

ifmo-studien

Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.)

Eine Forschungseinrichtung der BMW Group

ifmo

Mobilität 2025

Der Einfluss von Einkommen, Mobilitätskosten und
Demographie

Anhang 4: Die Entwicklung des Konsums der privaten Haushalte bis zum Jahr 2025

Verfasser

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung Berlin:

Dipl.-Volksw. Richard Ochmann

Dr.-Ing. Uwe Kunert (Leitung)

Dr. Manfred Horn

Dipl.-Volksw. Dominika Kalinowska

Dipl.-Soz. Jutta Kloas

Dr. Erika Schulz



Beratung durch

Deutsche Bank Research

Stefan Schneider, Leiter Macro Trends

Ingo Rollwagen, Senior Analyst Macro Trends

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Prof. Dr. Dr. h. c. Stefan Hradil, Institut für Soziologie

BMW Group München

Dr. Josef Köster, Markt- und Trendforschung

Institut für Mobilitätsforschung (Hrsg.):

Dr. Irene Feige (Projektleitung)

Berlin, April 2008

Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkung	1
2	Entwicklung in der Vergangenheit	2
3	Verschiebungen in der Konsumstruktur bis 2025.....	23
4	Ausgabenentwicklung in den Untergruppen des Verkehrs.....	33
5	Verkehrsausgaben nach Einkommensklassen und Dezilen der Haushalte.....	40
6	Fazit	50
7	Tabellenanhang.....	53

Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen

Tabelle 1-1: Verfügbares Einkommen, Sparen und Konsum in Deutschland 2003	4
Tabelle 1-2: Konsumausgaben nach dem Alter des Haupteinkommensbeziehers in Deutschland 2003	8
Tabelle 1-3: Konsumausgaben nach Haushaltstypen in Deutschland 2003	9
Tabelle 1-4: Konsumausgaben nach Einkommensklassen in Deutschland 2003	11
Tabelle 1-5: Veränderung der Konsumausgaben für den Bereich Verkehr in Deutschland 1993-2003	23
Tabelle 2-1: Verfügbares Einkommen und privater Verbrauch in Deutschland 2025	25
Tabelle 2-2: Privater Verbrauch nach sozio-ökonomischen Merkmalen der Haushalte in Deutschland 2025 und Veränderung zwischen 2003 und 2025	29
Tabelle 4-1: Veränderung des Anteils der Haushaltstypen in den Einkommensgruppen zwischen 2003 und 2025 in %-Punkten	42
Tabelle 4-2: Veränderung des Anteils der Haushalte nach Altersgruppen in den Einkommensgruppen zwischen 2003 und 2025 in %-Punkten	44
Tabelle 4-3: Einkommen, Privater Verbrauch und Verkehrsausgaben nach Dezilen der Haushalte in Deutschland 2003 und 2025	46
Tabelle 4-4: Konsumausgaben für den Bereich Verkehr nach Altersgruppen in Deutschland 2003	53
Tabelle 4-5: Konsumausgaben für den Bereich Verkehr nach Haushaltstypen in Deutschland 2003	54
Tabelle 4-6: Konsumausgaben für den Bereich Verkehr nach Einkommensklassen in Deutschland 2003	55
Tabelle 4-7: Wachstumsraten der Konsumausgaben in Deutschland nach Altersgruppen 2003 bis 2025	56
Tabelle 4-8: Konsumausgaben nach Gütergruppen und Altersgruppen in Deutschland 2025	57
Tabelle 4-9: Hochgerechnete Konsumausgaben nach Altersgruppen in Deutschland in Mrd. Euro 2025	58
Tabelle 4-10: Konsumausgaben je Haushalt im Monat nach Haushaltstypen in Deutschland in Euro 2025	59
Tabelle 4-11: Wachstumsraten der Konsumausgaben in Deutschland nach Haushaltstypen 2003 bis 2025	60
Tabelle 4-12: Hochgerechnete Konsumausgaben nach Haushaltstypen in Deutschland in Mrd. Euro 2025	61
Tabelle 4-13: Hochgerechnete Konsumausgaben im Bereich Verkehr nach Altersgruppen in Deutschland 2025	62

Tabelle 4-14: Konsumausgaben in den Bereichen des Verkehrs nach Altersgruppen in Deutschland 2025	62
Tabelle 4-15: Wachstumsraten im Bereich Verkehr in Deutschland nach Altersgruppen 2003 bis 2025	63
Tabelle 4-16: Wachstumsraten im Bereich Verkehr in Deutschland nach Haushaltstypen 2003 bis 2025	64
Tabelle 4-17: Hochgerechnete Konsumausgaben im Bereich Verkehr nach Haushaltstypen in Deutschland 2025.....	65
Tabelle 4-18: Konsumausgaben in den Bereichen des Verkehrs nach Haushaltstypen in Deutschland in Euro 2025.....	66
Tabelle 4-19: Konsumausgaben in den Bereichen des Verkehrs nach Einkommensgruppen in Deutschland in Euro 2025	66
Tabelle 4-20: Hochgerechnete Konsumausgaben in den Bereichen des Verkehrs nach Einkommensgruppen in Deutschland in Mrd. Euro 2025	67
Tabelle 4-21: Wachstumsraten im Bereich Verkehr in Deutschland nach Einkommensgruppen 2003 bis 2025	67
Tabelle 4-22: Konsumausgaben in den Dezilen der Haushalte in Deutschland in Mrd. Euro 2025.....	68
Tabelle 4-23: Durchschnittliches jährliches Wachstum in den Dezilen der Haushalte in Deutschland zwischen 2003 und 2025 in %	68
Tabelle 4-24: Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der Verkehrsausgaben in den Dezilen der Haushalte in Deutschland zwischen 2003 und 2025 in %	69
Tabelle 4-25: Verkehrsausgaben in den Dezilen der Haushalte in Deutschland in Mrd. Euro 2025.....	69
Abbildung 2-1: Struktur der Konsumausgaben in Deutschland 2003 in %	5
Abbildung 2-2: Anteil der Verkehrsausgaben an den Konsumausgaben nach Alter, Haushaltstyp und Einkommensklassen in Deutschland 2003 in %	6
Abbildung 2-3: Veränderung der Konsumausgaben je Haushalt in ausgewählten Altersgruppen zwischen 1993 und 2003 in Deutschland in Euro (in Preisen von 2003).....	12
Abbildung 2-4: Veränderung der Konsumausgaben je Haushalt in ausgewählten Haushaltstypen zwischen 1993 und 2003 in Deutschland in Euro (in Preisen von 2003).....	13
Abbildung 2-5: Veränderung des privaten Verbrauchs und der Verkehrsausgaben nach Altersgruppen zwischen 1993 und 2003 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003)	14

Abbildung 2-6: Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Konsumausgaben nach Gütergruppen zwischen 1993 und 2003 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003).....	15
Abbildung 2-7: Komponenten der Verkehrsausgaben 2003 in Mrd. Euro.....	16
Abbildung 2-8: Komponenten der Verkehrsausgaben nach Altersgruppen 2003 in Mrd. Euro.....	17
Abbildung 2-9: Anteil der Haushaltstypen in den Komponenten der Verkehrsausgaben 2003 in %	19
Abbildung 2-10: Komponenten der Verkehrsausgaben nach Haushaltstypen 2003 in Mrd. Euro	20
Abbildung 2-11: Komponenten der Verkehrsausgaben nach Einkommensklassen 2003 in Mrd. Euro	21
Abbildung 2-12: Anteile der Haushalte mit einem Einkommen von an den Ausgaben der Verkehrskomponenten 2003 in %	22
Abbildung 3-1: Durchschnittliche jährliche Wachstumsraten der realen Konsumausgaben aller Haushalte nach Gütergruppen zwischen 2003 und 2025 in %	26
Abbildung 3-2: Zuwachs des Privaten Verbrauchs nach Gütergruppen zwischen 2003 und 2025 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003).....	27
Abbildung 3-3: Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Konsumstruktur zwischen 2003 und 2025 in %-Punkten.....	27
Abbildung 3-4: Durchschnittliches jährliches Wachstum der realen Konsumausgaben in ausgewählten Altersgruppen zwischen 2003 und 2025 in %	30
Abbildung 3-5: Durchschnittliches jährliches Wachstum der realen Konsumausgaben in ausgewählten Haushaltstypen zwischen 2003 und 2025 in %	32
Abbildung 3-6: Durchschnittliches jährliches Wachstum der realen Konsumausgaben in ausgewählten Haushaltstypen zwischen 2003 und 2025 in %	33
Abbildung 4-1: Jährliche reale Wachstumsraten der Komponenten des Verkehrs zwischen 2003 und 2025 in %	34
Abbildung 4-2: Komponenten der Verkehrsausgaben 2025 und Veränderung zwischen 2003 und 2025 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003)	35
Abbildung 4-3: Komponenten der Verkehrsausgaben je Haushalt nach Altersgruppen in Euro je Monat 2025 (in Preisen von 2003).....	36
Abbildung 4-4: Veränderung der Verkehrsausgaben nach Altersgruppen zwischen 2003 und 2025 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003).....	37
Abbildung 4-5: Komponenten der Verkehrsausgaben nach Haushaltstypen in Euro je Monat und Haushalt 2025 (in Preisen von 2003)	38

Abbildung 4-6: Veränderung der realen Verkehrsausgaben nach Haushaltstypen zwischen 2003 und 2025 in Mrd. Euro	39
Abbildung 5-1: Wachstumsraten der realen Verkehrsausgaben nach Einkommensklassen zwischen 2003 und 2025 in % pro Jahr	40
Abbildung 5-2: Anteil der Haushalte mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von ... an den Komponenten der realen Verkehrsausgaben 2025 in %	41
Abbildung 5-3: Anteil der Haushaltstypen an den Haushalten der jeweiligen Einkommensklassen in Deutschland 2025 in %	43
Abbildung 5-4: Anteil der Altersgruppen an den Haushalten der jeweiligen Einkommensklassen in Deutschland 2025 in %	44
Abbildung 5-5: Durchschnittliches jährliches reales Wachstum der Verkehrsausgaben nach Dezilen der Haushalte zwischen 2003 und 2025 in %	47
Abbildung 5-6: Anteil der Verkehrsausgaben in den Dezilen an den gesamten realen Verkehrsausgaben in Deutschland 2003 und 2025 in %	48
Abbildung 5-7: Durchschnittliches jährliches Wachstum der Komponenten der realen Verkehrsausgaben in den Dezilen in Deutschland zwischen 2003 und 2025 in %	49
Abbildung 5-8: Anteil der Komponenten der Verkehrsausgaben an den gesamten realen Verkehrsausgaben in den Dezilen in Deutschland 2025 in %	50

1 Vorbemerkung

Im Jahre 2005 hat das Institut für Mobilitätsforschung qualitative Szenarien zur Zukunft der Mobilität veröffentlicht, die auf unterschiedlichen Rahmensetzungen zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung beruhen.¹ Ende 2006 wurde das DIW Berlin beauftragt, in Anlehnung an die Annahmen des Szenarios „Mobilität braucht Aktion“ die Entwicklung der Mobilität bis zum Jahr 2025 zu quantifizieren. Ziel war es aufzuzeigen, wie sich angesichts der Alterung der Bevölkerung bei einer günstigen wirtschaftlichen Entwicklung sowie der erwarteten Veränderung der Kosten der Mobilität sowohl die Konsumausgaben der privaten Haushalte für Verkehrsleistungen als auch das Mobilitätsverhalten entwickeln werden.

Bei der Quantifizierung der qualitativen Vorgaben konnte auf vielfältige Vorarbeiten des DIW Berlin aufgebaut werden. Genannt seien hier die Vorausschätzungen der demografischen Entwicklung, die Analysen zur Entwicklung der Konsumstrukturen bei einer alternden Bevölkerung und vor allem die Analysen mit Hilfe der vom DIW und infas durchgeführten Erhebung Mobilität in Deutschland 2002.

Die Ergebnisse der Vorausschätzungen sind zusammenfassend im Bericht „Mobilität 2025: Der Einfluss von Einkommen, Mobilitätskosten und Demografie“ veröffentlicht. Die ausführlichen Einzelanalysen sind in den Materialien zu diesem Bericht erschienen. Sie umfassen vier Bände:

API: Demografie, Erwerbsbeteiligung und Bildung im Jahr 2025

APII: Die Einkommen der privaten Haushalte im Jahr 2025

APIII: Die Mobilitätskosten im Jahr 2025

APIV: Die Entwicklung des Konsums der privaten Haushalte bis zum Jahr 2025

In dem hier vorgelegten APIV wird die Entwicklung des Konsums der Privaten Haushalte insgesamt sowie die Struktur der Verkehrsausgaben analysiert und vorausgeschätzt.

¹ Vgl ifmo (2005).

2 Entwicklung in der Vergangenheit

Die Inlandsnachfrage insgesamt und somit auch die Nachfrage nach Verkehrsleistungen werden vor allem determiniert durch das zur Verfügung stehende Einkommen sowie durch die Zahl und die Struktur der Haushalte. Dabei hängt die Höhe und Struktur des privaten Verbrauchs auch davon ab, in welcher Phase des Lebenszyklus sich der Haushalt befindet. Haushalte mit Kindern fragen sicherlich Güter und Dienste in einer anderen strukturellen Zusammensetzung nach als Haushalte junger Alleinlebender oder Haushalte von älteren Paaren. Zudem ist zu vermuten, dass weitere personenbezogene Merkmale, wie die Beteiligung am Erwerbsleben oder das Bildungsniveau, das Konsumverhalten beeinflussen. Von der prognostizierten Entwicklung des verfügbaren Einkommens – reales Wachstum von durchschnittlich 1,4 % jährlich je Haushalt² – sowie von der Verschiebung in der Struktur der Haushalte mit einer merklichen Abnahme der Familienhaushalte mit Kindern und der Zunahme vor allem der Haushalte Alter und Hochbetagter³ ist deshalb auch eine Veränderung des Niveaus und der Zusammensetzung des privaten Verbrauchs zu erwarten. Die Ausgaben für Verkehr könnten sowohl für den einzelnen Haushalt (individuelle Ebene) als auch für die Haushalte insgesamt (gesamtwirtschaftliche Ebene) einen anderen Stellenwert erhalten.

Private Haushalte verwenden ihr verfügbares Einkommen hauptsächlich für den Konsum, einen Teil für die Ersparnis.⁴ 2003 betrug die Konsumquote nach der EVS im Durchschnitt rund 80 %, die Sparquote lag bei 12 % und der Rest wurde für die „übrigen Ausgaben“, wie Versicherungsprämien, Spenden, Mitgliedsbeiträge, verwendet.⁵

² Siehe hierzu ausführlich die Analysen im APII (Kalinowska et al 2008).

³ Siehe hierzu die ausführlichen Analysen und Vorausschätzungen in API (Schulz et al 2008).

⁴ Abweichend von der Definition der verfügbaren Einkommen in den Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes enthalten diese nicht mehr die Beiträge zur privaten Kranken- und Pflegeversicherung, die hier den Sozialversicherungsbeiträgen zugerechnet wurden.

⁵ Die „übrigen Ausgaben“ enthalten hier - abweichend von der Definition des Statistischen Bundesamtes - nicht die Versicherungsbeiträge zur privaten Kranken- und Pflegeversicherung. Zudem wurden die Kfz-Steuer sowie die Kfz-Versicherungsbeiträge von den „übrigen Ausgaben“ zu den Konsumausgaben umgebucht. Die verbleibende Differenz zwischen verfügbarem Einkommen und den genannten Ausgabenkomponenten wird als statistische Differenz bezeichnet. Sie betrug 2003 rund 3 Mrd. Euro.

Welcher Anteil vom verfügbaren Einkommen gespart wird oder gespart werden kann, hängt dabei sowohl von der Höhe des Einkommens als auch von der Stellung des Haushalts im Lebenszyklus ab. Nach der Life Cycle Hypothesis (LCH)⁶ und der Permanenten Einkommenshypothese⁷ sind Individuen bemüht, ihren Konsum über die erwartete Lebensspanne zu glätten, wobei das durchschnittliche Konsumniveau vom erwarteten verfügbaren Lebenseinkommen abhängt.⁸ Deshalb ist die Sparquote in den jungen Jahren, in denen noch nicht so viel verdient wird, gering, steigt dann zunächst mit zunehmendem Alter und Einkommen an, vornehmlich aus Vorsorgegründen, und nimmt ab einem bestimmten Alter, nämlich dem Erreichen der Altersgrenze für den regulären Rentenbeginn, wieder ab. Obwohl bei unserem heutigen System der sozialen Sicherung in Deutschland das Motiv des Vorsorgesparens fürs Alter an Bedeutung verloren hat (aber künftig wohl wieder steigen wird), zeigen die Daten der EVS ein der LCH entsprechendes Bild: die Sparquote ist bei den Haushalten Jüngerer mit etwa 11 % etwas geringer als im Durchschnitt, steigt in der Gruppe der 35- bis 50-Jährigen auf das höchste Niveau von fast 15 % und sinkt dann bis ins Alter ab (Tabelle 2-1). Die Haushalte der 65- bis 75-Jährigen sparen von ihrem verfügbaren Einkommen nur rund 6 %.⁹ Eine Sonderstellung nehmen die Haushalte der 75-Jährigen und Älteren ein, deren Sparquote mit 10 % wieder höher ist als bei den 65- bis 75-Jährigen. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass die „Konsumbedürfnisse“ im hohen Alter - teilweise bedingt durch Mobilitätseinschränkungen - geringer sind. Dies wird sich dann ebenfalls an der Konsumstruktur zeigen, wie später erörtert wird.

Zwischen 1993 und 2003 ist die Sparquote um 2 %-Punkte zurückgegangen und zwar in allen Altersgruppen mit der Ausnahme der Haushalte der Hochbetagten (75+). Hier ist die Sparquote um fast 1 %-Punkt gestiegen. Die veränderte Sparneigung war u.a. eine Reaktion auf die im Durchschnitt nahezu konstanten und bei den Haushalten unter 50 Jahre sogar gefallen verfügbaren Einkommen der einzelnen Haushalte. Um das Konsumniveau nicht im gleichen Maße sinken zu lassen, wurde weniger gespart. Insgesamt betrug die in der EVS erfasste

⁶ Vgl. unter anderen Mogdigliani (1963).

⁷ Die permanente Einkommenshypothese geht auf die Abhandlung von Friedman (1957) zurück.

⁸ Die Höhe des Konsums und der Ersparnis hängt dabei u.a. vom Steuersatz, dem Zins und der Länge des Ruhestandes ab.

⁹ Da 2003 staatliche Transfers im Durchschnitt rund 78 % des Haushaltebruttoeinkommens eines Rentnerhaushalts (Haushalte von Bezugspersonen im Alter von 65 Jahren und älter) ausmachen, kommt es noch nicht zu einem – in den älteren Theorien unterstellten - Entsparen im Alter.

Ersparnis im Jahr 2003 rund 148 Mrd. Euro, wobei ungefähr die Hälfte auf die Altersgruppe der 35- bis 50-Jährigen entfiel.

