

## Pressemitteilung

Nr. 02/2026 – Köln, 03. März 2026

### Für die Baumarkt- und Gartenfachmärkte bleibt auch 2025 nur ein überschaubares Ergebnis

- Stimmung hellt sich aktuell allerdings überraschend deutlich auf
- Abgelaufenes Jahr geprägt von spürbarer Verbraucherzurückhaltung

Es gibt sicherlich Branchen, die von der mittlerweile lang andauernden Polykrise stärker betroffen sind als die Bau- und Gartenfachmärkte in der DACH-Region – dennoch kann man mit dem Ergebnis 2025 erneut nicht zufrieden sein. Der Markt in Deutschland bleibt mit **-1,6%** (20,58 Mrd. Euro) gegenüber 2024 nochmals im (leichten) Minus, auch in der Schweiz bleibt es nominal bei **-1,3%** (3,35 Mrd. CHF). In Österreich steht ein minimales Plus (**+0,2%**/ 3,10 Mrd. Euro) zu Buche. Eine Besserung scheint allerdings nun endlich in Sicht.

Peter Abraham, Sprecher des BHB-Vorstands dazu: „Während der Markt in Deutschland und der Schweiz durch **Konsumzurückhaltung** und globale politische Spannungen leichte Umsatzrückgänge verzeichnete, konnte sich Österreich auf einem stabilen Niveau halten. Die Branche kämpft aktuell besonders mit **hoher Bürokratie, steigenden Kosten und einer generellen Verunsicherung der Verbraucher**, die Investitionen in ihr Eigenheim aufschieben. Die Budgets der Kundinnen und Kunden flossen verstärkt in Bereiche wie Urlaub, Freizeitaktivitäten und Gastronomie statt in Bau- und Gartenmärkte. Dennoch zeigen steigende **Baugenehmigungen** und ein hoher Sanierungs- und Renovierungsbedarf erste Anzeichen für eine konjunkturelle Erholung, die in diesem Jahr spürbar beginnen sollte. Erste Zahlen weisen da bereits in die richtige Richtung.“

#### Einflussfaktor Verbraucherstimmung

Konjunktur beruht auch auf psychologischen Faktoren. Die Stimmungslage der Kundinnen und Kunden treibt oder verhindert Umsätze. 2025 und 2026 sind stark durch weltweite Unruhen und negative Stimmungslagen beeinflusst. Auch die deutsche Regierungspolitik, in die man nach Jahren des ‚Ampelchaos‘ viel Hoffnung gesetzt hatte, kämpft mit der Komplexität von Veränderungsprozessen in Deutschland. Wirklich wichtige, große Reformen und Anstöße in Richtung Wirtschaft blieben bislang aus. Die Menschen in der DACH-Region sind weiterhin spürbar verunsichert und halten sich gerade im investiven Bereich stark zurück. Dieses spürten auch die Bau- und Gartenfachmärkte. Neben der Konsumvorsicht erreichten deshalb auch die Sparquoten in Deutschland neue Rekordwerte – Geld, was in der DIY-Branche fehlt. Dagegen blieben die Wettereinflüsse in 2025, die bekanntlich ebenfalls starke Auswirkungen auf ein Branchenjahr haben können, diesmal im „Normalbereich“ und setzten weder positive noch negative Akzente.

#### Sortimentsentwicklung spiegelt Verbraucherstimmung wider

Im Jahresverlauf gerieten folgerichtig auch etliche Sortimente entsprechend in den Fokus. Die **deutschen Kundinnen und Kunden** sparen z.B. bei Wohnen/Dekoration (-6,2%), bei Fliesen (-5,0%) sowie bei Haushaltswaren und Gartengeräten (jeweils -4,1%) am meisten. Dass aber die Sanierungstätigkeit nicht gänzlich brach liegt, zeigt die Entwicklung im Bereich Wand/Boden (+1,7%), die allerdings mit Holz und Gartenausstattung (jew. +0,5%) über das Gesamtjahr die einzigen Sortimente im Plus bleiben.

