EDEKA sollen zusätzliche Erkenntnisse zu

Nachfrage, Platzierung und Abverkauf liefern. Nach der Pilotphase sind weitere Listungen im Bundesgebiet vorgesehen.

Performance- und Influencer-Marketing sollen den Absatz im eigenen Onlinegeschäft stärken und zugleich den Handel unterstützen. Eine höhere Sichtbarkeit der Produkte kann Kaufimpulse auslösen und die Einführung neuer Listungen begleiten. Die nach dem Halbjahresstichtag erzielten Vertriebsfortschritte sind in Abschnitt 4 dargestellt.

■ 1.3 RISIKOANALYSE

Die weitere Geschäftsentwicklung hängt wesentlich davon ab, neue Handelspartnerschaften und Listungen in nachhaltige Endkundennachfrage und regelmäßige Nachbestellungen zu überführen. Größere Erstbestellungen können einzelne Monatsumsätze deutlich erhöhen, lassen jedoch nicht ohne Weiteres Rückschlüsse auf das Umsatzniveau der Folgemonate zu.

Anhaltende Kaufzurückhaltung, intensiver Wettbewerb und steigende Werbekosten können die Absatzentwicklung und die Wirtschaftlichkeit der Kundengewinnung beeinflussen. Im digitalen Geschäft können zudem Änderungen von Plattformbedingungen und Reichweiten Auswirkungen haben. Die Verteilung des Geschäfts auf mehrere Vertriebskanäle soll Abhängigkeiten von einzelnen Absatzwegen begrenzen.

Das Wachstum erhöht außerdem den Bedarf an Warenbeständen und Betriebskapital. Die Abstimmung von Einkauf, Lieferfähigkeit, Lagerhaltung und Zahlungszielen bleibt daher zentral. Die Gesellschaft muss sicherstellen, dass der Ausbau der Distribution mit ihren finanziellen und organisatorischen Kapazitäten im Einklang steht.

2 GESCHÄFTSVERLAUF UND ERTRAGSLAGE

Das erste Halbjahr 2026 stand maßgeblich im Zeichen der Vorbereitung und Durchführung des Börsengangs.

Die FIT GROUP AG **bestätigt ihr Jahresziel** und strebt für 2026 ein Umsatzwachstum von **rund 156 %** gegenüber dem Vorjahr an. Zugleich erwartet die Gesellschaft für 2026 ein **positives operatives Jahresergebnis**. Im Zeitraum von Januar bis September liegt das Umsatzwachstum bereits jetzt bei **82,73 %**.

Parallel zum Börsengang hat die FIT GROUP AG die operativen und organisatorischen Voraussetzungen für weiteres Wachstum geschaffen. Die Gesellschaft beurteilt die bisherige Geschäftsentwicklung insgesamt positiv. Das Halbjahresergebnis ist zugleich durch die Aufwendungen des IPO belastet. Die vollständige Aufstellung der Umsatz- und Kostenpositionen folgt in Abschnitt 3.

2.1 MITARBEITER UND ORGANISATORISCHE ENTWICKLUNG

Bertino Nacar ist seit dem 1. Februar 2026 als Chief Operating Officer (COO) für die FIT GROUP AG tätig. Er war zehn Jahre bei der Raben Group tätig, zuletzt in der stellvertretenden Geschäftsführung, und bringt mehrjährige Managementenerfahrung mit. Mit dieser Erfahrung treibt er die operative Weiterentwicklung der Gesellschaft voran.

Colin Heins verantwortet seit dem 1. Mai 2026 als Head of Marketing das Marketing der FIT GROUP AG. Er bringt mehr als zehn Jahre Erfahrung im Online-, Performance- und Influencer-Marketing mit und unterstützt den Ausbau der digitalen Vertriebsaktivitäten sowie die Vermarktung der Produkte.

Darüber hinaus hat Colin Heins den Einsatz künstlicher Intelligenz insbesondere in der Logistik und im Kundensupport implementiert. Damit ist gewährleistet, dass die Gesellschaft skalieren kann, ohne ihren Personalbestand stark ausbauen zu müssen: Logistik und Support wachsen über KI-Lösungen mit.