Tabelle 2-1:
Verfügbares Einkommen, Sparen und Konsum in Deutschland 2003

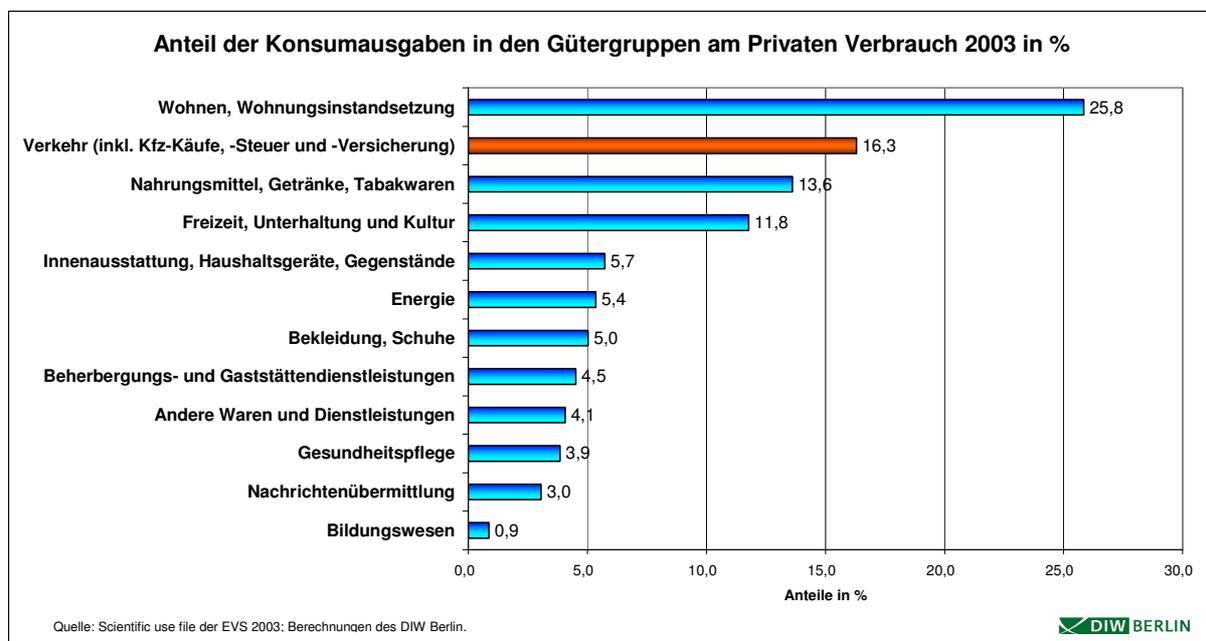
Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des Haupteinkommensbeziehers von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
im Mittel je Haushalt und Monat in Euro							
Verfügbares Haushaltseinkommen	2 795	2 208	3 280	3 388	2 795	2 371	2.002
Gesamter Privater Verbrauch	2 226	1 796	2 486	2 625	2 367	2 087	1.628
Übrige Ausgaben	251	141	318	345	257	192	164
Ersparnis	324	233	477	455	194	134	192
Statistische Differenz	- 6	38	- 2	- 37	- 22	- 38	20
in % des verfügbaren Haushaltseinkommens							
Verfügbares Haushaltseinkommen	100	100	100	100	100	100	100
Gesamter Privater Verbrauch	79,6	81,3	75,8	77,5	84,7	88,0	81,3
Übrige Ausgaben	9,0	6,4	9,7	10,2	9,2	8,1	8,2
Ersparnis	11,6	10,6	14,5	13,4	7,0	5,7	9,6
Statistische Differenz	-0,2	1,7	0,0	-1,1	-0,8	-1,6	1,0
hochgerechnet in Mrd. Euro pro Jahr							
Verfügbares Haushaltseinkommen	1 278	168	492	240	107	172	100
Gesamter Privater Verbrauch	1 018	137	373	186	90	151	81
Übrige Ausgaben	115	11	48	24	10	14	8
Ersparnis	148	18	72	32	7	10	10
Statistische Differenz	- 3	3	0	- 3	- 1	- 3	1
Differenz 2003 zu 1993 (real in Preisen von 2003)							
im Mittel je Haushalt und Monat in Euro							
Verfügbares Haushaltseinkommen	76	- 61	- 101	170	117	222	342
Gesamter Privater Verbrauch	121	- 54	- 35	203	230	334	330
Übrige Ausgaben	36	13	43	76	46	1	- 2
Ersparnis	- 46	- 71	- 74	- 24	- 104	- 39	45
Statistische Differenz	- 33	51	- 36	- 85	- 54	- 71	- 28
in % des verfügbaren Haushaltseinkommens							
Verfügbares Haushaltseinkommen	0	0	0	0	0	0	0
Gesamter Privater Verbrauch	2,2	-0,2	1,2	2,2	4,9	6,5	3,2
Übrige Ausgaben	1,1	0,7	1,6	1,8	1,3	-0,8	-1,8
Ersparnis	-2,0	-2,9	-1,7	-1,5	-4,2	-2,4	0,7
Statistische Differenz	-1,2	2,3	-1,1	-2,6	-2,0	-3,1	-1,9
hochgerechnet in Mrd. Euro pro Jahr							
Verfügbares Haushaltseinkommen	117	- 35	96	- 22	18	17	43
Gesamter Privater Verbrauch	119	- 29	77	- 12	20	25	37
Übrige Ausgaben	23	- 1	15	3	3	0	3
Ersparnis	- 10	- 9	7	- 7	- 2	- 3	5
Statistische Differenz	- 14	4	- 4	- 7	- 2	- 5	- 1

Quelle: Eigene Berechnungen des DIW Berlin auf Basis der scientific use files der EVS 1993 und 2003.

Im Jahr 2003 gaben die privaten Haushalte von ihren verfügbaren Einkommen in Höhe von 1,28 Bill. Euro insgesamt 1,02 Bill. Euro für den privaten Verbrauch aus. Zwar stellen die Ausgaben fürs Wohnen mit rund 26 % den größten Anteil am gesamten Konsum dar (Abbildung 2-1), doch **gleich an zweiter Stelle stehen mit 16 % die Ausgaben für Ver-**

kehr¹⁰, gefolgt von den Ausgaben für Nahrungsmittel und Getränke (14 %) sowie für Freizeit, Unterhaltung und Kultur (12 %). Auf diese vier Bereiche entfallen somit zwei Drittel der gesamten Konsumausgaben. Allein für den Verkehr wurden 2003 insgesamt von den privaten Haushalten 166 Mrd. Euro aufgewendet. Dagegen haben fünf Gütergruppen jeweils einen Anteil unter 5 % an den Konsumausgaben: Gesundheitspflege (3,9 %), Nachrichtenübermittlung (3,1 %), Bildungswesen (0,9 %), Beherbergungs- und Gaststättenleistungen (4,5 %) sowie Andere Waren und Dienstleistungen (4,1 %).

Abbildung 2-1:
Struktur der Konsumausgaben in Deutschland 2003 in %

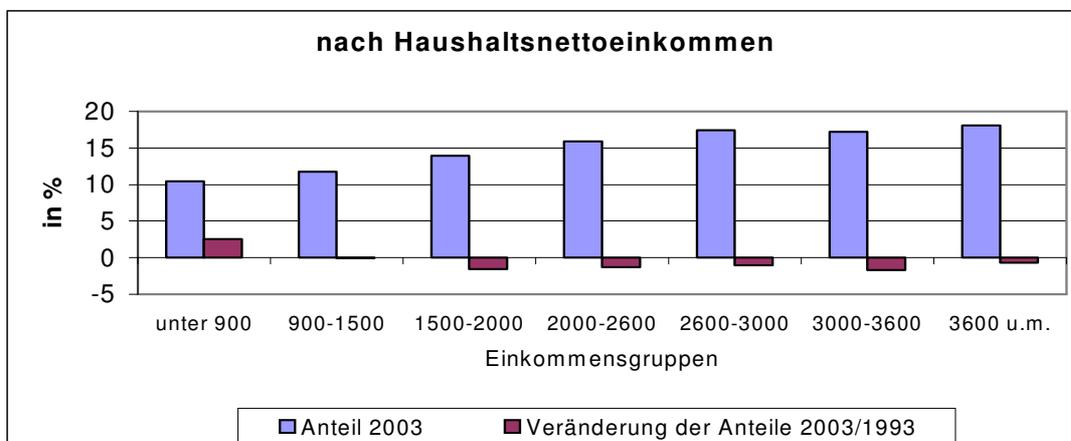
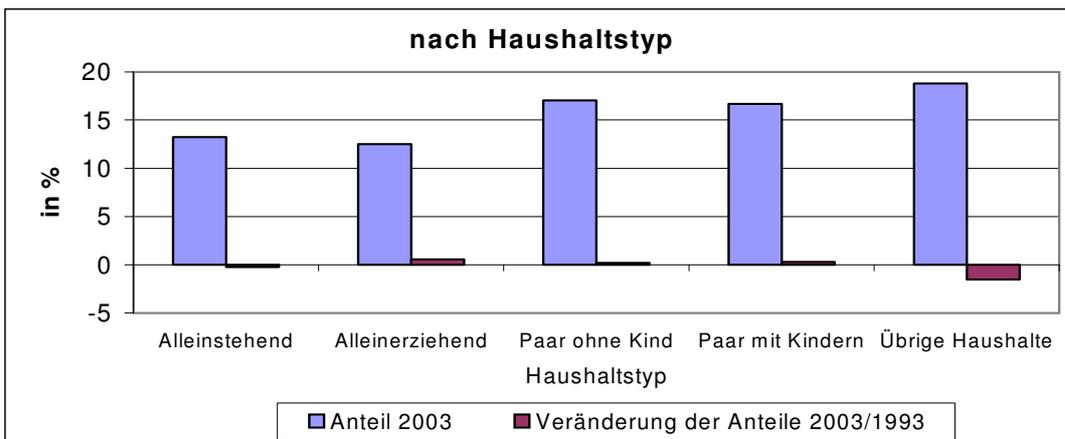
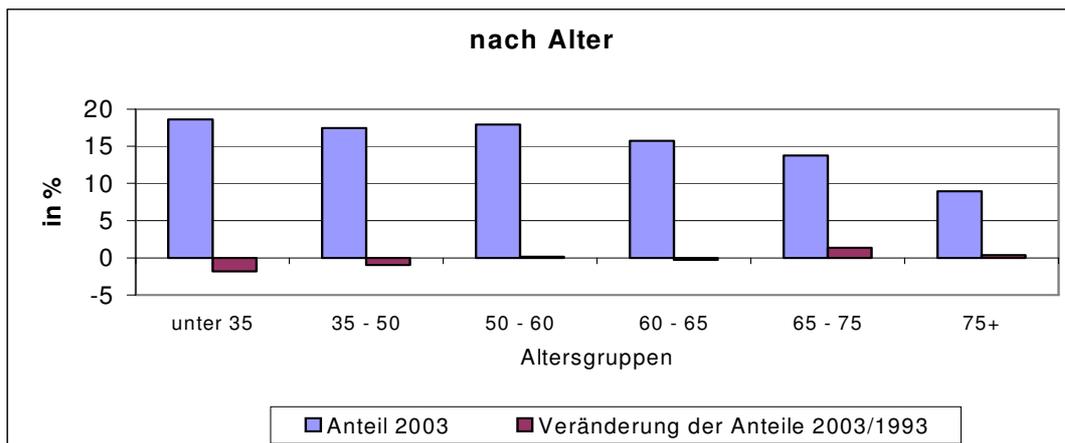


Sowohl die Höhe der Konsumausgaben als auch die strukturelle Zusammensetzung der konsumierten Güter und Dienste und damit der Anteil der Verkehrsausgaben an den gesamten Konsumausgaben hängen wie eingangs erwähnt u.a. vom Alter des Haushaltsvorstandes, dem Haushaltstyp und dem verfügbaren Einkommen ab (Abbildung 2-2). Um den Effekt der unterschiedlichen Zahl der Haushalte in den einzelnen Altersgruppen, Haushaltstypen und Einkommensklassen auf die Konsumausgaben auszuschließen, wird hier die Konsumhöhe je

¹⁰ Die Ausgaben für Verkehr umfassen im Folgenden immer die Kfz-Steuer und Kfz-Versicherungsbeiträge.

Haushalt und Monat betrachtet. Diese Betrachtungsweise ermöglicht es, die Unterschiede im Konsumverhalten zwischen den Haushalten herauszukristallisieren.

Abbildung 2-2:
Anteil der Verkehrsausgaben an den Konsumausgaben nach Alter, Haushaltstyp und Einkommensklassen in Deutschland 2003 in %



Quelle: Scientific use files der EVS 1993 und 2003; Berechnungen des DIW Berlin.

Die Differenzierung nach *Altersgruppen* ergibt für 2003 folgendes Bild:

- Die verfügbaren Einkommen und damit auch die Konsumausgaben sind in den jüngeren Altersjahren und bei den Älteren geringer als in den mittleren Altersjahren. Haushalte von unter 35-Jährigen geben pro Monat rund 1.800 Euro aus, Haushalte von 35- bis 65-Jährigen im Durchschnitt etwa rund 2.500 Euro, Haushalte von 65- bis 75-Jährigen 2.100 Euro und Haushalte von Hochbetagten (75+) 1.600 Euro. Im Durchschnitt betragen die monatlichen Konsumausgaben je Haushalt 2.200 Euro (Tabelle 2-2).
- Generell steigen die Anteile der Ausgaben fürs Wohnen, für die Energie und die Gesundheitspflege mit dem Alter an. Umgekehrt sinken die Anteile der Ausgaben für Bekleidung, Schuhe, Nachrichtenübermittlung und Bildungswesen mit dem Alter.
- Die anderen Gütergruppen weisen entweder einen mit zunehmendem Alter zunächst steigenden und dann wieder sinkenden Anteil (Nahrungsmittel, Innenausstattung) oder einen uneinheitlichen Verlauf auf. Zur letzten Gruppe gehören die Verkehrsausgaben. Ihr Anteil ist in der Altersgruppe der unter 35-Jährigen mit 18,6 % am höchsten, sinkt dann bei den 35- bis 50-Jährigen auf 17,4 % und steigt bei den 50- bis 60-Jährigen wieder auf 17,9 %. Anschließend jedoch sinkt der Anteil der Verkehrsausgaben merklich mit dem Alter und beträgt in der höchsten Altersgruppe nur noch 9 %.
- Absolut gesehen haben die Haushalte der 50- bis 60-Jährigen mit monatlich 470 Euro je Haushalt die höchsten Verkehrsausgaben, gefolgt von den Haushalten der 35- bis 50-Jährigen mit 430 Euro. Am geringsten sind die Ausgaben für Verkehr in der höchsten Altersgruppe mit 150 Euro (Durchschnitt aller Haushalte 360 Euro).

In der Betrachtung nach *Haushaltstypen*, steigen die Konsumausgaben generell mit der Zahl der im Haushalt lebenden Personen an. Während Alleinlebende rund 1300 Euro im Monat für den Konsum aufwenden, sind es bei den „Übrigen Haushalten“, die zum großen Teil aus Eltern mit ihren im Haushalt lebenden erwachsenen Kindern bestehen, rund 3100 Euro im Monat.

Tabelle 2-2:
Konsumausgaben nach dem Alter des Haupteinkommensbeziehers in Deutschland 2003

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
Erfasste Haushalte	42 744	5 822	16 403	8 024	3 941	5 845	2 709
Hochgerechnete Haushalte	38 111 000	6 353 000	12 497 344	5 897 860	3 180 797	6 031 494	4 150 506
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro							
Private Konsumausgaben	2 226	1 796	2 486	2 625	2 367	2 087	1 628
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	303	232	355	359	309	274	214
Bekleidung, Schuhe	112	99	134	130	111	94	67
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	575	451	624	652	620	559	500
Energie	119	87	127	140	128	119	108
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	128	99	139	157	146	124	85
Gesundheitspflege	86	37	67	101	122	120	119
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	363	334	433	471	372	287	146
Nachrichtenübermittlung	68	79	80	78	57	47	38
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	262	200	292	293	290	269	191
Bildungswesen	19	25	32	18	8	5	3
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	101	84	109	117	109	98	75
Andere Waren und Dienstleistungen	91	69	95	108	96	91	82
Durchschnitt je Haushalt und Monat in % des Konsums							
Private Konsumausgaben	100	100	100	100	100	100	100
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	13,6	12,9	14,3	13,7	13,0	13,1	13,1
Bekleidung, Schuhe	5,0	5,5	5,4	5,0	4,7	4,5	4,1
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	25,8	25,1	25,1	24,9	26,2	26,8	30,7
Energie	5,4	4,8	5,1	5,3	5,4	5,7	6,6
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	5,7	5,5	5,6	6,0	6,2	5,9	5,2
Gesundheitspflege	3,9	2,1	2,7	3,8	5,1	5,8	7,3
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	16,3	18,6	17,4	17,9	15,7	13,7	9,0
Nachrichtenübermittlung	3,0	4,4	3,2	3,0	2,4	2,3	2,4
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	11,8	11,2	11,8	11,2	12,2	12,9	11,7
Bildungswesen	0,9	1,4	1,3	0,7	0,4	0,2	0,2
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	4,5	4,7	4,4	4,5	4,6	4,7	4,6
Andere Waren und Dienstleistungen	4,1	3,9	3,8	4,1	4,0	4,3	5,0

Quelle: Scientific use file der EVS 2003; Berechnungen des DIW Berlin.

Die Struktur der konsumierten Güter und Dienste unterscheidet sich insbesondere zwischen Haushalten mit und ohne Kinder. So müssen Alleinerziehende und Paare mit Kinder von ihrem Budget überdurchschnittlich viel für Nahrung, Bekleidung und Bildung ausgeben, und es bleibt ihnen z. B. weniger für Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen übrig. Bei den Alleinerziehenden ist zudem der Anteil der Ausgaben für Verkehr mit 12,5 % weit unterdurchschnittlich (Tabelle 2-3). Den Alleinerziehenden, vornehmlich Frauen, stehen im Durchschnitt weniger als 1700 Euro für den Konsum monatlich zur Verfügung, so dass nur begrenzte Mittel für die Mobilität zur Verfügung stehen. Sie besitzen unterdurchschnittlich häufig einen eigenen PKW und sind oftmals auf den öffentlichen Personennahverkehr angewiesen.¹¹ Anders ist dies bei den Paarhaushalten mit Kindern. Paare mit einem Kind geben überdurchschnittlich viel für den Verkehr aus. Sind hingegen zwei oder mehr Kinder im Haushalt vorhanden, sinkt der Anteil der Verkehrsausgaben auf das Durchschnittsniveau.

Bei den „übrigen Haushalten“ ist der Anteil der Verkehrsausgaben am gesamten Konsum mit fast 19 % am höchsten. Zu den übrigen Haushalten gehören Eltern mit ihren im Haushalt lebenden erwachsenen Kindern. Die relativ hohen Ausgaben von monatlich 585 Euro deuten darauf hin, dass hier auch die erwachsenen Kinder bereits teilweise über eigene Verkehrsmittel verfügen.¹² Den Gegensatz bilden die alleinlebenden Frauen. Sie haben die geringsten Konsumausgaben und der Anteil der Verkehrsausgaben beträgt rund 10 %. Nur etwa die Hälfte der alleinlebenden Frauen verfügt über einen PKW. Die geringen Verkehrsausgaben sind hier darauf zurückzuführen, dass der Großteil alleinlebender Frauen älter als 65 Jahre ist.

Tabelle 2-3:
Konsumausgaben nach Haushaltstypen in Deutschland 2003

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushaltstyp				
		Alleinlebend	Allein- erziehend	Paar ohne Kind	Paar mit Kindern	Übrige Haushalte
Erfasste Haushalte	42 744	10 292	1 461	14 639	9 852	6 500
Hochgerechnete Haushalte	38 111 000	14 051 000	1 358 840	11 159 000	6 516 799	5 025 361
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro						
Private Konsumausgaben	2 226	1 373	1 708	2 560	2 919	3 109
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	303	165	265	337	438	447
Bekleidung, Schuhe	112	62	107	123	163	161
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	575	406	460	632	740	741
Energie	119	82	110	132	147	164
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	128	68	81	157	177	177
Gesundheitspflege	86	58	37	122	74	114
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	363	182	214	437	487	585
Nachrichtenübermittlung	68	49	78	64	83	108
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	262	165	192	313	339	340
Bildungswesen	19	7	38	9	53	28
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	101	66	52	131	114	125
Andere Waren und Dienstleistungen	91	64	75	106	103	120
Durchschnitt je Haushalt und Monat in % des Konsums						
Private Konsumausgaben	100	100	100	100	100	100
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	13,6	12,0	15,5	13,2	15,0	14,4
Bekleidung, Schuhe	5,0	4,5	6,2	4,8	5,6	5,2
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	25,8	29,6	27,0	24,7	25,3	23,8
Energie	5,4	5,9	6,4	5,1	5,0	5,3
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	5,7	5,0	4,7	6,1	6,1	5,7
Gesundheitspflege	3,9	4,2	2,2	4,7	2,5	3,7
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	16,3	13,2	12,5	17,1	16,7	18,8
Nachrichtenübermittlung	3,0	3,6	4,5	2,5	2,8	3,5
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	11,8	12,0	11,3	12,2	11,6	10,9
Bildungswesen	0,9	0,5	2,2	0,3	1,8	0,9
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	4,5	4,8	3,0	5,1	3,9	4,0
Andere Waren und Dienstleistungen	4,1	4,6	4,4	4,1	3,5	3,9

Quelle: Scientific use file der EVS 2003; Berechnungen des DIW Berlin.

¹¹ Von den Alleinerziehenden besitzen rund zwei Drittel zumindest einen PKW, im Vergleich dazu besitzen fast alle (94 %) Familienhaushalte zumindest ein Auto. Vgl. Statistisches Bundesamt: Fachserie 15 – EVS2003, Heft 1.

¹² Bei diesen Haushalten besitzen 100 Haushalte im Durchschnitt 165 PKW's, es existiert also ein hoher Anteil von Haushalten mit 2 oder mehr Autos.