-> mehr dazu in der Präsentation zur Jahrespressekonferenz ab Seite 1

BHB - Handelsverband  
Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Hohenzollernring 14  
50672 Köln

T +49 221 277595-0  
F +49 221 277595-79  
info@bhb.org  
www.bhb.org

**Bankverbindung**  
Commerzbank AG Köln  
**IBAN** DE85 3704 0044 0200 1493 00  
**BIC** COBADEFF370

**Amtsgericht Köln**  
VR 6919  
USt-IdNr. DE 121321365

**Hauptgeschäftsführer**  
Dr. Peter O. Wüst

In **Österreich** entwickelten sich einige Sortimentsteile umsatztechnisch deutlich besser, was allerdings zum Teil der höheren Inflationsquote von 3,2% geschuldet ist. Allerdings sind die deutlichen Anstiege bei **Bauchemie/Baumaterial (+5,2%), Holz (+6,8%) und Bauelemente (+6,8%)** ein Zeichen, dass sich die Zurückhaltung gerade im SanReMo-Segment allmählich auflöst.

Ambivalente Werte in der **Schweiz**: Hier sind sowohl die Produktgruppe mit dem stärksten Anstieg (**Gartengeräte, Be- und Entwässerung +3,1%**) wie auch die mit den größten Umsatzverlusten (**Gartenmöbel, -11.1%**) im „grünen“ Bereich zu finden. Verloren hat auch der Bereich **Wohnen/Dekoration mit -8,0%**.

-> *Mehr dazu in der Präsentation auf den Seiten 15-20.*

### **Verkaufsfläche wird erneut kleiner**

Dem Anstieg der Online-Umsätze zum Trotz: Die stationäre Bau- und Gartenfachszenerie in Deutschland macht nach wie vor den Löwenanteil des Marktes aus. Allerdings wird die Verkaufsfläche auch in diesem Jahr wieder kleiner, sogar etwas spürbarer als in den Vorjahren. Laut der jüngsten Erhebung der Gesellschaft für Markt- und Betriebsanalyse (gemaba), Leverkusen, haben sich im Jahr 2025 insgesamt 26 Baumärkte (lt. BHB-Definition/ größer 1.000 Quadratmeter) aus dem Netz verabschiedet, so dass Stand Februar noch 2.004 Märkte die Versorgung in Deutschland abbilden. Allerdings sind bereits weitere Schließungen angekündigt, so dass die 2.000er-Grenze in Kürze unterschritten werde, so gemaba. Dies war letztmalig im Jahr 1993 der Fall. Dennoch bleibt die Versorgung ausgezeichnet: pro 41.200 Einwohner steht in Deutschland theoretisch ein Baumarkt zur Verfügung, die meisten Standorte gibt es nach wie vor in NRW (369) und Bayern (315). Der durchschnittliche deutsche Baumarkt verfügt über eine gewichtete Verkaufsfläche von 6.500 Quadratmetern.

-> *Eine detaillierte Zusammenfassung der gemaba-Daten finden Sie in den Anlagen zu dieser Pressekonferenz*

### **Pressekontakt**

Jörn Brüningholt

Leitung Kommunikation

BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Telefon | +49 221 277595 - 14

E-Mail | joern.brueningholt@bhb.org

Über den Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB)

Der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) vertritt als Wirtschaftsverband die Interessen der Handelsbetriebe für Heimwerken, Bauen und Gärtnern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (D-A-CH-Region) sowie weiterer Unternehmen der DIY-Branche aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor. Als Verband mit internationaler Ausrichtung ist der BHB in Deutschland, im deutschsprachigen Ausland und über seine Mitgliedschaft in der European-DIY-Retail-Association (EDRA) in ganz Europa aktiv. Dabei vertritt er die wirtschafts- und medienpolitischen Interessen der Branche und tritt in den Dialog mit Politik, Medien, Verwaltung sowie Lieferanten und Dienstleistern. Im Verband sind 25 Handelsorganisationen mit über 30 Vertriebslinien und über 220 Fördermitglieder aus der Industrie und dem Dienstleistungssektor organisiert. Die Branche im weiteren Sinne zählt in Deutschland rund 480.000 Beschäftigte. Der Gesamtbruttoumsatz der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland erreichte 2025 einen Wert von rund 20,58 Milliarden Euro.