2.2 KAPITAL- UND FINANZIERUNGSSTRUKTUR

Im Rahmen des Börsengangs wurden sämtliche Darlehen der Altgesellschafter in Eigenkapital umgewandelt und kurzfristige Darlehen zurückgeführt. Nach Abschluss dieser Maßnahmen bestehen keine kurzfristigen Darlehen mehr. Die Umwandlung stärkt die Eigenkapitalbasis, die Rückführung verringert den kurzfristigen Finanzierungsdruck. Beide Maßnahmen sind getrennt von den erfolgswirksamen IPO-Aufwendungen zu betrachten.

3 FINANZKENNZAHLEN FÜR DAS ERSTE HALBJAHR 2026

Berichtszeitraum: 1. Januar bis 30. Juni 2026

Laut betriebswirtschaftlicher Auswertung (BWA) erzielte die FIT GROUP AG im ersten Halbjahr 2026 kumulierte Umsatzerlöse von 608.081 Euro. Die folgende Übersicht fasst die für diesen Bericht maßgeblichen Umsatz- und Kostenpositionen zusammen.

POSITION	EURO
Umsatzerlöse	608.081
Betriebliche Kosten	-460.859
Personalkosten	-288.698
IPO-Kosten	-219.749
Gesamtkosten der aufgeführten Positionen	-969.306
Rechnerisches Ergebnis	-361.225

Auf Basis dieser Aufstellung ergibt sich ein rechnerischer Verlust von 361.225 Euro.

Die IPO-Kosten von 219.749 Euro entsprechen rund 60,8 % des rechnerischen Verlusts und haben das Halbjahresergebnis damit wesentlich beeinflusst. Ohne diese Kosten verbleibt aus den übrigen Positionen ein negativer Saldo von 141.476 Euro. Dieser Saldo stellt keine abschließend ermittelte operative Ergebniskennzahl dar.

Eine vollständige Überleitung einschließlich etwaiger weiterer Erträge, Aufwendungen und Steuern liegt dieser Darstellung nicht zugrunde. Das rechnerische Ergebnis ist daher nicht als bestätigtes Ergebnis vor oder nach Steuern zu verstehen. Grundlage sind die BWA und ergänzende Unternehmensangaben.

4 ENTWICKLUNG NACH DEM HALBJAHRESSTICHTAG

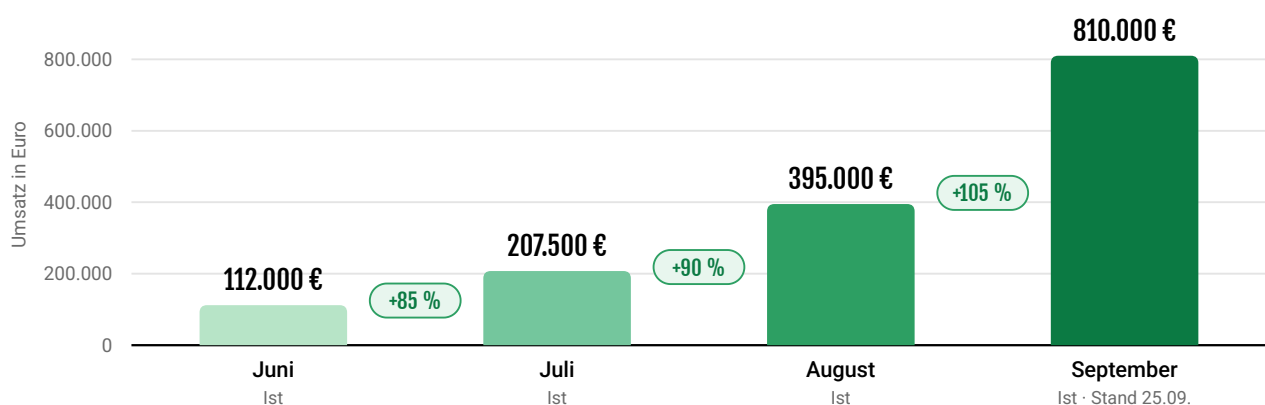
Nach dem 30. Juni 2026 hat sich die FIT GROUP AG verstärkt auf das operative Wachstum konzentriert. Der Juni dient im folgenden Diagramm als Vergleichsmonat und ist bereits im Halbjahresumsatz enthalten.