Generell steigen mit zunehmendem *Haushaltsnettoeinkommen* die Konsumausgaben an, wobei sich der Anstieg nicht in allen Gütergruppen gleich stark vollzieht. Güter, die eher Grundbedürfnisse decken, werden auch bei geringem Einkommen im erforderlichen Maße nachgefragt. Der Anteil der Ausgaben etwa für Nahrungsmittel oder Wohnen ist dementsprechend bei Haushalte mit geringem Einkommen hoch. Güter, die eher nicht den Grundbedürfnissen zuzurechnen sind, werden mit steigendem Einkommen stärker nachgefragt. So steigen die Ausgaben für einige Güter im Bereich Freizeit und Erholung mit steigendem Einkommen überdurchschnittlich an. Insgesamt wird für Nahrungsmittel, Wohnen, Energie, Nachrichtenübermittlung sowie Andere Waren und Dienste mit zunehmendem Einkommen *anteilmäßig* weniger ausgegeben (Tabelle 2-4). Im Gegensatz dazu steigen die Anteile für Bekleidung, Innenausstattung, Gesundheitspflege und Beherbergungs- und Gaststättenleistungen mit zunehmendem Einkommen. Besonders stark ist die anteilmäßige Zunahme im Bereich Verkehr. Während Haushalte, deren Einkommen geringer ist als 900 Euro im Monat, mit 87 Euro rund 10 % ihrer Konsumausgaben für den Verkehr ausgeben, sind es in der höchsten Einkommensgruppe, den Haushalten mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 3600 Euro und mehr, mit 660 Euro etwa 18 %.

Zusammengefasst ergibt sich für die Verkehrsausgaben: sie sind am geringsten im hohen Alter, bei alleinlebenden Frauen und bei geringem Einkommen und am höchsten im mittleren Alter, bei Haushalten mit mehreren Kindern und bei erwachsenen Kindern im Haushalt, und beim höchsten Einkommen.

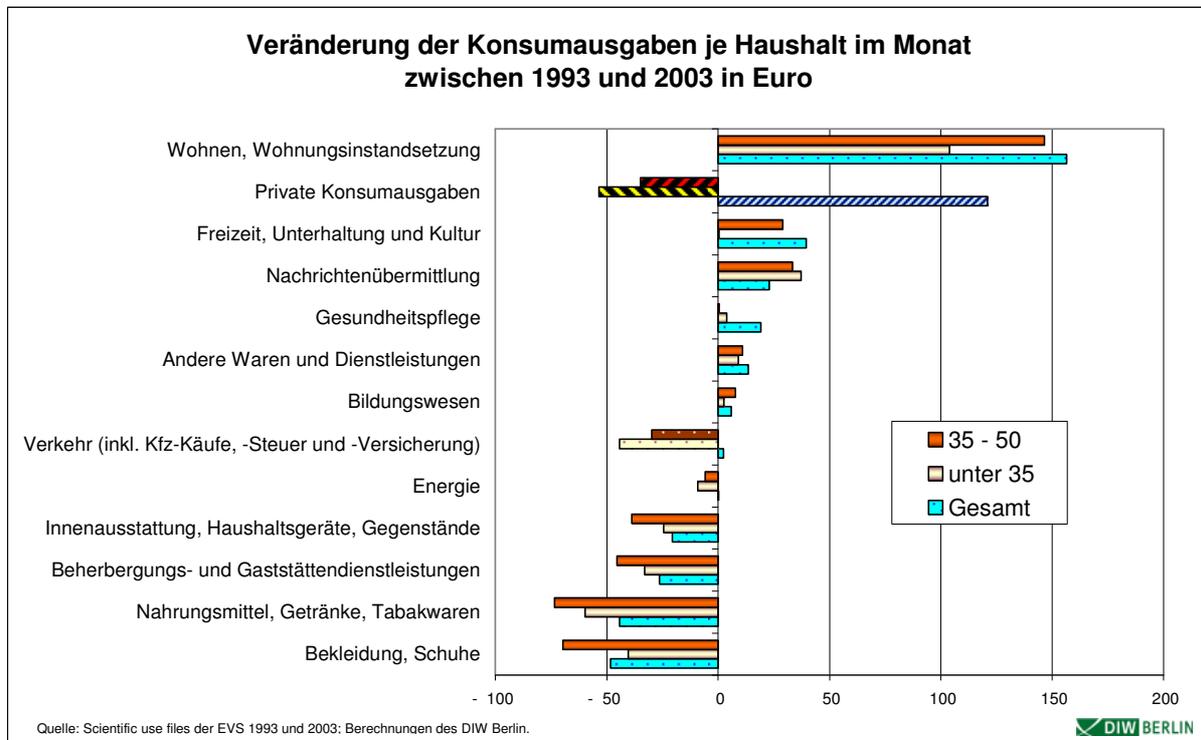
Tabelle 2-4:
Konsumausgaben nach Einkommensklassen in Deutschland 2003

Gegenstand der Nachweisung	Haushaltsnettoeinkommen in Euro je Haushalt und Monat im jeweiligen Jahr (in Preisen von 2003)							
	Gesamt	unter 900	900 - 1500	1500 - 2000	2000 - 2600	2600 - 3000	3000 - 3600	3600 u.m.
Erfasste Haushalte	42 744	1 761	4 559	4 831	6 220	3 889	5 520	15 964
Hochgerechnete Haushalte	38 111 000	3 159 966	7 059 472	5 403 528	5 810 973	3 278 878	4 128 018	9 270 165
	Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro							
Private Konsumausgaben	2 226	831	1 217	1 623	2 066	2 419	2 721	3 633
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	303	140	189	243	301	347	376	433
Bekleidung, Schuhe	112	36	56	81	100	118	138	192
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	575	268	361	443	530	603	688	888
Energie	119	63	82	97	115	134	140	168
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	128	28	56	78	113	140	163	234
Gesundheitspflege	86	18	35	52	68	78	91	179
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	363	87	143	227	328	421	468	658
Nachrichtenübermittlung	68	41	50	58	63	72	77	94
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	262	76	136	192	254	283	323	433
Bildungswesen	19	7	7	11	15	20	25	37
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	101	30	49	68	91	107	125	175
Andere Waren und Dienstleistungen	91	36	53	72	88	96	106	142
	Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro in % des Konsums							
Private Konsumausgaben	100	100	100	100	100	100	100	100
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	13,6	16,9	15,6	14,9	14,6	14,3	13,8	11,9
Bekleidung, Schuhe	5,0	4,4	4,6	5,0	4,8	4,9	5,1	5,3
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	25,8	32,3	29,7	27,3	25,6	24,9	25,3	24,5
Energie	5,4	7,6	6,7	6,0	5,6	5,5	5,1	4,6
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	5,7	3,4	4,6	4,8	5,4	5,8	6,0	6,4
Gesundheitspflege	3,9	2,2	2,9	3,2	3,3	3,2	3,3	4,9
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	16,3	10,5	11,8	14,0	15,9	17,4	17,2	18,1
Nachrichtenübermittlung	3,0	5,0	4,1	3,6	3,1	3,0	2,8	2,6
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	11,8	9,1	11,2	11,9	12,3	11,7	11,9	11,9
Bildungswesen	0,9	0,8	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9	1,0
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	4,5	3,6	4,0	4,2	4,4	4,4	4,6	4,8
Andere Waren und Dienstleistungen	4,1	4,3	4,3	4,4	4,3	4,0	3,9	3,9

Quelle: Scientific use file der EVS 2003; Berechnungen des DIW Berlin.

In den 10 Jahren *zwischen 1993 und 2003* konnten die Konsumausgaben durchschnittlich je Haushalt real um monatlich 120 Euro gesteigert werden.¹³ Das verfügbare Einkommen war zwischen 1993 und 2003 mit einem realen Zuwachs von 76 Euro monatlich nahezu konstant, und zur Aufrechterhaltung des Konsums wurde teilweise die Ersparnis verringert. Dennoch schränkten insbesondere die Haushalte der unter 35-Jährigen und die Familienhaushalte (35 bis 50 Jahre) ihren Konsum ein. Aber auch die anderen Haushalte reagierten mit einer Umschichtung ihrer Budgetausgaben. Dies führte dazu, dass insbesondere bei den Ausgaben für Nahrung, Bekleidung, Innenausstattung und Beherbergung gespart wurde (Abbildung 2-3). Die Einsparungen bei Nahrungsmitteln wurden u.a. dadurch erreicht, dass gezielt preiswerte Angebote wahrgenommen wurden, wofür das Wachstum der Billigdiscounter einen Hinweis liefert. Im Bereich der Bekleidung dürfte ein ähnlicher Effekt die Einsparungen bewirkt haben. Dies gilt ebenso für die Innenausstattung.

Abbildung 2-3:
Veränderung der Konsumausgaben je Haushalt in ausgewählten Altersgruppen zwischen 1993 und 2003 in Deutschland in Euro (in Preisen von 2003)

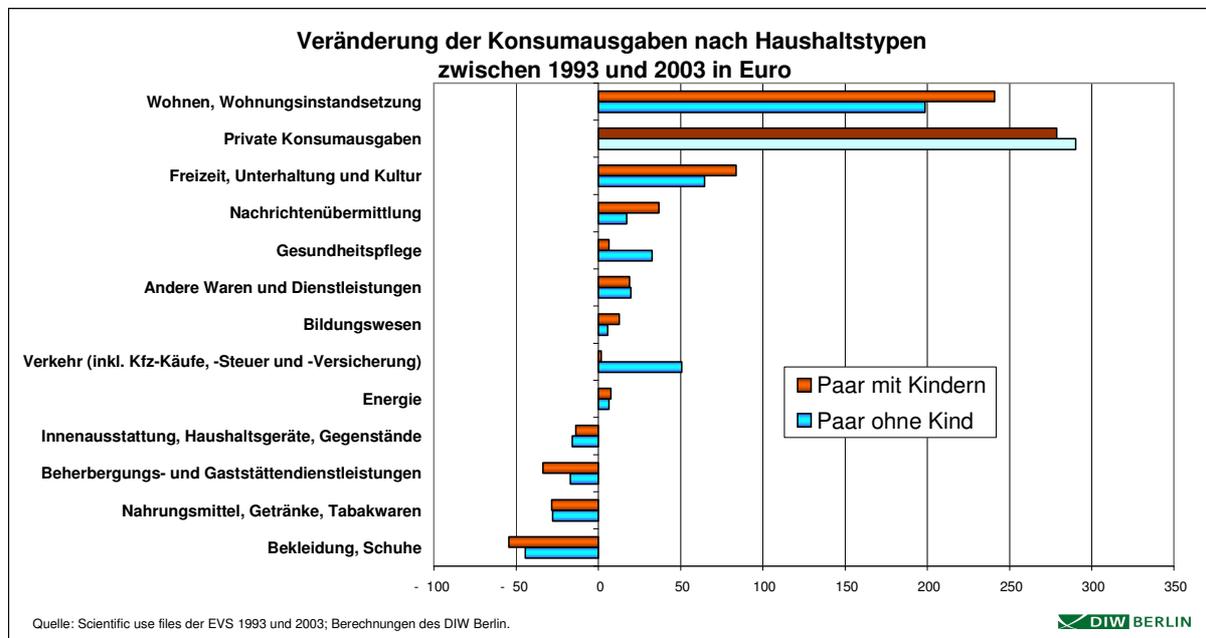


Obwohl die Ausgaben für Verkehr im Durchschnitt je Haushalt zwischen 1993 und 2003 nahezu gleich geblieben sind, mussten die Haushalte der unter 35-Jährigen sowie der 35- bis 50-Jährigen ihre Verkehrsausgaben je Haushalt einschränken. Ausgeglichen wurde der Rückgang der Verkehrsausgaben bei den unter 50-Jährigen durch den Mehrkonsum in den Haushalten der 50-Jährigen und Älteren. Insbesondere die 65- bis 75-Jährigen steigerten ihre Ausgaben für Verkehr, und zwar um 69 Euro oder 32 % im Monat.

Betrachtet man die Konsumententwicklung zwischen 1993 und 2003 nach Haushaltstypen, so wird deutlich, dass Paare mit Kinder stärker ihren Konsum im Bereich Bekleidung und Beherbergung einschränken mussten als Paare ohne Kinder (Abbildung 2-4). Auffällig ist der Unterschied in der Ausgabenentwicklung insbesondere im Verkehr. Hier blieben die Ausgaben bei den Paaren mit Kindern nahezu gleich (+2 Euro), während die Paarhaushalte ohne Kinder deutlich mehr, nämlich 51 Euro im Monat, für Verkehrsleistungen ausgaben.

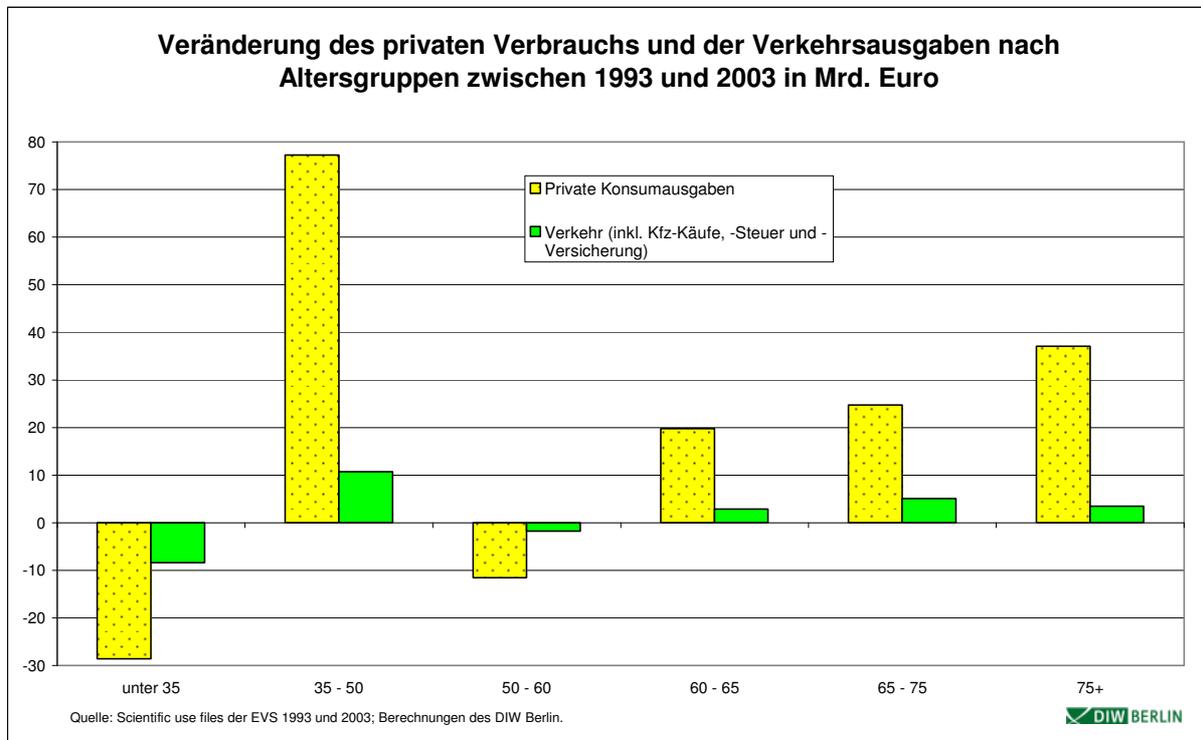
¹³ Im Folgenden werden die Konsumausgaben jeweils in Preisen von 2003, also real, ausgewiesen. Dies gilt für den vergangenen Zeitraum von 1993 bis 2003 ebenso wie für die Vorausschätzung bis 2025.

Abbildung 2-4:
Veränderung der Konsumausgaben je Haushalt in ausgewählten Haushaltstypen zwischen 1993 und 2003 in Deutschland in Euro (in Preisen von 2003)



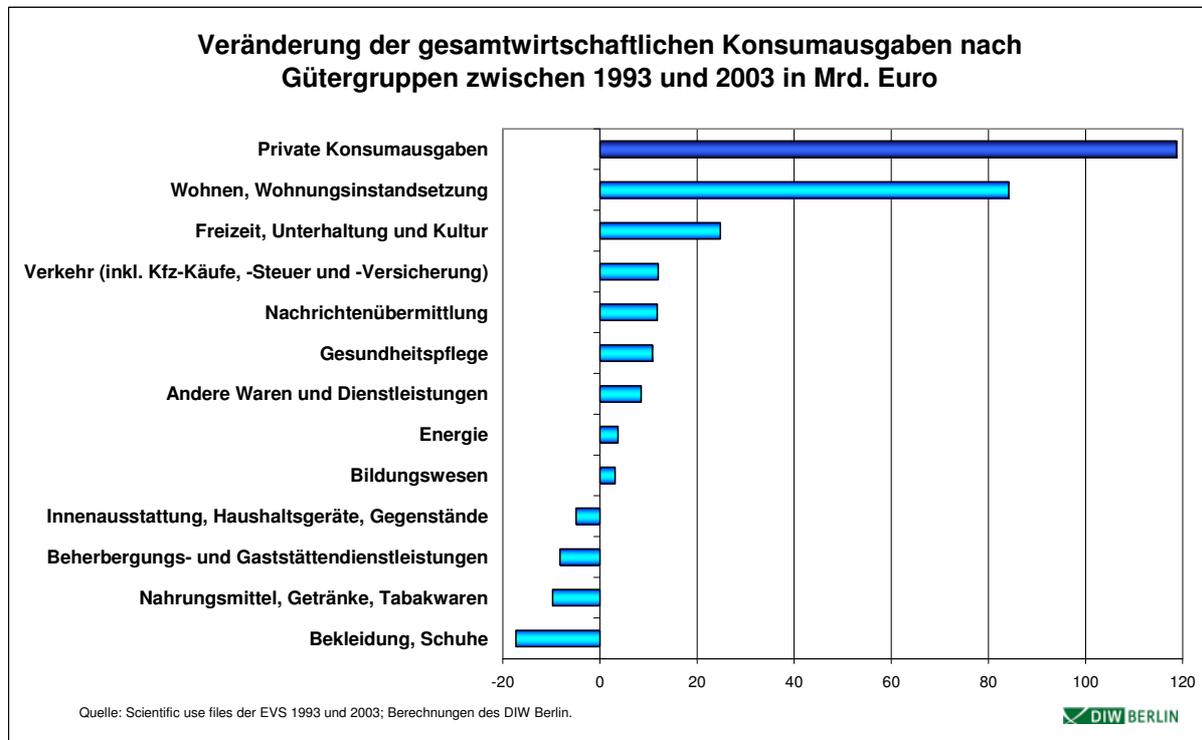
Die Veränderung des Konsums in den einzelnen Haushalten ergibt zusammen mit der Veränderung der Zahl der Haushalte eine Verschiebung sowohl in der gesamtwirtschaftlichen Konsumstruktur als auch des Anteils der einzelnen Altersgruppen bzw. Haushaltstypen am gesamten Konsum. Zwischen 1993 und 2003 ist der private Verbrauch um 119 Mrd. Euro gestiegen, wobei der Rückgang der Zahl der Haushalte in der Altersgruppe der unter 35-Jährigen sowie der 50- bis 60-Jährigen hier zu einer Verringerung der Konsumausgaben führte. In der Altersgruppe der 35- bis 50-Jährigen hat die Zunahme der Zahl der Haushalte den Rückgang der Ausgaben je Haushalt überkompensiert, so dass insgesamt ein deutlicher Zuwachs des privaten Verbrauchs erzielt wurde. Eine gleichgerichtete Entwicklung ergibt sich bei den Verkehrsausgaben (Abbildung 2-5).

Abbildung 2-5:
Veränderung des privaten Verbrauchs und der Verkehrsausgaben nach Altersgruppen zwischen 1993 und 2003 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003)



Den Gesamteffekt der Veränderung der Haushaltszahl und des Konsumverhaltens auf die Ausgaben in den einzelnen Gütergruppen zeigt Abbildung 2-6. Die Konsumausgaben waren bei Bekleidung, Nahrungsmitteln, Beherbergung und Innenausstattung rückläufig, so wie es bereits das Bild für den einzelnen Haushalt gezeigt hat. Die anderen Bereiche hatten Zugewinne zu verzeichnen, wobei für den Verkehr im Jahr 2003 insgesamt 12 Mrd. Euro mehr ausgegeben wurden als 1993.

