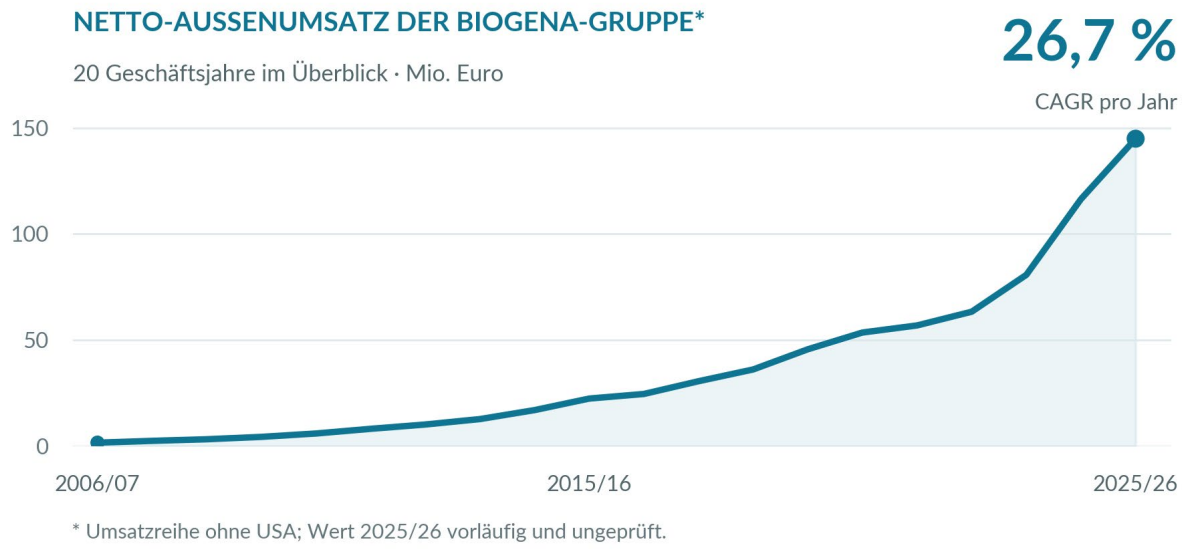
FAST 90-FACHE UMSATZSTEIGERUNG IN 20 JAHREN – MITTELFRISTIGES ZIEL 500 MILLIONEN EUR

20 Geschäftsjahre mit durchschnittlich 26,7 % Wachstum pro Jahr. BIOGENA baut seine Position im Longevity-Feld aus – mit eigenen Produktionsstätten, neuen Märkten, dem Apothekenkanal und weiteren PLAZAS.

Gesundheit früher verstehen, gezielt unterstützen und im Alltag erlebbar machen: BIOGENA verbindet wissenschaftsbasierte Mikronährstoffe mit Diagnostik, Biohacking-Anwendungen und Wissensvermittlung durch die BIOGENA Academy. Aus diesem Zusammenspiel entwickelt die Unternehmensgruppe ihre nächste Wachstumsphase.

Die historische Entwicklung zeigt die bisherige Dynamik: Der Netto-Außenumsatz der BIOGENA-Gruppe ohne USA in den Bereichen Mikronährstoffe, Diagnostik, Biohacking und Academy ist von 1,614 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2006/07 auf vorläufig 144,936 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2025/26 gestiegen. Damit liegt der Umsatz beim 89,8-Fachen des Ausgangswerts.

Gegenüber dem Vorjahr beträgt die Steigerung 24,4 %. Über die dargestellten 20 Geschäftsjahre ergibt sich eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR) von 26,7 %, berechnet über 19 Wachstumsintervalle.



> ***„Unsere Entwicklung zeigt, was aus einer klaren Idee entstehen kann, wenn Menschen Verantwortung übernehmen und konsequent daran arbeiten. Heute verbinden wir Produkte, Diagnostik, Anwendungen und Wissen. Darin sehen wir erhebliches Potenzial für die nächsten Jahre“, sagt Albert Schmidbauer, Gründer und CEO der Biogena Good Vibes AG.***

Jährliche Wachstumsrate rund 7,4-mal so hoch wie beim österreichischen BIP

Österreichs nominelles Bruttoinlandsprodukt wuchs zwischen 2006 und 2025 um durchschnittlich rund 3,6 % jährlich. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der dargestellten BIOGENA-Umsatzreihe beträgt damit etwa das 7,4-Fache der nominellen BIP-Wachstumsrate.

Der Vergleich dient der Einordnung der historischen Dynamik. Unternehmensumsatz und gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung sind unterschiedliche Größen; beide Angaben sind nicht inflationsbereinigt.

Longevity: BIOGENA verbindet mehrere Dimensionen eines langfristigen Gesundheitstrends

Der Wunsch nach mehr gesunden Lebensjahren verändert den Gesundheitsmarkt. Longevity steht dabei für eine langfristige Perspektive: körperliche und geistige Leistungsfähigkeit, Selbstständigkeit und Lebensqualität möglichst lange zu erhalten.