4.1 UMSATZENTWICKLUNG UND AUSBAU DES VERTRIEBS

Im Juni 2026 erzielte die FIT GROUP AG einen Umsatz von 112.000 Euro. Nach dem Handelsstart am 18. Juni stiegen die Monatsumsätze auf 207.500 Euro im Juli und 395.000 Euro im August. Damit lag der Augustumsatz rund 252,7 % über dem Juniwert. Im September hat die Gesellschaft bis zum Stichtag 25.09.2026 bereits einen Umsatz von 810.000 Euro realisiert.

MONATSUMSÄTZE JUNI BIS SEPTEMBER 2026

Wachstum ggü. Vormonat



Alle Werte sind Ist-Umsätze. September: realisierter Umsatz bis zum Stichtag 25.09.2026. Prozentwerte: Veränderung gegenüber dem Vormonat.

Der Umsatzsprung im September ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass die EURES GmbH die erste größere Bestellung für Expert und Euronics abgenommen hat. Die Gesellschaft erwartet, dass die zusätzliche Handelspräsenz künftig weitere Bestellungen nach sich zieht. Der Septemberumsatz enthält damit einen besonderen Beitrag aus der Erstbelieferung.

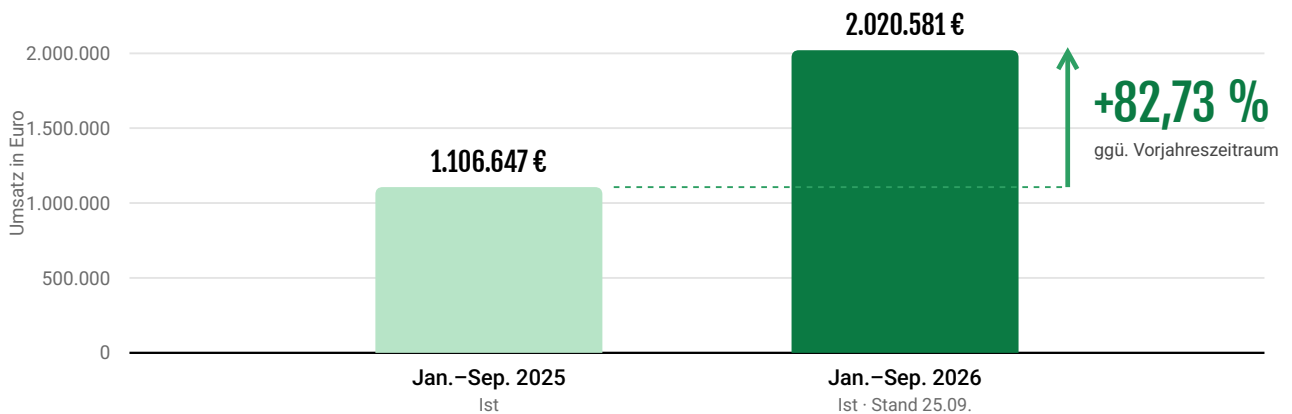
Die Gewinnung der EURES GmbH und der Utz Lebensmittel GmbH sowie die vertiefte Zusammenarbeit mit MediaMarktSaturn haben den Zugang zum Einzelhandel gestärkt. Gleichzeitig konnte die Gesellschaft die Umsätze im Onlineshop und über den TikTok Shop deutlich steigern. Performance- und Influencer-Marketing unterstützen dabei den digitalen Vertrieb ebenso wie den Abverkauf im Handel.