Abbildung 2-6:
Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Konsumausgaben nach Gütergruppen zwischen 1993 und 2003 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003)

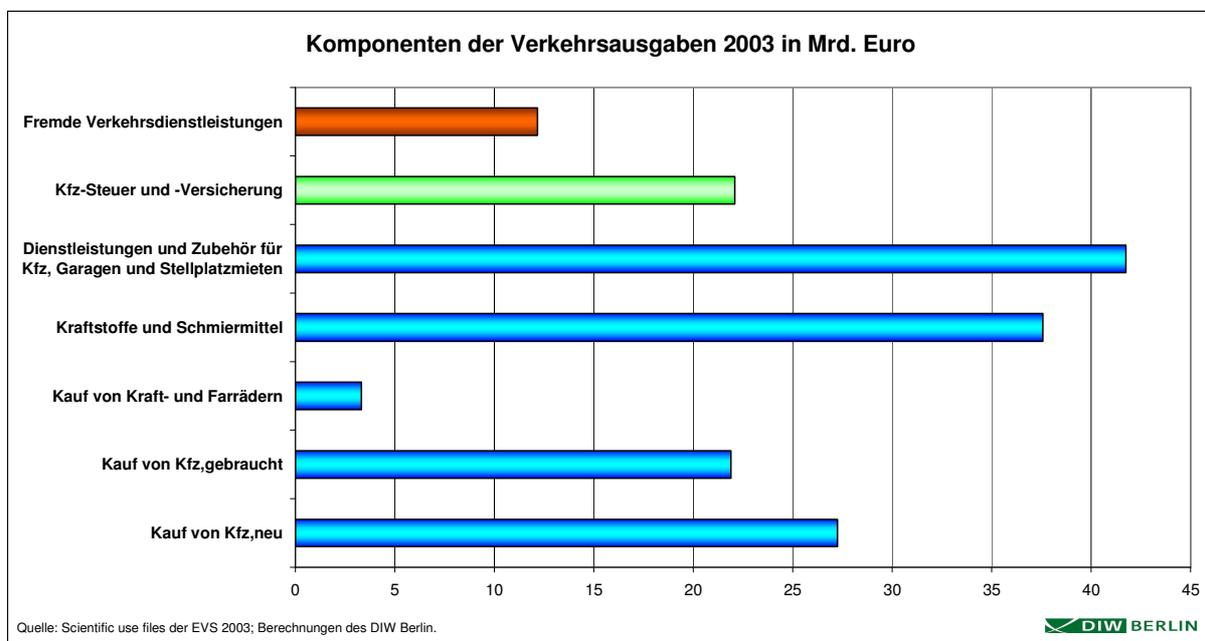


Entwicklung der Komponenten der Verkehrsausgaben

Die Konsumausgaben für den Verkehr setzen sich in unserer Abgrenzung aus den Ausgaben für den Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Kraft- oder Fahrrädern, für die Benutzung des öffentlichen Personennahverkehrs sowie den Luftverkehr (fremde Verkehrsdienstleistungen), und den Ausgaben für Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Kraftstoffe und Garagenmieten sowie den Aufwendungen für Kfz-Steuern und Kfz-Versicherungen zusammen. Von den Konsumausgaben für Verkehr in Höhe von rund 166 Mrd. Euro im Jahr 2003 wurde der größte Teil (30 %) für den Kauf neuer oder gebrauchter Kfz, insgesamt 49 Mrd. Euro, ausgegeben, gefolgt von den Kraftstoffen und Schmiermitteln, insgesamt 38 Mrd. Euro (23 %) (Abbildung 2-7). Die Ausgaben für Dienstleistungen und Kfz Zubehör (ohne Garagenmieten) betragen fast 30 Mrd. (18 %) und für Kfz-Steuern und Kfz-Versicherungen wurden 22 Mrd. Euro aufgewendet (13 %). Somit entfallen rund 84 % der privaten Konsumausgaben für Verkehr auf die mit der Nutzung von Kfz anfallenden Kosten. Zählt man die Garagenmieten hinzu sind es

sogar 91 %. Damit spielen die Ausgaben für fremde Verkehrsdienstleistungen nur eine untergeordnete Rolle. Rund ein Viertel dieser Ausgaben entfielen 2003 auf die Personenbeförderung im Luftverkehr, die übrigen Ausgaben auf den ÖPNV (einschließlich Bahnfahrten). Die Entgelte für solche Dienstleistungen sind zumeist staatlich subventioniert und geben nicht die tatsächlichen Kosten für die Benutzung solcher Dienste wider. Deshalb ergibt sich hier eine große Differenz zwischen privat zu tragenden Ausgaben und öffentlichen Ausgaben des Staates.¹⁴

Abbildung 2-7:
Komponenten der Verkehrsausgaben 2003 in Mrd. Euro

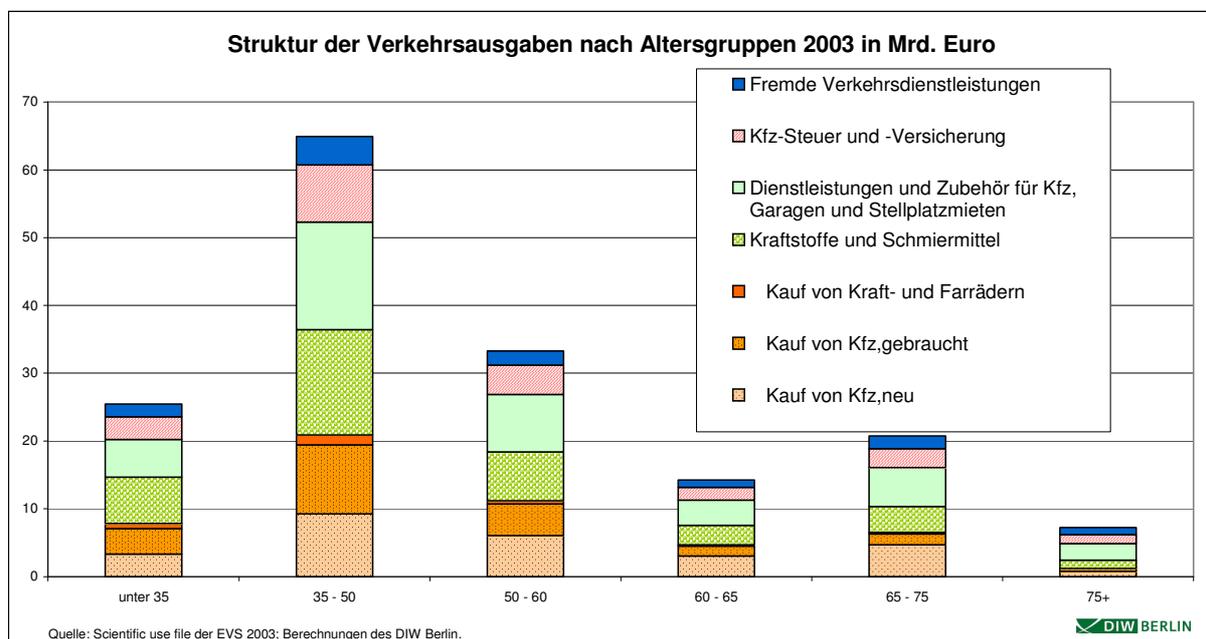


Wie die gesamten Verkehrsausgaben hängen die Konsumausgaben für die einzelnen Komponenten wesentlich von den Strukturmerkmalen der Haushalte ab. Differenziert nach *Altersgruppen* entfallen die höchsten Ausgabenanteile für die einzelnen Komponenten auf die Gruppe der 35- bis 50-Jährigen (Abbildung 2-8 und Tabelle 7-1 im Anhang). 40 % der Ausgaben für den Kauf von Kfz entfallen auf diese Altersgruppe, bei den Ausgaben für den ÖPNV sind es immerhin 35 %. Auch absolut gesehen haben die Haushalte der 35- bis 50-

¹⁴ Dabei sind weder in den privaten Konsumausgaben noch in den genannten öffentlichen Ausgaben des Staates die externen Kosten des Verkehrs, wie beispielsweise die Kosten des Lärms oder die Kosten der Luftverschmutzung, vollständig erfasst.

Jährigen mit 21 Mrd. Euro für den Kfz-Kauf sowie 4,2 Mrd. Euro für Fremde Verkehrsdienste die höchsten Ausgaben, denn sie stellen mit 12,5 Mio. Haushalten die größte Konsumentengruppe. Auf die Altersgruppe der 50- bis 60-Jährigen entfallen rund 22 % der Ausgaben für Käufe von Kfz und 17 % der Ausgaben für den ÖPNV. Insgesamt gesehen stellen sie mit rund 11 Mrd. Euro Ausgaben für Kfz-Käufe die zweitgrößte Konsumentengruppe. Bezogen auf den einzelnen Haushalt, geben die 50-bis 60-Jährigen jedoch mit rund 150 Euro pro Monat mit Abstand am meisten für den Fahrzeugkauf aus. Dies deutet darauf hin, dass der Anteil der Haushalte, die sich einen neuen oder gebrauchten PKW zugelegt haben, in dieser Altersgruppe höher ist als im Durchschnitt.¹⁵ Insbesondere die Ausgaben für den Neukauf sind hier mit durchschnittlich 85 Euro monatlich höher als in allen anderen Altersgruppen. Den geringsten Anteil an den Ausgaben für Käufe von Kfz haben die 75-Jährigen und Älteren (2,3 %).

Abbildung 2-8:
Komponenten der Verkehrsausgaben nach Altersgruppen 2003 in Mrd. Euro



¹⁵ Dabei ist zu beachten, dass Kraftfahrzeuge langlebige Gebrauchsgüter sind und der Kauf eines Kfz lediglich im größeren zeitlichen Abstand erfolgt. Die Ausgaben fallen hierfür somit nicht kontinuierlich an, wie etwa die Ausgaben für Kraftstoffe. Der Kauf etwa eines Neufahrzeuges erhöht im Jahr des Kaufes merklich die gesamten Verkehrsausgaben dieses Haushalts in der EVS, da der Kaufpreis nicht über die Nutzungsdauer des Fahrzeugs periodisiert wird. Werden die durchschnittlichen Ausgaben für Käufe von Kfz je Haushalt und Monat betrachtet, so ergeben sich diese aus den Käufen von Kfz eines Teils der Konsumenten, der jedoch auf alle Konsumenten (gleicher Merkmale, wie Alter, Haushaltstyp und Einkommen) verteilt werden.

Die unterschiedlichen Ausgaben für die Käufe (aber auch für den Betrieb) von Kfz deuten bereits darauf hin, dass der Ausstattungsgrad mit PKW in den Altersgruppen unterschiedlich ist. Nach der EVS 2003 **besitzen drei Viertel aller Haushalte zumindest einen PKW**, wobei der Ausstattungsgrad mit PKW bei den ganz jungen Haushalten unter 25 Jahren (55 %) und bei den Haushalten der 70-Jährigen und Älteren (57 % und 37 %) geringer ist als in den mittleren Altersjahren (rund 84 % bei den 35- bis 65-Jährigen). Häufig besitzen Haushalte mehr als einen PKW. **Der Ausstattungsbestand ist im mittleren Alter (45- bis 55 Jahre) mit 1,3 PKW pro Haushalt am höchsten.** Von den Älteren haben zwei von drei (70- bis 80-Jährige) bzw. einer von drei (80-Jährige und Ältere) Haushalten einen PKW. Generell steigt die Zahl der PKW je Haushalt mit der Größe des Haushalts sowie mit der Höhe des Haushaltsnettoeinkommens.

Der unterschiedliche Ausstattungsgrad mit PKW in den Altersgruppen gibt auch einen Hinweis darauf, inwieweit Haushalte auf fremde Verkehrsdienstleistungen angewiesen sind. Vor allem Haushalte ganz junger Personen und Haushalte Älterer weisen dementsprechend einen vergleichsweise hohen Anteil an Ausgaben für solche Dienste aus. Allgemein sinken die Anteile für fremde Verkehrsdienstleistungen zunächst mit dem Alter und sind bei den Haushalten der 50- bis 60-Jährigen am geringsten (rund 7 %). Bei den Haushalten im mittleren Alter sind es vor allem die Kinder, die häufig auf den ÖPNV angewiesen sind. Bei den Haushalten der 60-Jährigen und Älteren steigen die Ausgabenanteile für den ÖPNV wieder. Haushalte Hochbetagter (75+) geben etwa ein Viertel ihres Verkehrsbudgets für fremde Verkehrsdienste aus. Unter diesen Haushalten haben die allein lebenden Frauen einen großen Anteil, die häufig nicht über einen Führerschein verfügen und auf fremde Verkehrsdienste angewiesen sind. Dies wird sich bei den nachwachsenden Generationen sicherlich anders darstellen.

Legt man den Focus auf die *Haushaltstypen*, dann sind es die **Paare ohne Kinder, die mit rund 35 % den größten Anteil der Verkehrsausgaben tragen.** Dies gilt für alle Untergruppen mit Ausnahme der fremden Verkehrsdienstleistungen. Bei diesen haben die Alleinlebenden mit rund 35 % den größten Anteil (Abbildung 2-9). Die Paare ohne Kinder stellen mit 11,2 Mio. Haushalten die größte Gruppe und geben insgesamt rund 59 Mrd. Euro für den

Verkehr, darunter mehr als 20 Mrd. Euro für den Kauf von Kfz aus (Abbildung 2-10). Betrachtet man hingegen die Ausgaben je Haushalt, dann tätigen die „Übrigen Haushalte“ in allen Komponenten, also auch bei den Kfz-Käufen und den fremden Verkehrsdienstleistungen, die höchsten Ausgaben. Sie geben rund 190 Euro monatlich für Kfz-Käufe aus, während Paare ohne Kinder rund 150 Euro und Paare mit Kindern rund 160 Euro dafür aufwenden (Tabelle 7-2 im Anhang). Ihre Ausgaben für den ÖPNV sind mit 34 Euro monatlich merklich höher als bei Paaren mit Kindern oder Alleinerziehenden.

Abbildung 2-9:
Anteil der Haushaltstypen in den Komponenten der Verkehrsausgaben 2003 in %

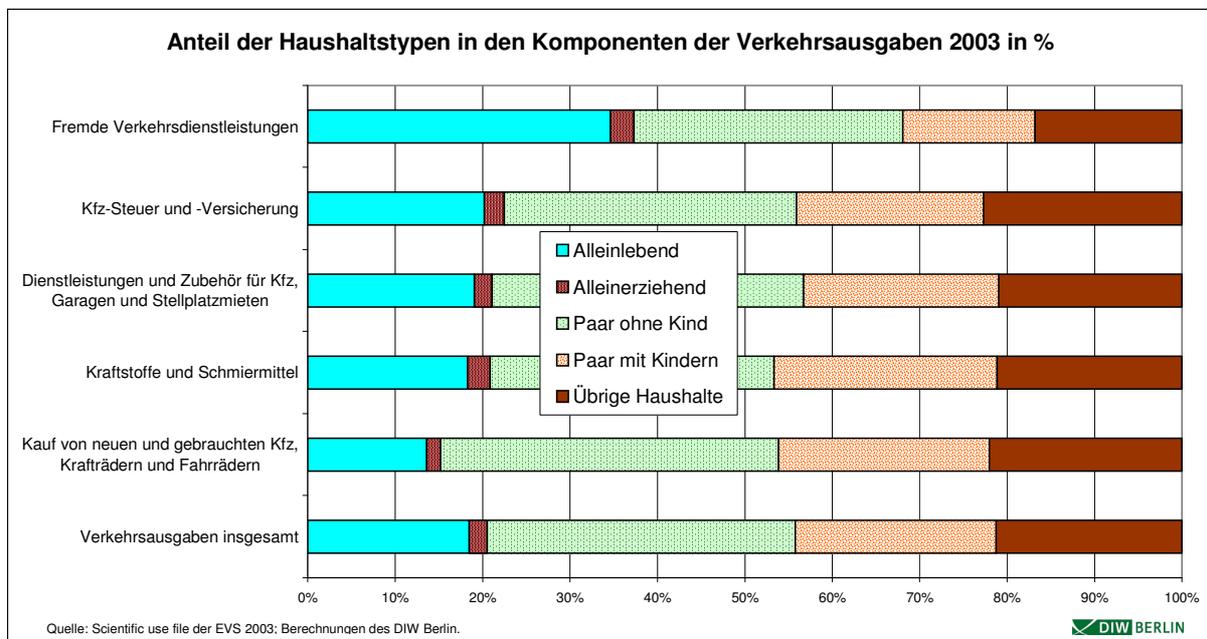
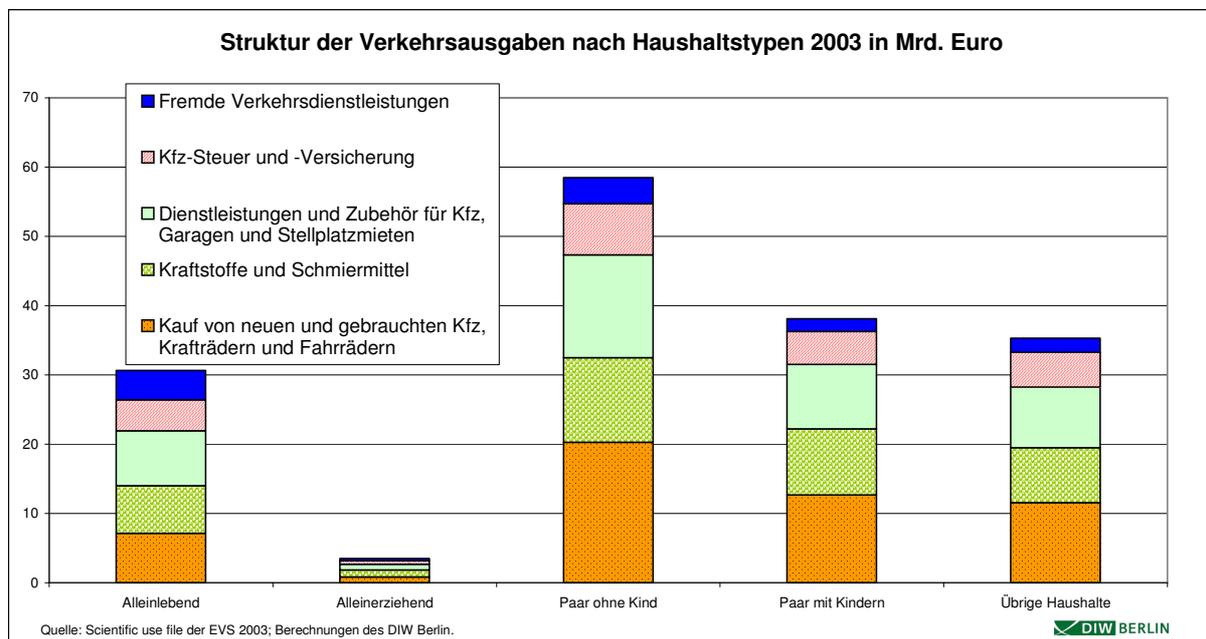
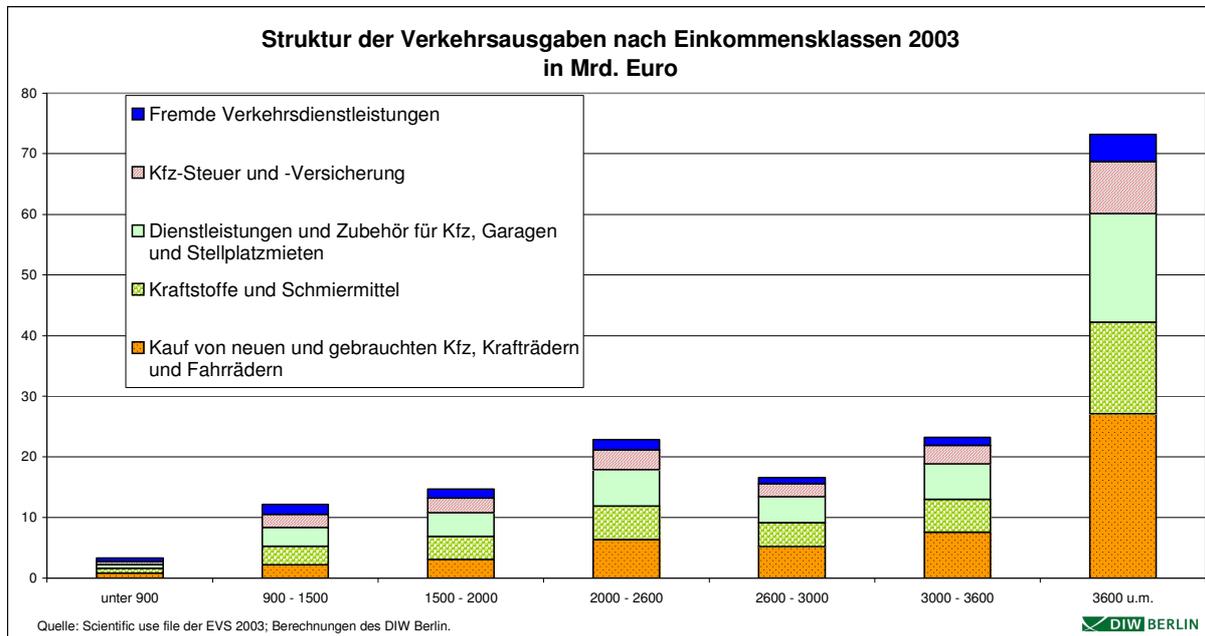


Abbildung 2-10:
Komponenten der Verkehrsausgaben nach Haushaltstypen 2003 in Mrd. Euro