BIOGENA adressiert mit seinen Produkt- und Dienstleistungsangeboten mehrere Dimensionen dieses Trends. Die Gruppe verbindet wissenschaftsbasierte Mikronährstoffe mit individuellen Gesundheitsinformationen aus der Diagnostik, Gesundheits- und Biohacking-Anwendungen sowie Wissensvermittlung durch die BIOGENA Academy. Die BIOGENA PLAZAS bringen diese Angebote an einem Ort zusammen.

> ***„Wissenschaftliche Erkenntnisse sind die Grundlage unseres Anspruchs an Produkte, Qualität und Beratung. Wir wollen Forschung kritisch einordnen und so in die Praxis übersetzen, dass Menschen fundierte Entscheidungen für ihre Gesundheit treffen können. Wissenschaftsorientierung bedeutet für uns deshalb auch, unser Wissen laufend zu hinterfragen und unsere Angebote konsequent weiterzuentwickeln“, sagt Julia Hoffmann, Chief Scientific Officer und Vorständin der Biogena Good Vibes AG.***

Das Management sieht in dieser Verbindung eine wesentliche Stärke des Unternehmens und die Grundlage, BIOGENAs Position als Anbieter im Longevity-Feld weiter auszubauen.

Weltweite Wachstumsperspektiven

Für den weltweiten Markt für Nahrungsergänzungsmittel prognostizierte Grand View Research 2024 einen Umsatz von rund 327,4 Milliarden US-Dollar bis 2030 und eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 9,1 % für 2024–2030. Die aktualisierte Studie beziffert den Markt 2025 auf rund 209,5 Milliarden US-Dollar und erwartet bis 2033 rund 431,7 Milliarden US-Dollar, bei 9,5 % durchschnittlichem jährlichem Wachstum für 2026–2033.

Frost & Sullivan schätzt den weltweiten Markt für Healthy-Aging-Nutraceuticals und funktionelle Ernährung auf rund 34,7 Milliarden Euro im Jahr 2024. Bis 2030 erwartet das Marktforschungsunternehmen einen

Anstieg auf rund 48,8 Milliarden Euro und nennt für den Prognosezeitraum 2025–2030 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 5,8 %.

Den übergeordneten wirtschaftlichen Kontext zeigt die globale Wellness Economy: Nach Angaben des Global Wellness Institute erreichte sie 2024 ein Volumen von 6,8 Billionen US-Dollar. Bis 2029 prognostiziert das Institut einen Anstieg auf 9,8 Billionen US-Dollar, entsprechend 7,6 % durchschnittlichem jährlichem Wachstum.

Diese breite Wellness Economy umfasst neben Ernährung und Gesundheitsangeboten auch Bereiche wie Bewegung, Tourismus und Immobilien. Sie ist daher kein ausschließliches Longevity-Marktvolumen und bildet nicht den unmittelbar adressierbaren Markt von BIOGENA ab. Die genannten Marktgrößen überschneiden sich und werden nicht addiert.

> ***„Wir sehen Longevity als langfristige Aufgabe: Menschen sollen ihre Gesundheit besser verstehen und im Alltag aktiv unterstützen können. Dafür bringen wir hochwertige Mikronährstoffe, Diagnostik, Anwendungen und Wissen zusammen. Diese Verbindung prägt unsere Positionierung und eröffnet aus unserer Sicht erhebliche Entwicklungsmöglichkeiten", sagt Albert Schmidbauer.***

Deutschland, Italien und Apotheken als Wachstumsschwerpunkte

Auch für den europäischen Nahrungsergänzungsmittelmarkt erwarten externe Marktforscher weiteres Wachstum. Mordor Intelligence prognostiziert für den Zeitraum 2026 bis 2031 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 8,23 %.

BIOGENA verfolgt das Ziel, deutlich stärker als der Markt zu wachsen. Die Strategie setzt insbesondere auf:

- **Deutschland:** Ausbau der Marktpräsenz und der bestehenden Vertriebswege.
- **Italien:** Weiterentwicklung des Geschäfts und Erschließung zusätzlicher Kunden.
- **Apotheken:** Ergänzung der bisherigen Vertriebskanäle und Ausbau der Zusammenarbeit mit Apothekern und ärztlichen Partnern.
- **BIOGENA PLAZAS:** Persönliche Beratung sowie Gesundheits- und Biohacking-Anwendungen an weiteren Standorten.
- **Diagnostik und Academy:** Verbindung individueller Gesundheitsinformationen mit fundierter Wissensvermittlung.

Damit erschließt die Gruppe mehrere Zugänge zu einem gemeinsamen Bedarf: Menschen wollen ihre Gesundheit besser verstehen und aktiv unterstützen.

Eigene Produktionsstätten ermöglichen eine Umsatzgröße von rund 500 Millionen Euro

Die beiden BIOGENA-eigenen Produktionsstätten in Koppl bei Salzburg und in Liefering in der Stadt Salzburg verfügen zusammen über Produktionskapazitäten, die nach Einschätzung des Managements ein jährliches Umsatzvolumen von rund 500 Millionen Euro ermöglichen. Das Management plant, diese Umsatzgröße bis 2030 zu erreichen.