Für das dritte Quartal ergibt sich damit ein Umsatz von 1.412.500 Euro, für den Zeitraum Januar bis September ein kumulierter Umsatz von 2.020.581 Euro. Bereits im September hat die FIT GROUP AG den gesamten Vorjahresumsatz von 1.414.000 Euro um rund 42,9 % übertroffen – verglichen werden hier neun Monate 2026 mit dem gesamten Geschäftsjahr 2025.

Noch deutlicher zeigt sich der Wachstumssprung im direkten Vergleich der jeweils ersten neun Monate: Von Januar bis September 2025 erzielte die Gesellschaft einen Umsatz von 1.106.646,78 Euro, im Vergleichszeitraum 2026 von 2.020.581 Euro. Das Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahreszeitraum beträgt damit 82,73 %.

UMSATZ JANUAR BIS SEPTEMBER IM VERGLEICH

■ 2025 ■ 2026



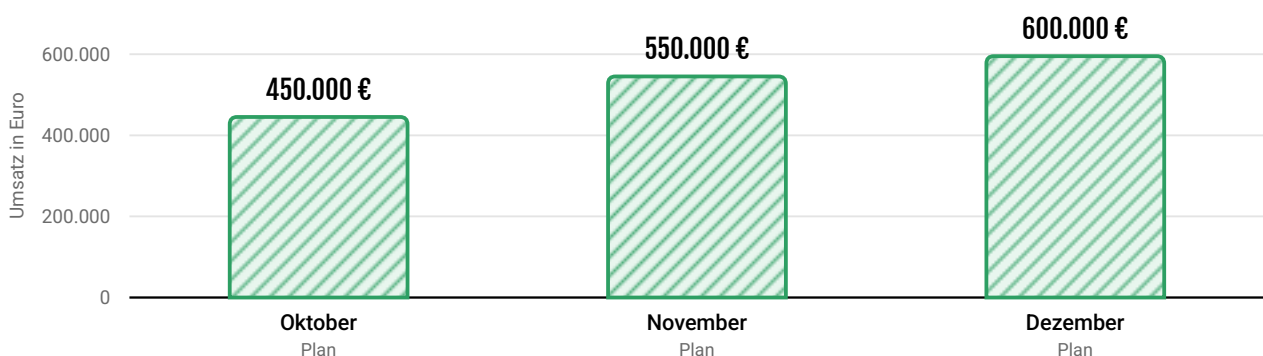
Ist-Umsätze jeweils vom 1. Januar bis 30. September; 2026: Stand 25.09.2026.

4.2 WEITERE PLANUNG UND JAHRESPROGNOSE

Für das vierte Quartal plant die FIT GROUP AG einen weiteren Ausbau des Geschäfts. Die Umsatzplanung sieht 450.000 Euro im Oktober, 550.000 Euro im November und 600.000 Euro im Dezember vor. Damit ergibt sich für das vierte Quartal ein geplanter Gesamtumsatz von 1.600.000 Euro.

UMSATZPLANUNG VIERTES QUARTAL 2026

■ Plan



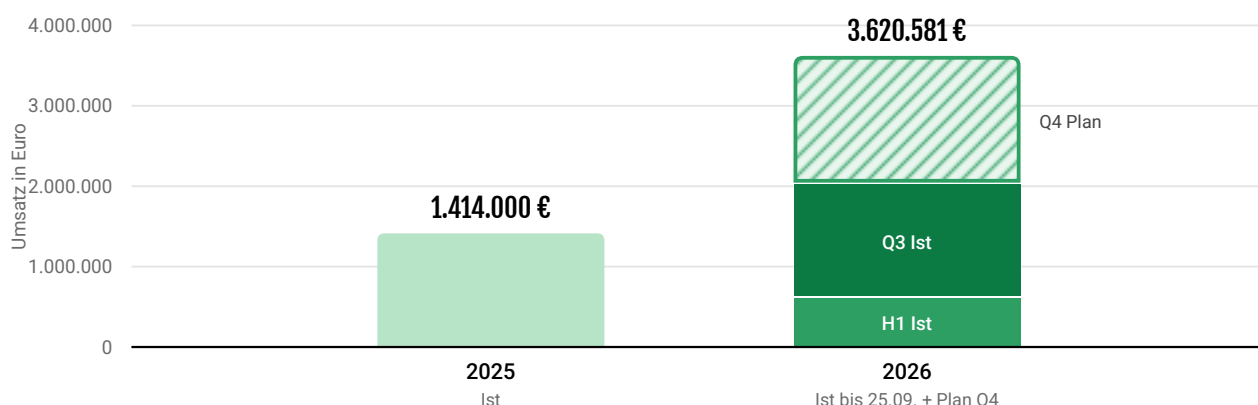
Sämtliche dargestellten Monatswerte sind Planwerte für das vierte Quartal 2026.