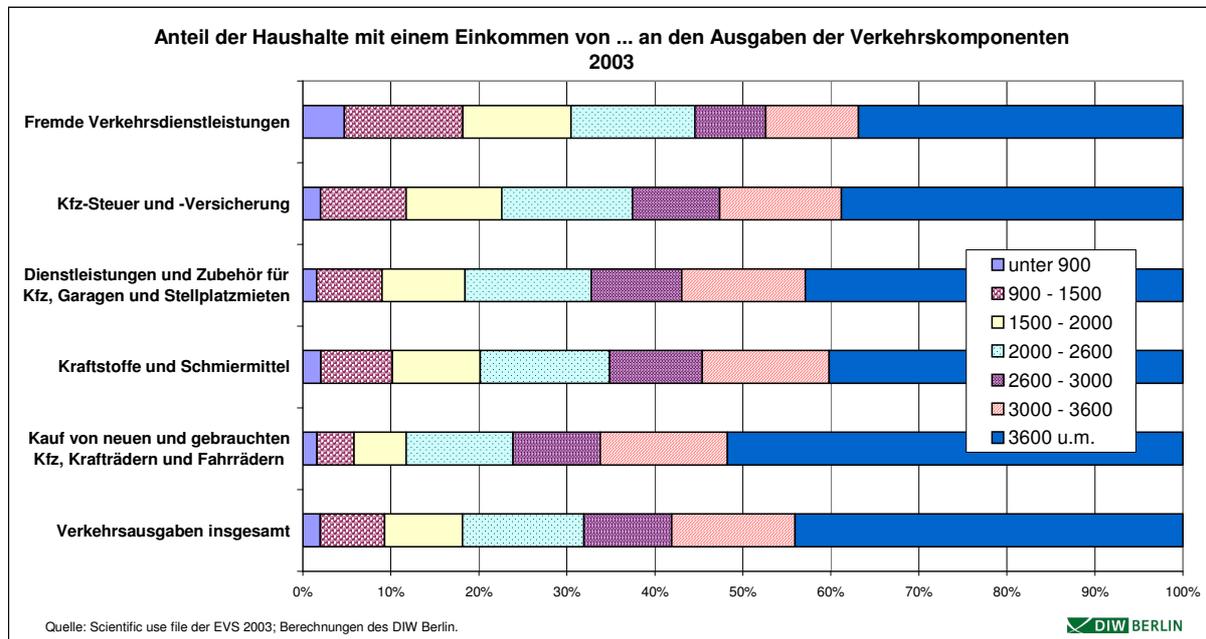
Absolut gesehen steigen die Ausgaben für den Erwerb und Betrieb von Fahrzeugen und auch die Ausgaben für fremde Verkehrsdienstleistungen mit steigendem *Haushaltsnettoeinkommen* an (Abbildung 2-11 und Tabelle 7-3 im Anhang). Besonders merklich ist jedoch der Zuwachs bei den Ausgaben für Kfz-Käufe zwischen der vorletzten und der letzten Einkommensklasse. Haushalte mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 3600 Euro und mehr geben im Durchschnitt 60 % mehr für den Kauf von Fahrzeugen aus als die Haushalte, deren Einkommen zwischen 3000 und 3600 Euro liegt. Dies ist teilweise auf die offene oberste Klassengrenze zurückzuführen. Es ist jedoch ebenfalls Ausdruck eines anderen Kaufverhaltens. Denn vergleicht man die Ausgaben für Kraftstoffe der beiden Einkommensgruppen, so ist die Differenz hier mit rund einem Viertel wesentlich geringer. Dies gilt auch für die Dienstleistungen für Kfz und die Steuern.

Abbildung 2-11:
Komponenten der Verkehrsausgaben nach Einkommensklassen 2003 in Mrd. Euro



Insgesamt entfallen auf die Haushalte mit einem Haushaltsnettoeinkommen von monatlich 3600 Euro und mehr rund 44 % der gesamten Verkehrsausgaben und ihr Anteil bei den Kfz-Käufen beträgt sogar rund 52 % (Abbildung 2-12). Während die Anteile der Ausgaben für Kfz mit steigendem Einkommen zunehmen, ist dies für die Ausgaben für fremde Verkehrsdienstleistungen umgekehrt. Haushalte mit einem niedrigen Einkommen geben anteilmäßig wesentlich mehr für den ÖPNV aus, als Haushalte mit mittlerem oder hohem Einkommen. Am geringsten ist der Anteil der Ausgaben für den ÖPNV in der Einkommensklasse 3000 bis unter 3600 Euro.

Abbildung 2-12:
Anteile der Haushalte mit einem Einkommen von an den Ausgaben der Verkehrskomponenten 2003 in %



Betrachtet man die Entwicklung in den einzelnen Untergruppen des Verkehrs in den Jahren *zwischen 1993 und 2003*, so fällt die hohe Dynamik der Ausgaben für den Verkehr insgesamt und für den Fahrzeugneukauf in der Altersgruppe der 65- bis 75-Jährigen auf. Während die jungen Haushalte (unter 35 Jahre) sowie die Familienhaushalte (35- bis 50 Jahre) ihre Konsumausgaben für Verkehr einschränken mussten, gaben die Haushalte mit einem Haupteinkommensbezieher über 50 Jahre mehr für den Verkehr aus (pro Haushalt und Monat gerechnet, siehe Tabelle 2-5). Die Haushalte der 65- bis 75-Jährigen steigerten ihre Ausgaben für Verkehr um ein Drittel und die Haushalte der 75-Jährigen und Älteren um ein Viertel (je Haushalt und Monat). Die Haushalte der 65- bis 75-Jährigen waren die einzige Gruppe, die für den Neufahrzeugkauf mehr Geld ausgegeben hat als 1993, nämlich ein Drittel mehr, alle übrigen Haushalte haben hier ihre Ausgaben zurückgefahren.. Auch bei den fremden Verkehrsdienstleistungen verringerten sich die Ausgaben zwischen 1993 und 2003, und zwar in allen Altersgruppen.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass hochgerechnet auf alle Haushalte die Ausgaben für den Kauf und Betrieb von Kfz am höchsten sind bei den Haushalten im Alter von 35- bis 50-Jahre, bei den Paaren ohne Kinder sowie in der höchsten Einkommensklasse. Während zwischen 1993 und 2003 vor allem die Familienhaushalte im Alter von 35- bis 50- Jahren ihre

Ausgaben für den Fahrzeugkauf je Haushalt, aber auch insgesamt über alle Haushalte betrachtet, einschränken mussten, haben allein die 65- bis 75-Jährigen ihren diesbezüglichen Konsum gesteigert (je Haushalte und auch insgesamt). Fremde Verkehrsleistungen haben die größte Bedeutung für Alleinlebende und Haushalte mit einem geringen Einkommen. Die Ausgaben für den ÖPNV haben sich in allen Altersgruppen in der Vergangenheit verringert

Tabelle 2-5:

Veränderung der realen Konsumausgaben für den Bereich Verkehr in Deutschland 1993-2003

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbezieher/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
Veränderung der Zahl der Haushalte							
Erfasste Haushalte	2 514	- 2 258	2 737	145	891	189	810
Hochgerechnete Haushalte	2 511 329	-1 104 267	2 726 405	- 889 816	428 641	24 457	1 325 908
Veränderung der realen Ausgaben im Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro*							
Verkehrsausgaben insgesamt	2	-44	-30	40	30	69	34
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz,	-24	-43	-49	-10	-9	18	-6
Kauf von Kfz,neu	-13	-16	-35	-8	-1	16	-5
Kauf von Kfz,gebraucht	-8	-24	-13	5	-5	2	0
Kauf von Kraft- und Fahrrädern	-2	-4	-4	-4	-3	1	0
Kraftstoffe und Schmiermittel	15	12	15	24	15	18	12
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz,	24	10	21	37	30	34	24
Kfz-Steuer und -Versicherung	-2	-11	-6	2	1	7	11
Fremde Verkehrsdienstleistungen	-11	-12	-12	-14	-8	-8	-6
Veränderung der realen Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr*							
Verkehrsausgaben insgesamt	12,0	- 8,4	10,7	- 1,8	2,9	5,1	3,5
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	- 6,9	- 5,2	- 1,1	- 2,5	0,3	1,4	0,2
Kauf von Kfz,neu	- 3,6	- 2,1	- 1,9	- 1,4	0,4	1,1	0,1
Kauf von Kfz,gebraucht	- 2,2	- 3,0	0,8	- 0,2	0,0	0,1	0,1
Kauf von Kraft- und Fahrrädern	- 0,6	- 0,5	- 0,1	- 0,4	- 0,1	0,1	0,0
Kraftstoffe und Schmiermittel	8,9	- 0,1	5,2	0,9	0,9	1,3	0,8
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	13,2	0,0	5,9	1,7	1,5	2,4	1,6
Kfz-Steuer und -Versicherung	0,7	- 1,6	1,2	- 0,5	0,3	0,5	0,8
Fremde Verkehrsdienstleistungen	- 3,9	- 1,4	- 0,5	- 1,4	- 0,1	- 0,5	0,1

*) In Preisen von 2003.
Quelle: Scientific use files der EVS 1993 und 2003, Berechnungen des DIW Berlin.

3 Verschiebungen in der Konsumstruktur bis 2025

Welchen Stellenwert werden die Ausgaben für Verkehr künftig haben? Wird die Alterung der Bevölkerung eher zu einem Rückgang des Anteils der Verkehrsausgaben am gesamten privaten Verbrauch führen oder werden die erwarteten Einkommenssteigerungen diesen anteilmäßigen Rückgang kompensieren?

Verfügbares Einkommen und Privater Verbrauch

Wie im APII ausführlich erörtert, wird mit einem realen Wachstum des verfügbaren Einkommens von durchschnittlich jährlich 1,4 % je Haushalt gerechnet¹⁶. Inwieweit dieses Wachstum die Konsumausgaben bestimmt, hängt neben den individuellen Merkmalen des Haushalts von seiner Sparneigung ab. Die Sparquote wird allgemein auch von der konjunkturellen Entwicklung beeinflusst. Lässt man diese Konjunkturreffekte außer Betracht, so kann von einer über lange Zeit gesehen eher stabilen Sparquote ausgegangen werden. Für die Vorausschätzung über den langen Zeitraum von 22 Jahren eine konstante Sparneigung des einzelnen Haushalts mit seinen jeweiligen individuellen Merkmalen wie Alter, Erwerbstätigkeit und Qualifikationsniveau des Haushaltsvorstandes, Haushaltseinkommen, und Haushaltszusammensetzung, unterstellt. Dennoch ergibt sich durch die demographische Entwicklung mit einer Zunahme Älterer und einer Verringerung der durchschnittlichen Haushaltsgröße, und durch die differenzierte Einkommensentwicklung der Haushalte mit unterdurchschnittlichen Einkommenssteigerungen der Rentnerhaushalte - für die Haushalte insgesamt eine im Durchschnitt bis 2025 leicht steigende Konsumquote (um 1,5 %-Punkte).¹⁷ Dies ist vor allem bedingt durch die geringere Sparneigung der Haushalte Älterer, die den Effekt steigender Einkommen insgesamt überkompensiert.

Im Durchschnitt werden nach unseren Schätzungen die Konsumausgaben je Haushalt real, also in Preisen von 2003, um 1,5 % pro Jahr wachsen und somit stärker als die verfügbaren Einkommen (Tabelle 3-1). Im Gegensatz zur Entwicklung zwischen 1993 und 2003, wo die Konsumausgaben je Haushalt bei den Haushalten unter 60 Jahren rückläufig waren, können künftig alle Haushalte ihre Konsumausgaben steigern. Am stärksten fällt das reale Wachstum mit 1,76 % je Haushalt bei den Haushalten der 35- bis 50-Jährigen sowie der 60- bis 65-Jährigen aus. Bei diesen Haushalten wird auch das höchste Wachstum der verfügbaren Einkommen erwartet (real 1,71 % zu 1,44 %).

¹⁶ Kalinowska et al 2008.

¹⁷ In den Schätzansatz für die Konsumausgaben gehen die verfügbaren Einkommen ebenso ein wie die Merkmale der Haushalte (Alter, Kohorte, Haushaltstyp, Bildungsniveau sowie Zahl der Erwerbstätigen im Haushalt) und ein Dummy für die Zeitvariable. Zudem werden das Nettogeld- und Nettogrundvermögen als Einflussfaktoren berücksichtigt. Geschätzt wird der Anteil der Konsumausgaben am verfügbaren Einkommen.

Tabelle 3-1:

Verfügbares Einkommen und privater Verbrauch in Deutschland 2025

Einnahmeart	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
in Euro je Haushalt und Monat (in Preisen von 2003)							
Verfügbares Einkommen	3.781	2.965	4.743	4.623	4.019	3.128	2.719
Privater Verbrauch	3.113	2.497	3.635	3.719	3.520	2.854	2.296
Ersparnis und übrige Ausgaben	668	468	1.108	904	499	274	423
Konsumquote in %	82,3	84,2	76,6	80,4	87,6	91,2	84,4
in Mrd. Euro pro Jahr (in Preisen von 2003)							
Verfügbares Einkommen	1799,7	213,4	583,7	368,3	166,6	253,9	213,9
Privater Verbrauch	1481	180	447	296	146	232	181
Ersparnis und übrige Ausgaben	318	34	136	72	21	22	33
Konsumquote	82,3	84,2	76,6	80,4	87,6	91,2	84,4

Quelle: Vorausschätzungen des DIW Berlin auf Basis der Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003..

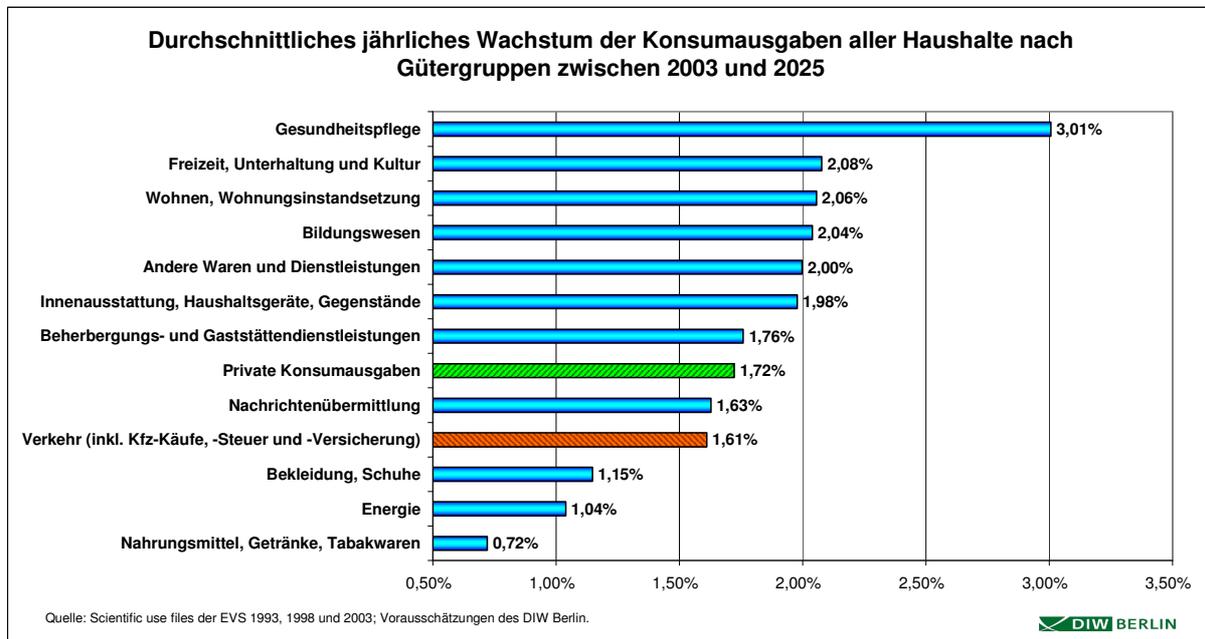
Konsumausgaben nach Gütergruppen

Um die Entwicklung der Komponenten der Konsumausgaben voraus zu schätzen, wird im Prinzip der gleiche Schätzansatz wie bei der Ermittlung der gesamten Konsumausgaben verwendet. Geschätzt werden die Konsumanteile der einzelnen Gütergruppen an den Konsumausgaben. In die Schätzgleichung gehen wieder das Alter des Haupteinkommensbeziehers, die Geburtsjahrgangskohorten, die einzelnen Haushaltstypen, das berufliche Ausbildungsniveau, die Zahl der Erwerbstätigen im Haushalt, die Höhe des verfügbaren Einkommens, das Nettogeld- und Nettogrundvermögen sowie ein Zeitdummy ein.¹⁸ Das Ergebnis zeigt die Entwicklung der Ausgaben in den einzelnen Gütergruppen sowie in den Untergruppen des Bereiches Verkehr sowie die Verschiebung in der Konsumstruktur bis 2025.

Die höchste Dynamik wird bis 2025 mit einem jährlichen realen Wachstum von 3 % bei den Ausgaben für Gesundheit erwartet (Abbildung 3-1). Mit einem deutlichen Abstand von rund 1 %-Punkt bei den Wachstumsraten folgen die Bereiche Freizeit, Wohnen und Bildung. Unterdurchschnittlich wachsen hingegen insbesondere die Ausgaben für Nahrungsmittel und Bekleidung. Auch das Wachstum der Ausgaben für Verkehr liegt – wenn auch nur leicht (real 1,6 % gegenüber 1,7 %)– unter dem Durchschnitt.

¹⁸ Sowohl bei der Schätzung des Niveaus der Konsumausgaben als auch bei der Schätzung der Anteile der Gütergruppen an den Konsumausgaben wird der Dummy für die Zeitvariable so transformiert, dass sich die Zeiteffekte zu Null addieren und orthogonal zu einem linearen Trend verlaufen. Der Zeiteffekt wird dann im Kohorten- und Alterseffekt aufgefangen.

Abbildung 3-1:
Durchschnittliche jährliche Wachstumsraten der realen Konsumausgaben aller Haushalte nach Gütergruppen zwischen 2003 und 2025 in %



Dennoch wird bei einem gesamten Zuwachs der realen Konsumausgaben um rund 460 Mrd. Euro bis 2025, der zweithöchste Zuwachs mit rund 71 Mrd. Euro beim Verkehr erwartet (Abbildung 3-2). Einen höheren absoluten Zuwachs gibt es mit 152 Mrd. Euro beim Wohnen und einen etwas geringeren – nämlich rund 66 Mrd. Euro – bei Freizeit, Unterhaltung, Kultur. In den anderen Gütergruppen wird der Zuwachs wesentlich geringer ausfallen, zwischen 5 Mrd. Euro (Bildung) und 32 Mrd. Euro (Gesundheitspflege).

Die unterschiedlichen Wachstumsraten der Konsumausgaben in den einzelnen Gütergruppen lassen erwarten, dass sich die gesamtwirtschaftliche Konsumstruktur bis 2025 ändern wird. Eine Verschiebung in der Konsumstruktur ist zwar zu erkennen, die Anteilsgewinne oder Anteilsverluste der einzelnen Gütergruppen halten sich jedoch in Grenzen. Am deutlichsten ist der Bedeutungsverlust bei Nahrungsmitteln mit $-2,7$ %-Punkten und der Zugewinn an Anteilen beim Wohnen mit 2 %-Punkten (Abbildung 3-3). Die übrigen Zugewinne oder Verluste bewegen sich zwischen ± 1 %-Punkt. Für den Verkehr ergibt sich ein geringer Bedeutungsverlust von $0,4$ %-Punkten, hier bleibt der Anteil also nahezu konstant.