> ***„Wir haben mit unseren beiden eigenen Produktionsstätten die industrielle Grundlage für den nächsten Wachstumsschritt geschaffen. Die vorhandenen Kapazitäten ermöglichen ein jährliches Umsatzvolumen von rund 500 Millionen Euro. Jetzt geht es darum, diese Möglichkeiten durch Nachfrage, Vertrieb und konsequente Umsetzung auszuschöpfen. Deutschland, Italien und der Apothekenkanal spielen dabei eine zentrale Rolle", sagt Stefan Klinglmair, COO und Vorstandsmitglied der Biogena Good Vibes AG.***

Frankfurt, Linz und Graz: Die nächsten PLAZA-Eröffnungen werden konkret

Auf Basis des aktuellen Projektfortschritts lassen sich die Eröffnungszeiträume der nächsten BIOGENA PLAZAS inzwischen besser eingrenzen.

Die BIOGENA PLAZA im neuen FOUR Frankfurt ist für Dezember 2026 geplant. Das Quartier im Bankenviertel verbindet vier Hochhäuser mit Büroflächen, rund 600 Wohnungen, Hotellerie, Gastronomie und Einzelhandel. Nach Angaben des Projektentwicklers entstehen dort rund 4.500 Arbeitsplätze. BIOGENA wird damit Teil eines neuen urbanen Quartiers, das Wohnen, Arbeiten und Freizeit zusammenführt.

Im ersten Quartal 2027 sollen die BIOGENA PLAZA in der Linzer Landstraße sowie die BIOGENA PLAZA im Herzen von Graz, in den Räumlichkeiten des ehemaligen M1, folgen.

Die Standorte sollen das BIOGENA-Angebot vor Ort erlebbar machen und persönliche Beratung mit Gesundheits- und Biohacking-Anwendungen verbinden. Die Eröffnungszeiträume entsprechen dem aktuellen Planungsstand.

BIOGENA PLAZAS Graz Linz und Frankfurt



BIOGENA PLAZA Graz am Färberplatz (links) und Linz Landstraße (rechts). KI generated.



FOUR Frankfurt – Quartiersvisualisierung des künftigen PLAZA-Standorts. Quelle: Groß & Partner / FOUR Frankfurt.

HISTORISCHE UMSATZENTWICKLUNG

Geschäftsjahr	Netto-Außenumsatz ohne USA in Mio. Euro
2006/07	1,614
2007/08	2,467
2008/09	3,227
2009/10	4,347
2010/11	5,941
2011/12	8,144
2012/13	10,177
2013/14	12,739
2014/15	16,968
2015/16	22,408
2016/17	24,574
2017/18	30,581
2018/19	36,125
2019/20	45,636
2020/21	53,541
2021/22	56,888
2022/23	63,355
2023/24	80,754
2024/25	116,469
2025/26	144,936 — vorläufig und ungeprüft

Hinweise

Netto-Produkt- und Dienstleistungsumsätze an Dritte der Firmen Biogena GmbH & Co KG, Biogena Stores Deutschland GmbH, Biogena Stores Österreich GmbH und BVB Good Health Productions GmbH ohne Mehrwertsteuer. Umsätze aus den USA sind nicht enthalten. Die Umsatzreihe ist nicht mit dem Konzernumsatz gleichzusetzen. Der Wert 2025/26 ist vorläufig und ungeprüft; der Konzernumsatz 2025/26 wird mit dem Konzernabschluss veröffentlicht.

Aussagen zu Umsatz- und Wachstumszielen, Expansion und Eröffnungen sind zukunftsgerichtet und beruhen auf den derzeitigen Planungen und Annahmen des Managements. Insbesondere die volatile gesamtwirtschaftliche Lage sowie mögliche Veränderungen der Konsumnachfrage, der Kosten- und Finanzierungsbedingungen können die tatsächliche Geschäftsentwicklung beeinflussen. Die Erreichung der genannten Ziele und die Eröffnungszeitpunkte können daher wesentlich von den dargestellten Erwartungen abweichen; die genannten Ziele und Zeiträume stellen keine Zusicherung dar. Historische Wachstumsraten erlauben keine verlässlichen Rückschlüsse auf die künftige Entwicklung. Die Marktdaten beruhen auf Schätzungen der genannten Herausgeber; daraus lässt sich keine entsprechende Umsatz- oder Ergebnisentwicklung von BIOGENA ableiten.

Quellen: Eigene Umsatzdaten und Managementplanung; Statistik Austria/WKO, nominelles BIP Österreich 2006–2025; Frost & Sullivan, „Healthy Aging Nutraceuticals, Global, 2025–2030"; Global Wellness Institute, „2025 Global Wellness Economy Monitor"; Mordor Intelligence, „Europe Dietary Supplements Market", Prognose 2026–2031; FOUR Frankfurt, Projektinformationen; Grand View Research, „Dietary Supplements Market 2026–2033", Marktgröße 2025 und Prognose bis 2033, Abruf 24.10.2026; Grand View Research, Horizon Databook, „Marktausblick für Nahrungsergänzungsmittel 2024–2030", Mitteilung vom 04.07.2024.