Nach der größeren Erstbestellung im September geht die Planung für Oktober zunächst von einem niedrigeren Monatsvolumen aus. Anschließend sollen die Umsätze im vierten Quartal erneut steigen – von Oktober bis Dezember um geplante 33,3 %. Grundlage sind die erweiterten Handelsbeziehungen, erwartete Folgeaufträge und der weitere Ausbau des Onlinegeschäfts.

Aus dem Halbjahresumsatz von 608.081 Euro, dem Umsatz des dritten Quartals von 1.412.500 Euro und der Planung für das vierte Quartal von 1.600.000 Euro ergibt sich ein prognostizierter Jahresumsatz von **3.620.581 Euro (rund 3,62 Mio. Euro)**. Der Juni wird dabei nicht erneut addiert, da er bereits im Halbjahresumsatz enthalten ist.

Gegenüber dem Vorjahresumsatz von 1.414.000 Euro entspricht die Jahresprognose einem absoluten Zuwachs von 2.206.581 Euro beziehungsweise einem Umsatzwachstum von **rund 156 %**. Der erwartete Jahresumsatz liegt damit bei mehr als dem Zweieinhalbfachen des Vorjahres. Die FIT GROUP AG verfügt nach dem Börsengang somit über eine deutlich stärkere Umsatzbasis.

JAHRESUMSATZ 2025 UND PROGNOSE 2026

■ 2025 Ist ■ 2026 H1 ■ 2026 Q3 ▨ Plan


2026: Ist-Umsatz 1. Halbjahr (608.081 €) und 3. Quartal (1.412.500 €, Stand 25.09.2026) zuzüglich Umsatzplanung 4. Quartal (1.600.000 €).

4.3 PROFITABILITÄT UND WEIHNACHTSGESCHÄFT

Die FIT GROUP AG erwartet für das Geschäftsjahr 2026 einen operativen Gewinn. Zugleich rechnet die Gesellschaft mit einem sehr starken und profitablen Weihnachtsgeschäft: Im Vorfeld wurde gezielt investiert, um das letzte Quartal des Jahres stark abzuschließen.

Im weiteren Jahresverlauf liegt der Schwerpunkt darauf, die neu gewonnene Handelspräsenz in regelmäßige Nachbestellungen zu überführen und zugleich den Direktvertrieb weiterzuentwickeln. Tatsächliche Umsätze und Ergebnisse können von den dargestellten Erwartungen abweichen.

HINWEIS ZU ZUKUNFTSGERICHTETEN AUSSAGEN

Dieser Bericht enthält Aussagen zu möglichen zukünftigen Entwicklungen. Sie beruhen auf aktuellen Informationen und Erwartungen der Unternehmensleitung und stellen keine Garantie für zukünftige Ergebnisse dar. Wirtschaftliche, marktbezogene und unternehmensspezifische Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen abweichen. Dies betrifft insbesondere die Umsatz- und Ergebnisplanung, Folgeaufträge und geplante Listungen. Der Bericht stellt weder ein Wertpapierangebot noch eine Anlageempfehlung dar.

INVESTOR RELATIONS

FIT GROUP AG · Nordring 61 · 48465 Schüttorf
 investorrelations@fitgroup-ag.com · +49 1517 4554890
 www.fitgroup-ag.com/ir