Abbildung 3-2:
Zuwachs des Privaten Verbrauchs nach Gütergruppen zwischen 2003 und 2025 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003)

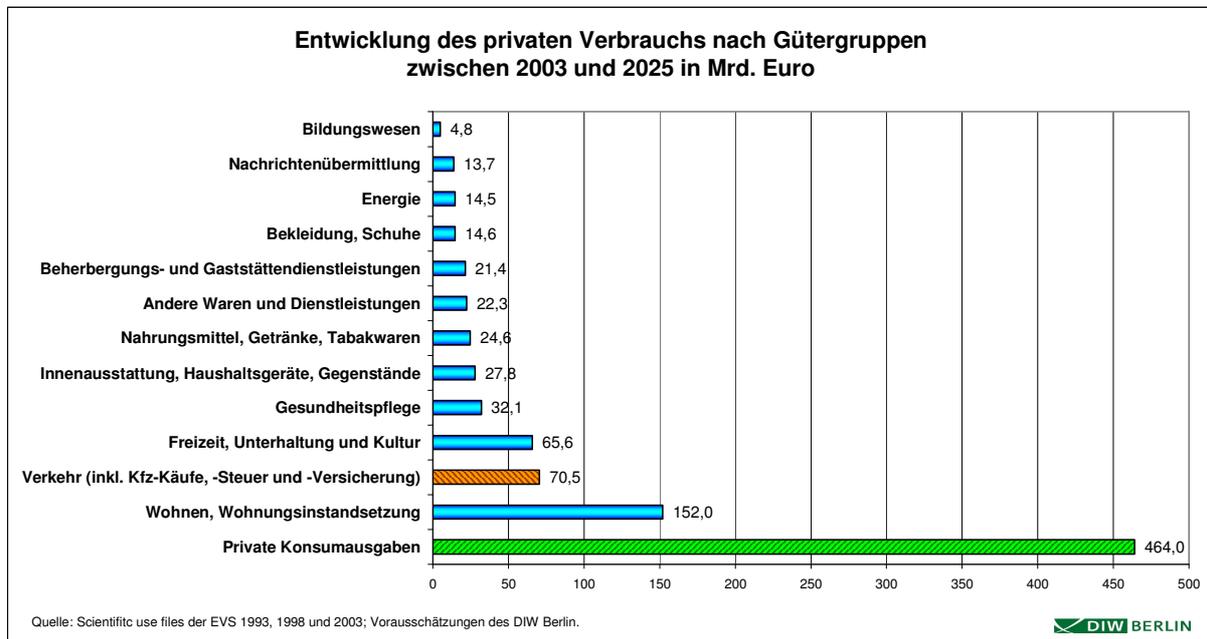
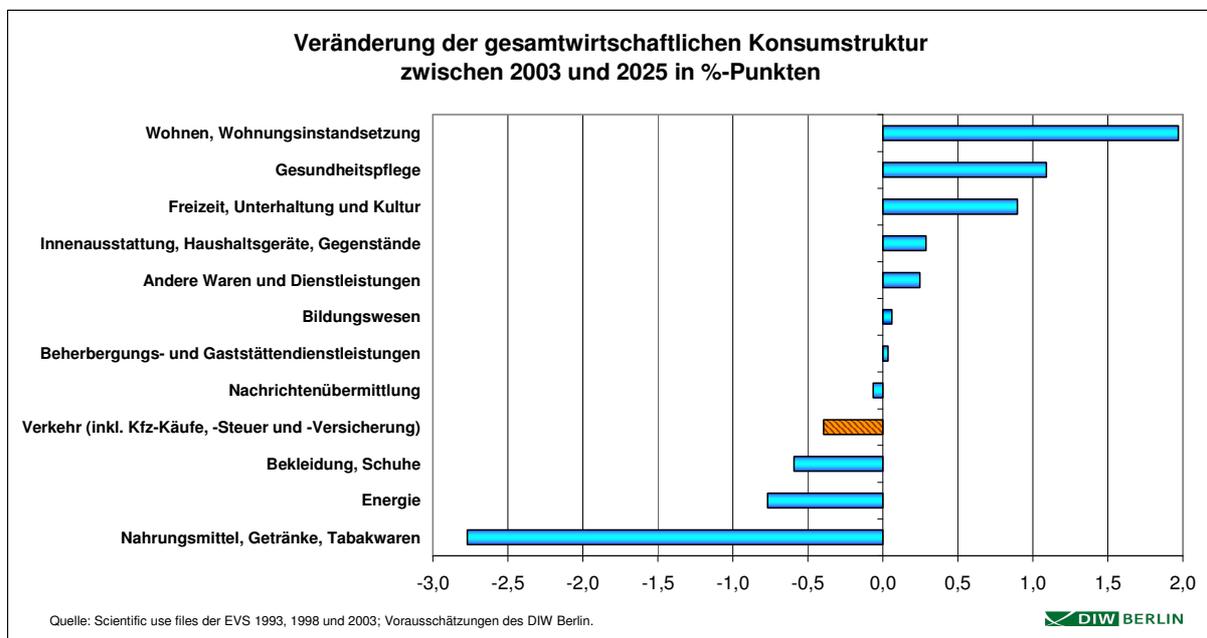


Abbildung 3-3:
Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Konsumstruktur zwischen 2003 und 2025 in %-Punkten



Veränderung der Konsumausgaben nach Altersgruppen

Die strukturelle Veränderung der Haushalte sowie die Alterung der Bevölkerung bewirken zusammen mit der Einkommensentwicklung ein deutlich unterschiedliches Wachstum der

Konsumausgaben in den einzelnen Altersgruppen. Durch die starke Zunahme der Haushalte der 75-jährigen und älteren fällt hier das Wachstum des Konsums mit 3,75 % jährlich am höchsten aus. Umgekehrt ist das Wachstum bei den Haushalten der 35- bis 50-Jährigen, deren Zahl bis 2025 zurückgeht, mit 0,87 % jährlich am geringsten. Auch die Haushalte junger Personen weisen mit 1,2 % ein unterdurchschnittliches Wachstum der Konsumausgaben auf, während die Haushalte in den übrigen Altersgruppen Wachstumsraten von rund 2 % realisieren können (Tabelle 7-4 im Anhang).

Im Gegensatz zur Entwicklung zwischen 1993 und 2003 können somit auch gesamtwirtschaftlich betrachtet künftig die Haushalte aller Altersgruppen ihre Konsumausgaben steigern. Denn das Konsumwachstum je Haushalt, das aufgrund der höheren Einkommenssteigerungen stärker ausfällt als in der Vergangenheit, kann den Rückgang der Zahl der Haushalte der unter 35-Jährigen sowie der 35- bis 50-Jährigen mehr als kompensieren (Tabelle 3-2).

Die Unterschiede im Wachstum der Ausgaben zwischen den Altersgruppen setzen sich auch in den einzelnen Gütergruppen fort. In der Abbildung 3-4 sind die Wachstumsraten für die Haushalte der 75-jährigen und Älteren sowie der Haushalte der unter 35-Jährigen in den einzelnen Gütergruppen einander gegenüber gestellt. Augenfällig ist die Differenz insbesondere bei den Nahrungsmitteln: hier sind für die Haushalte der unter 35-jährigen insgesamt Rückgänge zu erwarten, während die Haushalte der 75-Jährigen und Älteren ein Wachstum von 2,7 % jährlich erzielen. Der in der Vergangenheit zu beobachtende negative Trend der Ausgaben für Nahrungsmittel je Haushalt wird sich künftig auf längere Frist nicht in gleicher Weise fortsetzen. Zwar wird auch künftig sicherlich der Stellenwert der Discounter noch zunehmen, aber mit weit abgeschwächten Zuwachsraten. Zum einen haben diese Anbieter bereits jetzt einen recht hohen Marktanteil, zum anderen wird künftig mit einem weitaus höheren Wachstum des verfügbaren Einkommens und der Konsumausgaben gerechnet. Damit vermindert sich der Druck, auf „Sparmöglichkeiten“ beim Einkauf achten zu müssen. Bereits jetzt ist beispielsweise ein Trend zu höherwertigen biologischen Lebensmitteln erkennbar. Dies belegen auch die Zuwachsraten bei den Bio-Märkten. Angesichts der stärkeren Einkommenssteigerungen als in der Vergangenheit werden die einzelnen Haushalte in allen Altersgruppen ihre Ausgaben für Nahrungsmittel steigern. Der Rückgang bei den Haushalten der unter 35-Jährigen ist allein auf die Verringerung der Zahl der Haushalte zurückzuführen.

Tabelle 3-2:

Privater Verbrauch nach sozio-ökonomischen Merkmalen der Haushalte in Deutschland 2025 und Veränderung zwischen 2003 und 2025 (in Preisen von 2003)

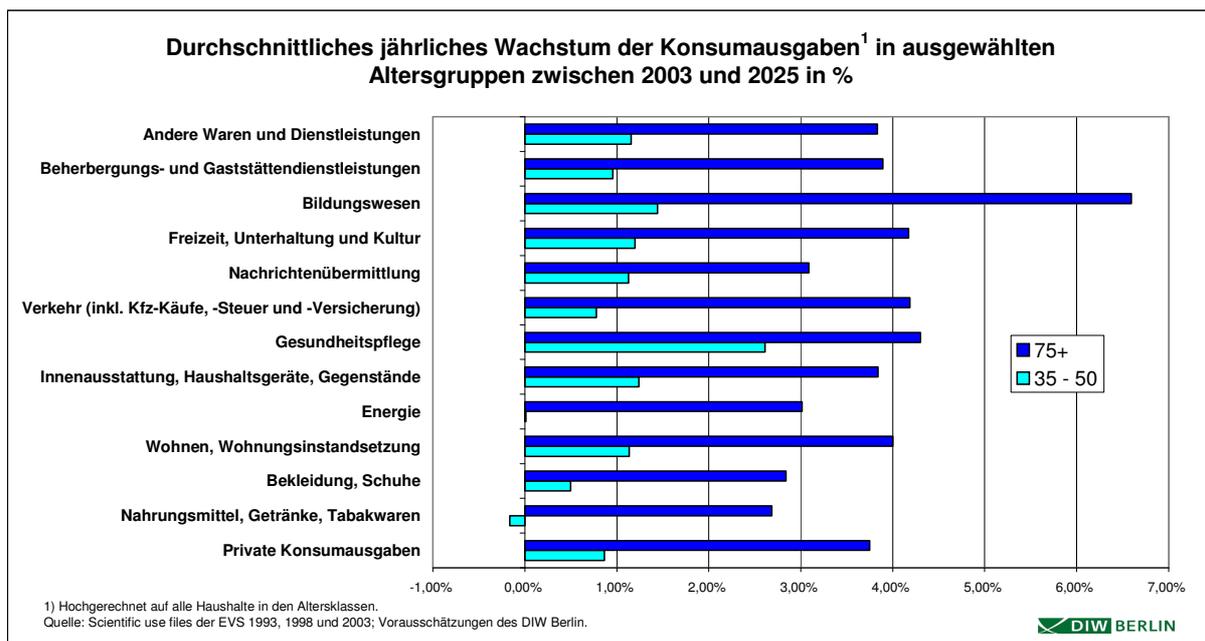
Alter/Haushaltstypen	Hochger. für alle Haushalte		Je Haushalt und Monat		Haushalte
	Konsumausgaben insgesamt				
	Jährliche Wachstumsrate 2025/2003 %	Wert in 2025 in Mrd. Euro	Jährliche Wachstumsrate 2025/2003 %	Wert in 2025 in Euro	Gesamtes Wachstum 2025/2003 %
Insgesamt	1,72	1481,4	1,53	3113	4,36
Nach Altersgruppen					
unter 35	1,18	179,7	1,43	2497	-5,44
35 - 50	0,87	447,4	1,76	3635	-17,66
50 - 60	2,15	296,2	1,58	3719	12,96
60 - 65	2,16	145,9	1,76	3520	9,04
65- 75	1,96	231,7	1,42	2854	12,34
75+	3,75	180,6	1,61	2296	58,15
Nach Haushaltstypen					
Allein Lebende	2,31	396,7	1,62	2031	16,12
Allein Erziehende	0,36	30	1,45	2350	-21,24
Paare ohne Kinder	2,15	545,7	1,57	3605	13,37
Paare mit Kinder	0,69	262,3	1,82	4302	-21,76
Übrige Haushalte	1,38	246,6	1,75	4445	-7,78
Nach Einkommensklassen					
unter 900	-2,89	22,1	0,38	963	-51,67
900-1500	-1,01	81,5	0,08	1310	-21,47
1500-2000	-0,73	93,1	0,14	1793	-17,58
2000-2600	-0,45	137,8	0,29	2301	-15,03
2600-3000	0,25	103,5	0,37	2717	-2,58
3000-3600	0,74	154,9	0,47	3090	6,14
3600+	3,91	888,5	1,32	4658	74,11

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Auch in den anderen Gütergruppen sind die Unterschiede beträchtlich, beispielsweise bei der Energie oder dem Bildungswesen. Vergleichsweise moderat fallen die Differenzen bei der Gesundheitspflege aus. Im Bereich Gesundheit werden lediglich die privaten Käufe von Arzneimitteln und medizinischen Hilfsmitteln sowie die Zuzahlungen erfasst. Zwar steigen allgemein die Ausgaben für Gesundheit *je Haushalt* mit dem Alter (vgl. Tabelle 7-5 im Anhang), da aber zu erwarten ist, dass auch in Zukunft die Zuzahlungen auf 2 % (1 %) des Jahreseinkommens begrenzt sind und diese Einkommen der Rentner niedriger sind als die Einkommen in den mittleren Altersjahren, ist künftig die Zuwachsrate *je Haushalt* nicht bei den Haushalten Älterer, sondern in den mittleren Altersjahren am höchsten. Diese hohen Zu-

wachsraten bei den mittleren Altersjahren wirken dem Effekt der Verringerung der Haushalte entgegen, so dass insgesamt das Wachstum über alle Haushalte dieser Altersgruppe gerechnet vergleichsweise hoch ausfällt.

Abbildung 3-4:
Durchschnittliches jährliches Wachstum der realen Konsumausgaben in ausgewählten Altersgruppen zwischen 2003 und 2025 in %



Für den Bereich Verkehr ist mit real 1,6 % ein etwas unterdurchschnittliches Wachstum zu erwarten. Würde man allein den Effekt der demographischen Entwicklung auf die Verkehrsausgaben betrachten, würden diese sogar absolut zurückgehen.¹⁹ Hier wirkt der Einkommenseffekt diesem demographischen Effekt entgegen. Hinzu kommt, dass der Verhaltenseffekt, der beispielsweise den steigenden Führerscheinbesitz der Frauen und damit deren Veränderungen im aktiven Fahrverhalten erfasst, zwar in die Schätzung eingeht, aber nur insoweit wie diese Verhaltensänderungen in den Daten des Stützzeitraumes, also der Jahre 1993 bis 2003, enthalten sind. Zwar werden überdurchschnittliche Wachstumsraten bei den Verkehrsausgaben mit jährlich etwa 1,7 % je Haushalt bei den Haushalten der 35- bis 50-Jährigen erwartet, am höchsten ist das Wachstum je Haushalt jedoch bei den 75-Jährigen und

Älteren. Hier werden die Verhaltensänderungen besonders merklich. Die unterschiedliche Entwicklung der Zahl der Haushalte in den genannten Altersgruppen bewirkt, dass die Differenzen im Wachstum über alle Haushalte gerechnet größer sind als bei der Betrachtung des einzelnen Haushalts, und zwar 0,8 % bei den 35- bis 50-Jährigen gegenüber 4,2 % bei den 75-Jährigen und Älteren.

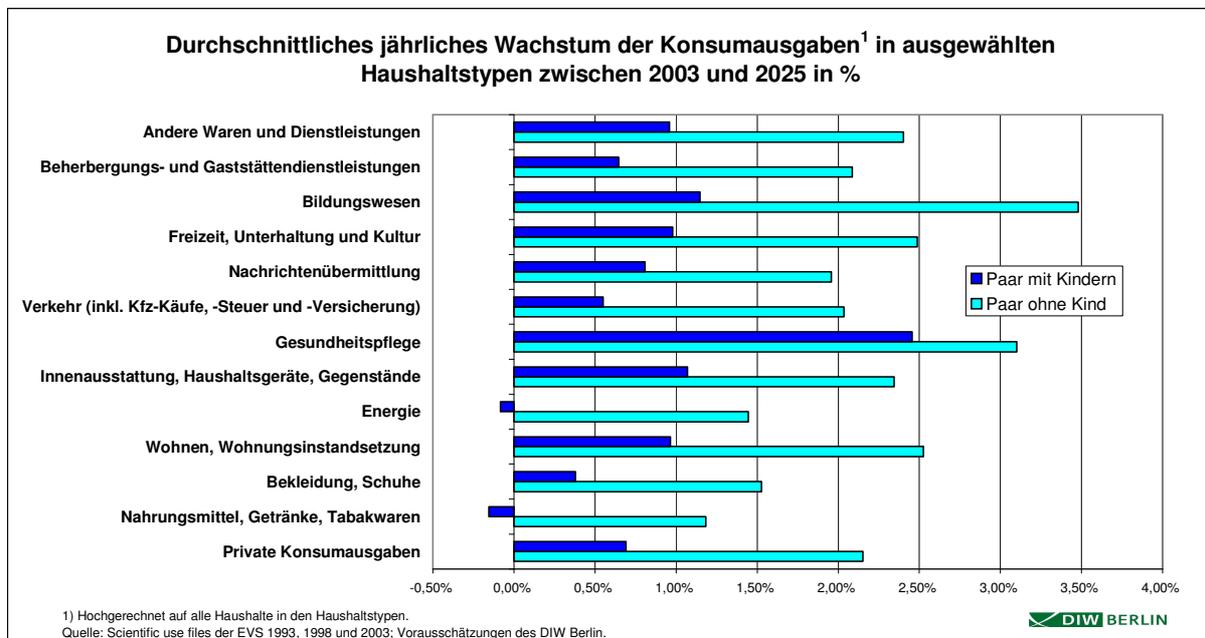
Insgesamt werden die Verkehrsausgaben auf rund 240 Mrd. Euro im Jahr 2025 steigen (Tabelle 7-6 im Anhang). Angesichts des Rückgangs der Zahl der Haushalte der 35-50-Jährigen, die 2003 den größten Teil der Verkehrsausgaben auf sich vereinigten, wird diese Gruppe bis 2025 merklich an Bedeutung verlieren und nur noch einen Anteil an den Verkehrsausgaben von 32 % haben. Dagegen werden die Haushalte der 65-Jährigen und Älteren, die absolut gesehen weit weniger für den Verkehr ausgeben, an Bedeutung hinzugewinnen. Ihr Anteil an den Verkehrsausgaben insgesamt steigt von 17 % auf 22 %, wobei ihr Anteil an der Bevölkerung rund ein Drittel beträgt. Diese Haushalte werden zusammen rund 52 Mrd. Euro für den Verkehr ausgeben.

Konsumententwicklung nach Haushaltstypen

Der Rückgang der Kinderzahlen und der anhaltende Trend zu Single-Haushalten dominiert die Entwicklung der Konsumausgaben in der Betrachtung nach Haushaltstypen. Die größte Bedeutung für den Konsum werden zwar auch im Jahr 2025 die Paarhaushalte haben (dies sind insgesamt 17,7 Mio. Haushalte mit rund 44 Mio. Haushaltsmitgliedern in 2025) (siehe auch Tabelle 7-7 im Anhang), es wird jedoch bedeutende Verschiebungen zwischen den Paarhaushalten mit und den Paarhaushalten ohne Kinder geben. Die Haushalte mit Kindern verringern sich bis 2025 um 1,4 Mio., während die Paarhaushalte ohne Kinder um 1,5 Mio. zunehmen. Dementsprechend fallen auch die Wachstumsraten der Konsumausgaben zwischen 2003 und 2025 mit 2,15 % für die Paare ohne Kinder und mit 0,7 % für die Paare mit Kinder unterschiedlich aus (Abbildung 3-5 und Tabelle 7-8 im Anhang). Die Verkehrsausgaben wachsen bei den Paaren mit Kindern um rund 0,6 % jährlich. Bei den Paaren ohne Kinder fällt das Wachstum mit 2 % merklich höher aus.

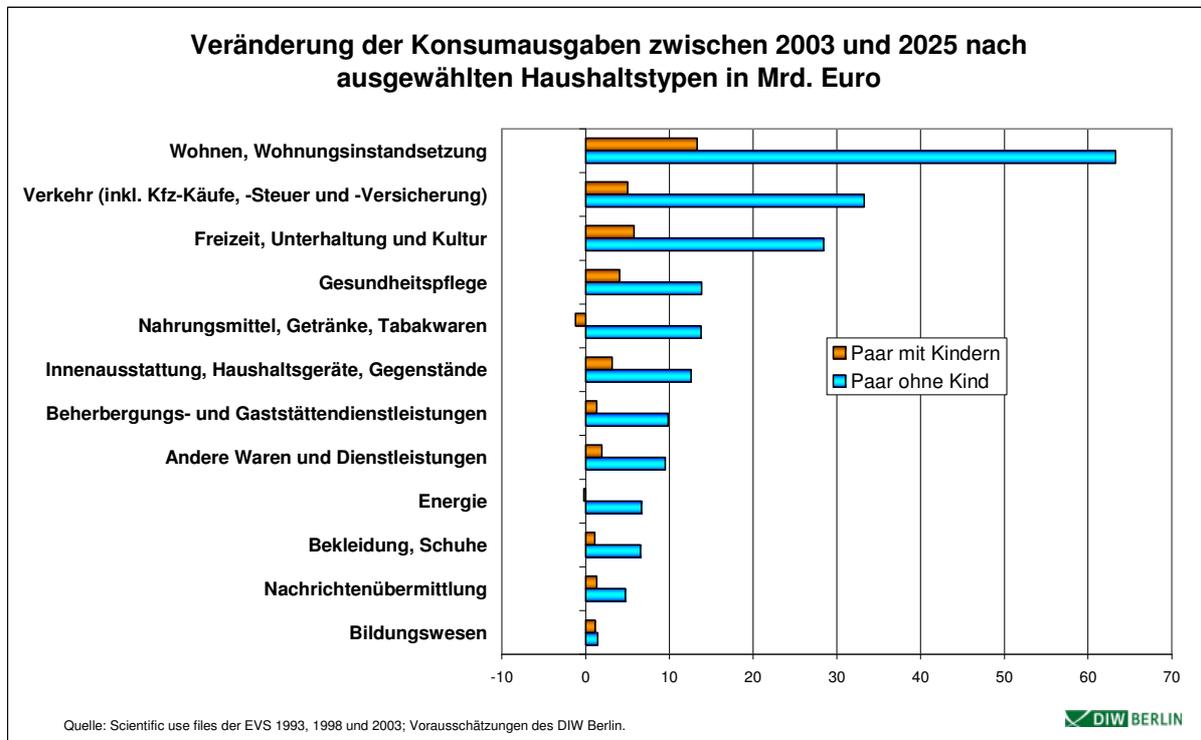
¹⁹ Die Ausgaben für Verkehr sind in den älteren Altersjahren am geringsten, und der Anteil der 75-Jährigen und Älteren an den Konsumausgaben für Verkehr steigt von rund 6 % auf 10 % im Jahr 2025. Siehe ausführlich Buslei/Schulz/Steiner, 2007, S. 327f.

Abbildung 3-5:
Durchschnittliches jährliches Wachstum der realen Konsumausgaben in ausgewählten Haushaltstypen zwischen 2003 und 2025 in %



Der Bedeutungsgewinn der Paarhaushalte ohne Kinder für die Konsumausgaben wird ebenfalls beim Zuwachs der Ausgaben in Mrd. Euro sichtbar (Tabelle 7-9 im Anhang). In allen Gütergruppen wird ein Großteil des erwarteten Zugewinns von den Paaren ohne Kinder erzielt. Beim Verkehr entfallen von den 70,5 Mrd. Zuwachs mit 33,3 Mrd. Euro rund 47 % auf diese Haushaltsgruppe (Abbildung 3-6). Außer beim Bildungswesen und der Nachrichtenübermittlung, deren Ausgaben beim Vorhandensein von Kindern im Haushalt höher sind, ist der Anteil der Paare ohne Kinder am Zuwachs prozentual gesehen ähnlich hoch.

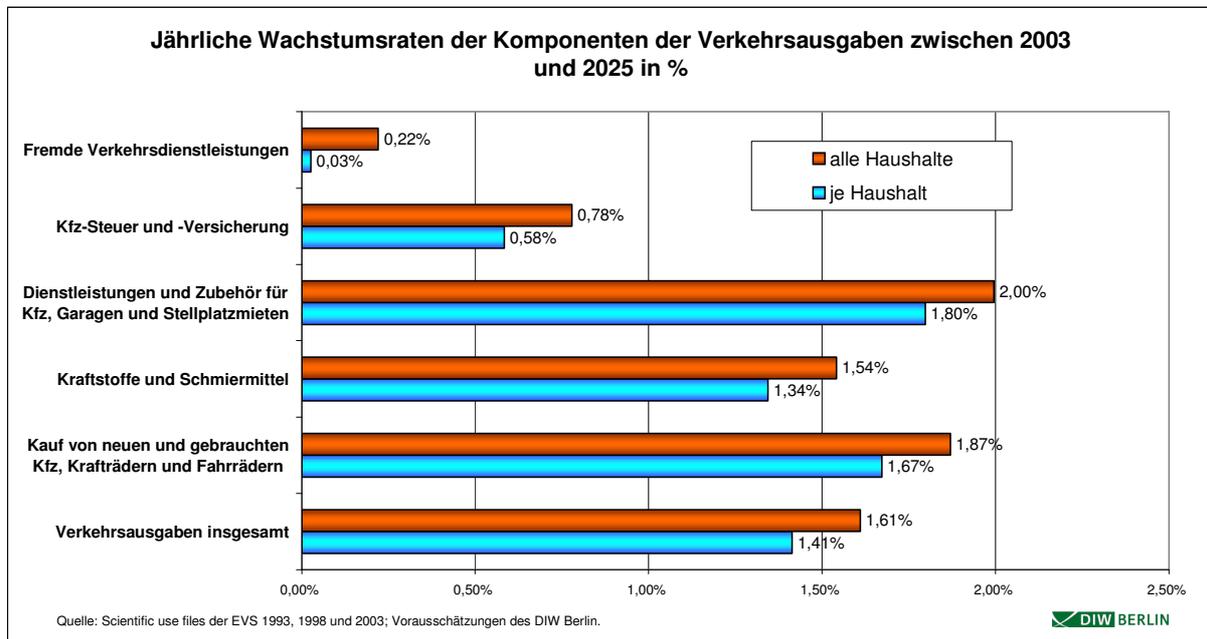
Abbildung 3-6:
Durchschnittliches jährliches Wachstum der realen Konsumausgaben in ausgewählten Haushaltstypen zwischen 2003 und 2025 in %



4 Ausgabenentwicklung in den Untergruppen des Verkehrs

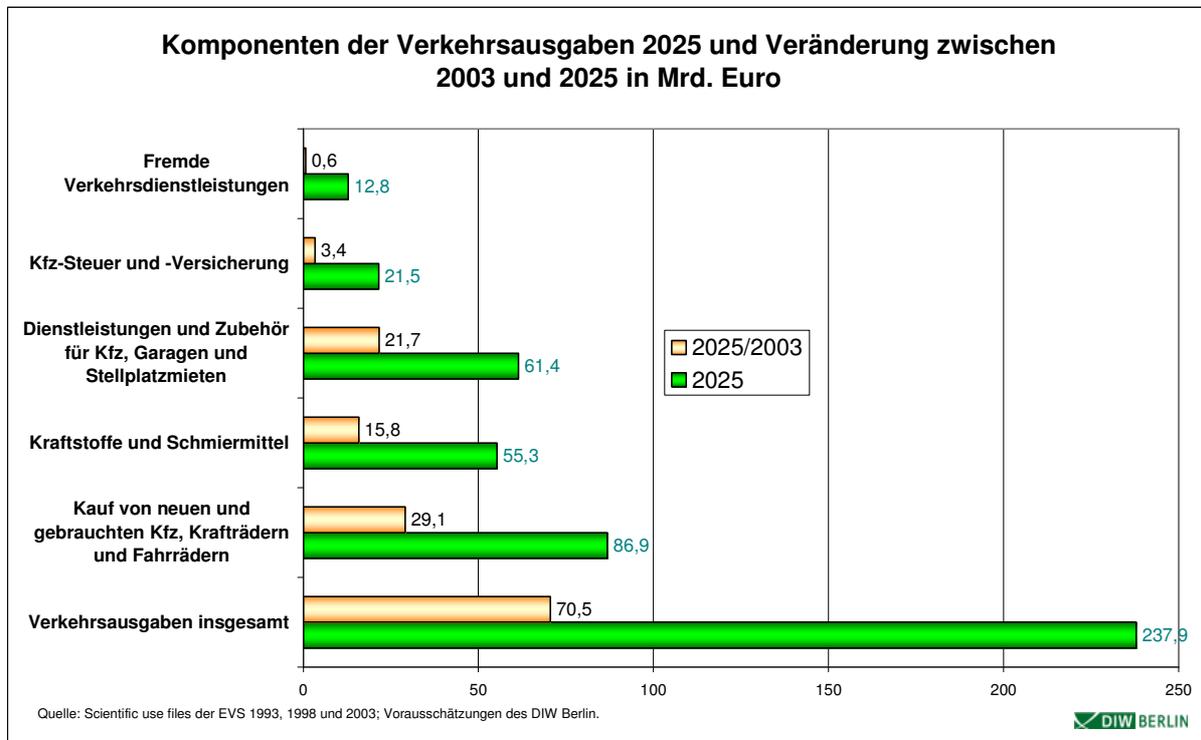
Das Wachstum der Verkehrsausgaben im Durchschnitt wird mit jährlich real rund 1,4 % je Haushalt bzw. 1,6 % auf alle Haushalte bezogen **etwas unter dem Wachstum der gesamten Konsumausgaben** (real 1,5 % bzw. 1,7 %) liegen. In den einzelnen Gütergruppen des Bereichs Verkehrs treten jedoch deutliche Wachstumsunterschiede auf (Abbildung 4-1). **Überdurchschnittlich wachsen werden** mit jährlich rund 1,7 % je Haushalt **die Ausgaben für Kraftfahrzeugkäufe** (inklusive Krafträder und Fahrräder) sowie mit 1,8 % **die Ausgaben für Dienstleistungen und Zubehör für Kfz** (inklusive Garagenmieten und Stellplatzmieten). **Weit unterdurchschnittlich fällt hingegen das Wachstum bei den fremden Verkehrsdienstleistungen aus** (0,03 % pro Jahr und Haushalt). Letzteres ist auch demographisch bedingt, denn die Zahl der Kinder, die ja häufig auf den ÖPNV angewiesen sind, wird bis 2025 merklich zurückgehen.

Abbildung 4-1:
Jährliche reale Wachstumsraten der Komponenten des Verkehrs zwischen 2003 und 2025 in %



Insgesamt wird zwischen 2003 und 2025 eine Steigerung der Ausgaben für den Kauf von Kfz von 29 Mrd. Euro erwartet, gefolgt von den Dienstleistungen und Zubehör für Kfz in Höhe von 22 Mrd. Euro (Abbildung 4-2). Die Ausgaben für fremde Verkehrsdienstleistungen werden hingegen nahezu konstant bleiben.

Abbildung 4-2:
Komponenten der Verkehrsausgaben 2025 und Veränderung zwischen 2003 und 2025 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003)

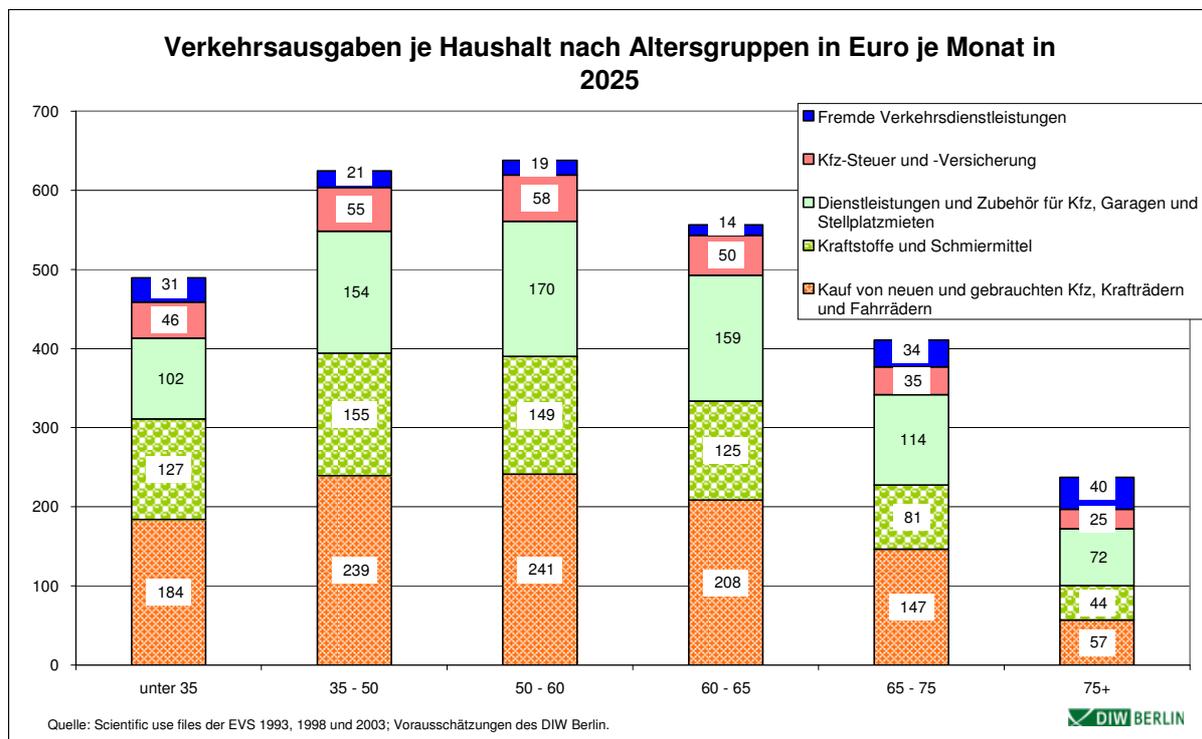


Haushalte im mittleren Alter nach wie vor stärkste Nachfragergruppe nach Verkehrsleistungen

Während rein demographisch bedingt die Nachfrage nach Kfz sowie den damit zusammenhängenden Dienstleistungen und Zubehör bei den Haushalten der unter 60-Jährigen zurückgehen würde und positive Wachstumsraten nur bei den älteren Haushalten (60+) zu erwarten wären, sind hier unter zusätzlicher Berücksichtigung von Verhaltens- und Einkommenseffekten für alle Altersgruppen der Haushaltsvorstände positive Wachstumsraten zu erwarten (Tabelle 7-12 im Anhang). Die Wachstumsraten bei den Ausgaben für Käufe von Kfz sind bei den Haushalten der Hochbetagten (75+) sowie bei den Haushalten der 60- bis 65-Jährigen besonders hoch (jeweils pro Haushalt über 2 % jährlich), absolut gesehen geben jedoch die Haushalte der 50- bis 60-Jährigen nach wie vor am meisten für den Kauf von Kfz aus, nämlich 241 Euro im Jahr 2025, gefolgt von den Haushalte der 35- bis 50-Jährigen mit 239 Euro pro Haushalt und Monat (Abbildung 4-3 und Tabelle 7-11 im Anhang). Gleiches gilt auch für die Dienstleistungen und Zubehör für Kfz. Und auch bei den Kraftstoffen und Schmiermitteln ragen die Wachstumsraten der Ausgaben je Haushalt bei den Haushalten der Hochbetagten

und der 60- bis 65-Jährigen heraus. Bereits in der Vergangenheit waren die diesen Haushalten relativ hohe Wachstumsraten zu beobachten, bei den 60- bis 65-jährigen insbesondere bei den Kauf neuer Kfz. Der dahinterstehende Verhaltenseffekt wirkt somit fort und bedingt die hohen Zuwachsraten.

Abbildung 4-3:
Komponenten der Verkehrsausgaben je Haushalt nach Altersgruppen in Euro je Monat 2025 (in Preisen von 2003)



Obwohl nicht nur die Wachstumsraten je Haushalt sondern auch die Alterung der Bevölkerung die Bedeutung der Haushalte Älterer für den Verkehr insgesamt und für den Kauf von Kfz steigen lassen, stellen die Haushalte der 35- bis 50-Jährigen und der 50- bis 60-Jährigen zusammen genommen nach wie vor die Hauptgruppe der Käufer dar. Zwar geht ihr Anteil an den Käufen von Kfz von rund 60 % auf 56 % zurück, sie geben insgesamt jedoch im Jahr 2025 rund 49 Mrd. Euro für den Kauf von Kfz aus (Tabelle 7-10 im Anhang). Dies liegt unter anderen daran, dass diese Haushalte ein vergleichsweise hohes Einkommen und einen vergleichsweise hohen Anteil der Verkehrsausgaben am gesamten Konsum haben. Steigendes Bildungsniveau und steigende Erwerbsbeteiligung wirken hier zusätzlich positiv. Die 35- bis

50-jährigen steigern ihre Ausgaben zwischen 2003 und 2025 um gut 6 Mrd. Euro und die 50- bis 60-Jährigen sogar um insgesamt über 7 Mrd. Euro (Abbildung 4-4). Bei den 35- bis 50-Jährigen wirkt der höhere Konsum je Haushalt dem Rückgang der Zahl der Haushalte entgegen, bei den 50- bis 60-Jährigen wirken beide Effekte in die gleiche positive Richtung.

Etwas anders verläuft die Entwicklung bei den fremden Verkehrsdienstleistungen. Hier sind die Zuwachsraten sowohl je Haushalt betrachtet als auch auf alle Haushalte hochgerechnet bei den Haushalten im erwerbsfähigen Alter, also bei den 35- bis 65-Jährigen negativ. Während bei den 35- bis 50-Jährigen die Veränderung der Haushaltszahl sowie der Rückgang der durchschnittlichen Kinderzahl zu dieser Entwicklung beitragen, sind es bei den 50- bis 65-Jährigen vor allem die Einkommensentwicklung sowie die stärkere Erwerbstätigkeit im Alter, die zu einer Umschichtung hin zum Kfz (also zum Individualverkehr) zu Lasten des ÖPNV beitragen.

Abbildung 4-4:
Veränderung der Verkehrsausgaben nach Altersgruppen zwischen 2003 und 2025 in Mrd. Euro (in Preisen von 2003)

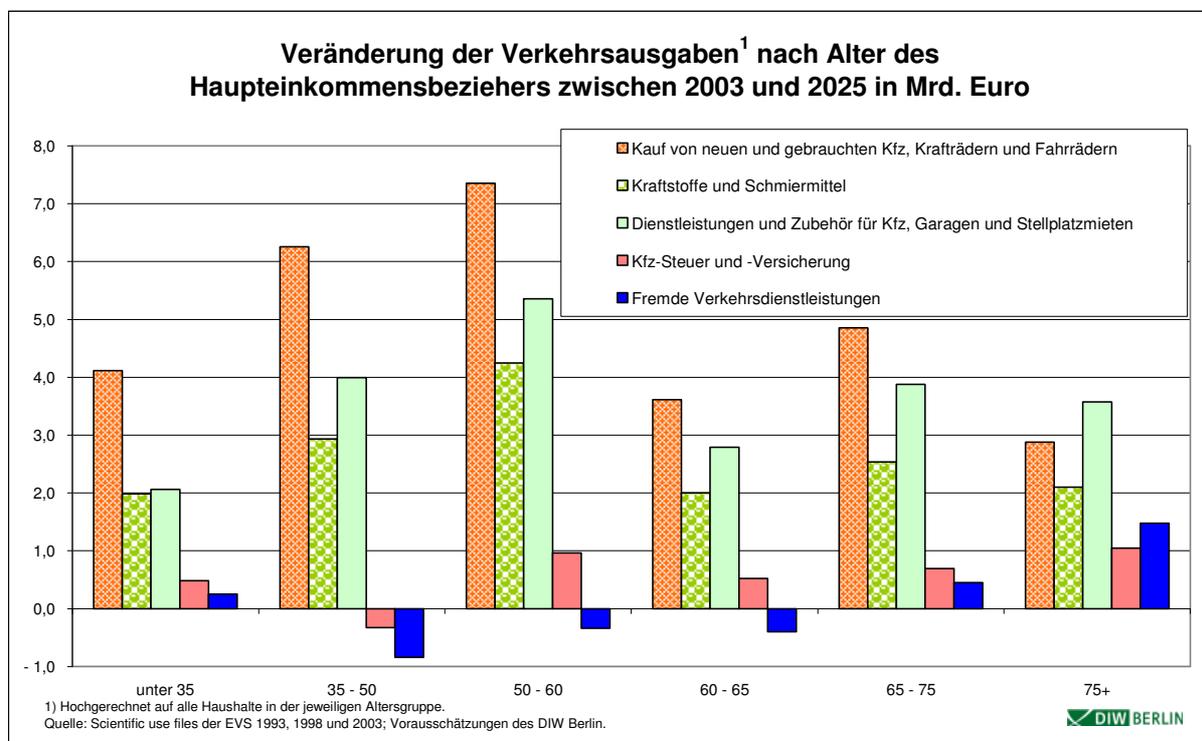
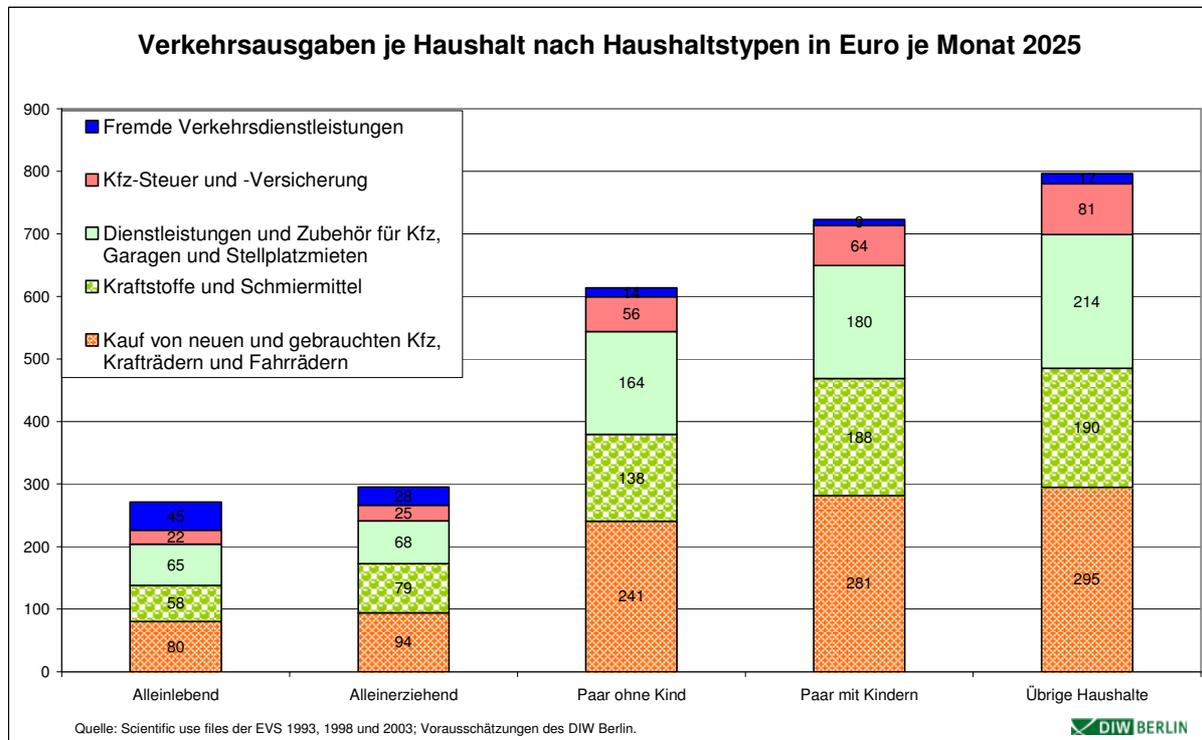


Abbildung 4-5:
Komponenten der Verkehrsausgaben nach Haushaltstypen in Euro je Monat und Haushalt 2025 (in Preisen von 2003)



Paare ohne Kinder stellen die größte Käufergruppe für Kfz.

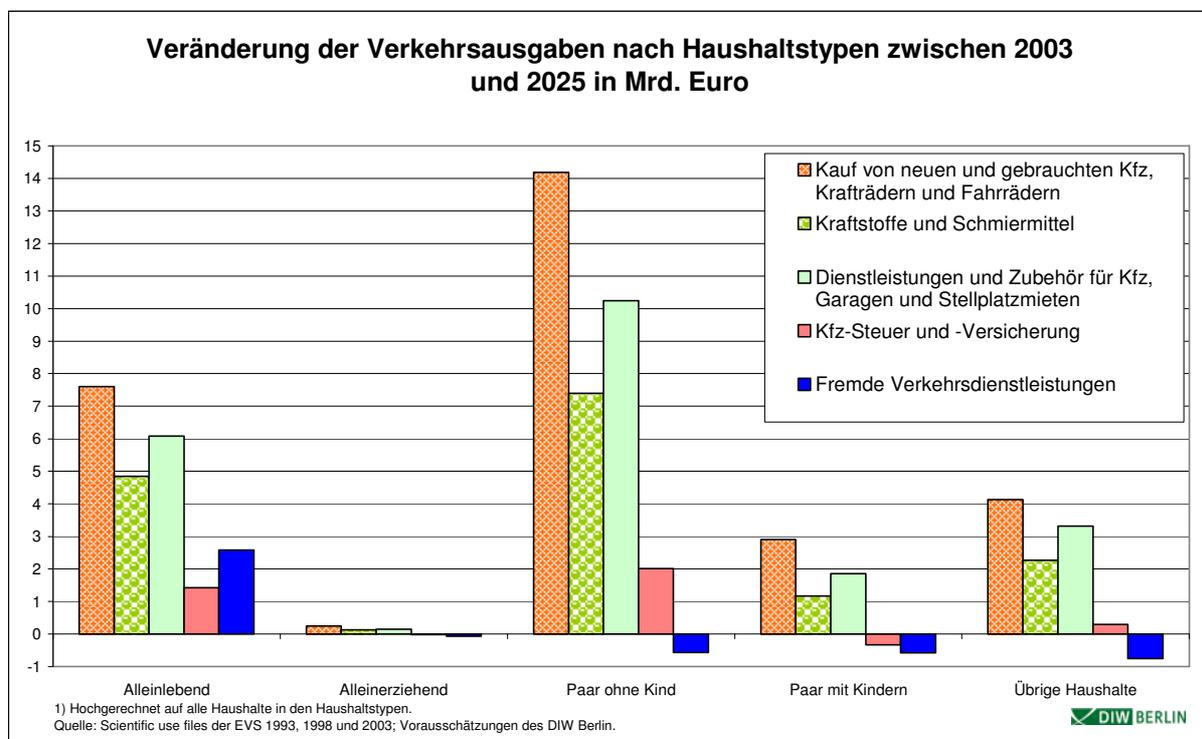
Trotz des Rückgangs der durchschnittlichen Haushaltsgröße werden im Jahr 2025 nach wie vor die übrigen Haushalt, also Eltern mit ihren erwachsenen Kindern im Haushalt, mit 295 Euro im Monat für den Kauf von Kfz, 190 Euro für Kraftstoffe und 214 Euro für Dienstleistungen und Zubehör am meisten für den Individualverkehr aufwenden, gefolgt von den Paaren mit Kindern (Abbildung 4-5 und Tabelle 7-15 im Anhang). Die geringsten Ausgaben werden – trotz der hohen Zuwachsraten von 2,36 % je Haushalt – auf die Alleinlebenden entfallen. Die Betrachtung je Haushalt zeigt zwar unterschiedliche Wachstumsraten beim Kfz-Kauf für die einzelnen Haushaltstypen zwischen 2003 und 2025 (Tabelle 7-13 im Anhang), die bereits 2003 beobachteten deutlichen Unterschiede in den absoluten Ausgaben je Haushalt, ändern sich dadurch jedoch nicht gravierend.

Anders sieht es aus, wenn zusätzlich die Veränderung der Zahl der Haushalte einbezogen wird. Die starke Zunahme der Alleinlebenden und der Paare ohne Kinder bewirkt in diesen Gruppen ein deutlich höheres Wachstum der Ausgaben für Kfz-Käufe als bei den Haushalten

mit Kindern (Alleinerziehende, Paare mit Kinder, übrige Haushalte) (Abbildung 4-6 und Tabelle 7-14 im Anhang). Paarhaushalte ohne Kinder geben rund 14 Mrd. mehr für Kfz-Käufe aus, Alleinlebende 7,5 Mrd., während die übrigen Haushalte lediglich 4 Mrd. mehr aufwenden und die Paarhaushalte mit Kinder etwa 3 Mrd. Gesamtwirtschaftlich betrachtet sind somit die Paarhaushalte ohne Kinder für die Verkehrsausgaben und insbesondere für den Kfz-Kauf die bedeutendste Konsumentengruppe. Sie werden im Jahr 2025 einen Anteil an den Kfz-Käufen von 42 % haben und auch bei den Dienstleistungen und Zubehör wird ihr Anteil mit rund 41 % ähnlich hoch ausfallen.

In Bezug auf die fremden Verkehrsdienstleistungen werden hingegen die Alleinlebenden mit einem Konsum von rund 9 Mrd. die größte Konsumentengruppe stellen. Sie werden im Jahr 2025 mehr als zwei Drittel der Ausgaben in diesem Bereich tragen. Erst an zweiter Stelle stehen hier mit einem Anteil von 17 % die Paarhaushalte ohne Kinder.

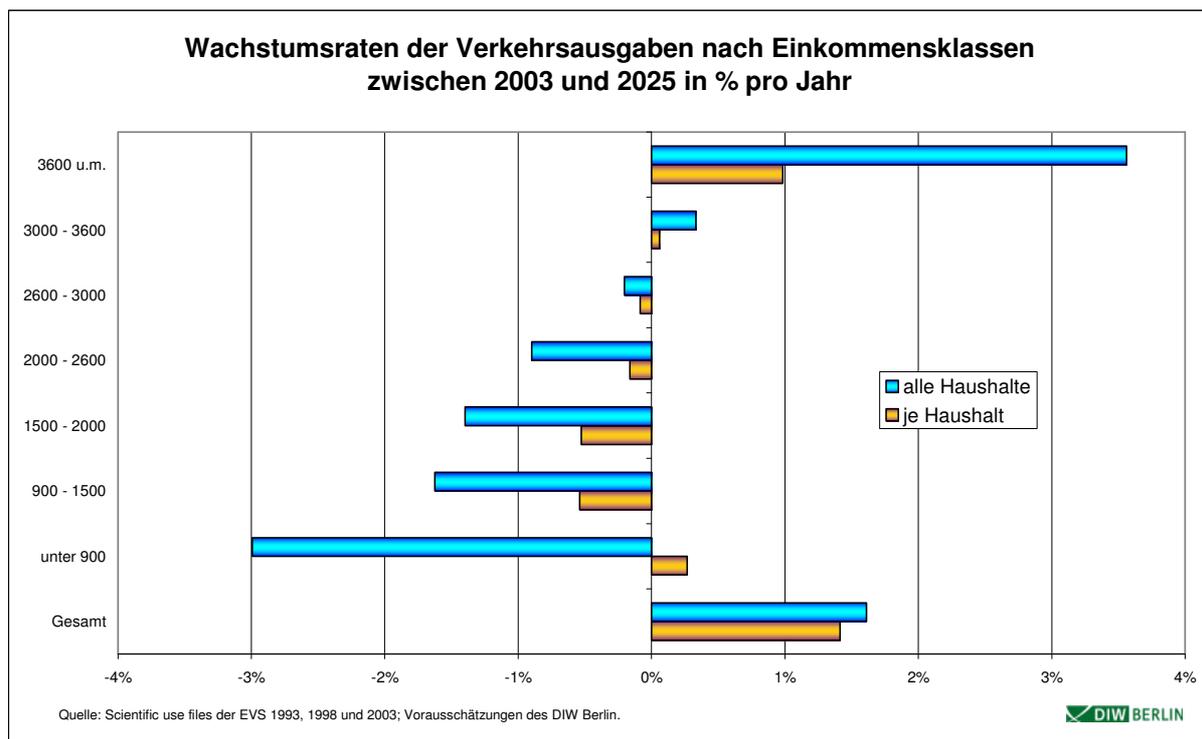
Abbildung 4-6:
Veränderung der realen Verkehrsausgaben nach Haushaltstypen zwischen 2003 und 2025 in Mrd. Euro



5 Verkehrsausgaben nach Einkommensklassen und Dezilen der Haushalte

Die Frage, wie sich die Verkehrsausgaben bei der unterstellten allgemeinen Einkommenssteigerung für die Haushalte mit niedrigem, mittlerem oder hohem Einkommen entwickeln werden, stößt – anders als bei der Betrachtung der Ausgabenentwicklung nach Altersklassen oder Haushaltstypen – auf eine Besonderheit. Sind – wie oftmals üblich und auch hier durch die Verwendung der Erhebung „Mobilität in Deutschland“ für die Verkehrsleistung zugrunde gelegt – feste Einkommensklassen vorgegeben, dann sind die Wachstumsraten für die Konsumausgaben allgemein ebenso wie für die Verkehrsausgaben in den untersten und mittleren Einkommensklassen negativ (Abbildung 5-1).

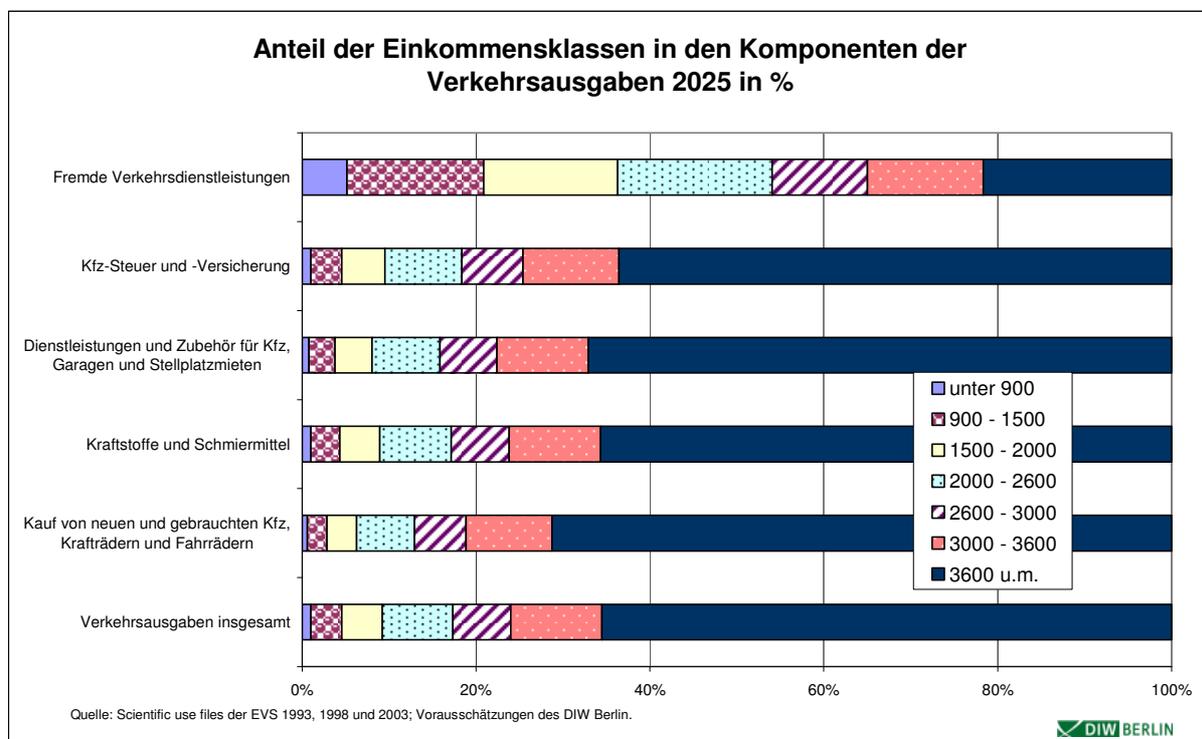
Abbildung 5-1:
Wachstumsraten der realen Verkehrsausgaben nach Einkommensklassen zwischen 2003 und 2025 in % pro Jahr



Eine positive Konsumententwicklung ergibt sich lediglich für die beiden obersten Einkommensklassen, wenn die Entwicklung hochgerechnet auf alle Haushalte betrachtet wird.

Legt man den Focus auf den **einzelnen Haushalt**, so ist zusätzlich in der untersten Einkommensklasse eine leicht positive Entwicklung zu erwarten. In den Einkommensklassen 900 bis unter 2600 Euro im Monat ist das Wachstum der Konsumausgaben auch je Haushalt negativ. Dies ist darauf zurückzuführen, dass bei allgemeiner Einkommenssteigerung die Haushalte im Laufe des Vorausberechnungszeitraumes nach und nach in die oberste fest vorgegebene Einkommensklasse „wandern“, und somit in den unteren Einkommensklassen nur bestimmte Haushaltsgruppen übrigbleiben. So erhöht sich hier der Anteil der Alleinlebenden, vornehmlich der Älteren. Aber die durchschnittliche Haushaltsgröße sinkt auch deshalb, weil der Anteil der Familienhaushalte überdurchschnittlich abnimmt. Während 2003 rund ein Viertel der Haushalte der obersten festen Einkommensklasse zugeordnet werden konnte, sind es in 2025 bereits über 40 %. Bezogen auf die Bevölkerung in Privathaushalten sind es sogar mehr als die Hälfte.

Abbildung 5-2:
Anteil der Haushalte mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von ... an den Komponenten der realen Verkehrsausgaben 2025 in %



Als Folge davon werden im Jahr 2025 die Ausgaben in allen Untergruppen des Verkehrs – mit Ausnahme der fremden Verkehrsdienstleistungen – durch die Haushalte der höchsten Einkommensgruppe dominiert (Abbildung 5-2). Bei fest vorgegebenen Einkommensklassen geht der Besitz der unteren und mittleren Einkommensklassen stark zurück.

Bereits 2003 waren in den beiden untersten festen Einkommensklassen vornehmlich allein lebende Personen vertreten, ein geringer Teil bestand aus Paaren ohne Kinder. Auch in der Einkommensklasse von 1500 bis 2000 Euro waren Alleinlebende und Paare ohne Kinder die dominierenden Gruppen. Mit zunehmendem Einkommen nahm die Bedeutung der Familienhaushalte in den festen Einkommensklassen zu. Die Einkommensentwicklung führt zu einer merklichen Veränderung der Haushaltsstruktur in den Einkommensklassen. Die Anteile der Alleinlebenden nehmen insbesondere in den Einkommensklassen 900 bis unter 3600 Euro merklich zu (zwischen 16 und 22 %-Punkten), während die Anteile der Familienhaushalte merklich zurückgehen (in den Klassen 2000 – 3600 zwischen 10 und 19 %-Punkte) (Tabelle 5-1).

Tabelle 5-1:
Veränderung des Anteils der Haushaltstypen in den Einkommensgruppen zwischen 2003 und 2025 in %-Punkten

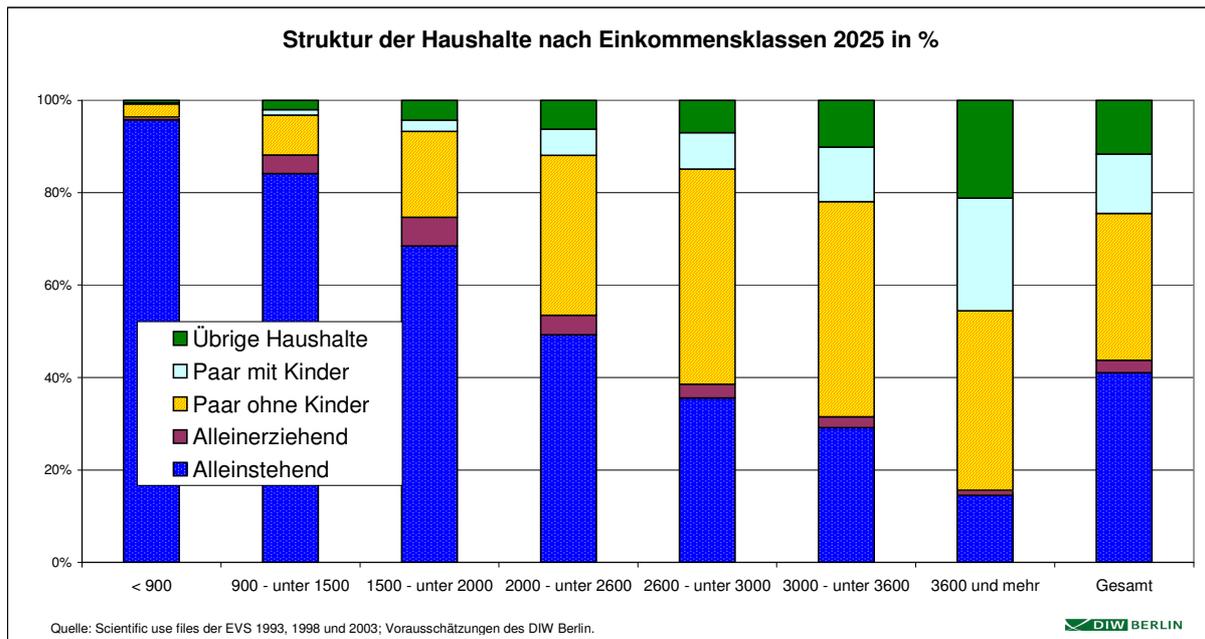
Haushaltstyp	Haushaltsnettoeinkommen in Euro je Haushalt und Monat (in Preisen von 2003)							Gesamt
	< 900	900 - unter 1500	1500 - unter 2000	2000 - unter 2600	2600 - unter 3000	3000 - unter 3600	3600 und mehr	
	Veränderung der Anteile der Haushaltstypen in den jeweiligen Haushaltsnettoeinkommensgruppen 2025/03							
Alleinlebend	6,4	16,2	21,7	20,7	16,5	16,0	6,6	4,2
Alleinerziehend	-2,7	-4,0	0,5	0,7	0,6	1,0	0,4	-0,9
Paar ohne Kinder	-2,1	-6,5	-12,6	-7,2	4,1	9,5	5,8	2,5
Paar mit Kinder	-0,7	-2,8	-6,8	-10,2	-15,7	-19,1	-6,2	-4,3
Übrige Haushalte	-1,0	-3,0	-2,9	-4,0	-5,6	-7,5	-6,6	-1,5

Quelle: Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Im Ergebnis bleiben in den untersten beiden Einkommensklassen (unter 900 Euro und 900-1500 Euro) fast ausschließlich alleinlebende Personen übrig, nämlich 96 % bzw. 84 % (Abbildung 5-3). In den Einkommensklassen 2600-3600 Euro dominieren die Paarhaushalte ohne Kinder, also zumeist die Rentnerhepaare. In der obersten festen Einkommensklasse

sind die größeren Haushalte überdurchschnittlich vertreten, also die Paarhaushalte mit Kindern unter 18 Jahren oder mit bereits erwachsenen Kindern im Haushalt.

Abbildung 5-3:
Anteil der Haushaltstypen an den Haushalten der jeweiligen Einkommensklassen in Deutschland 2025 in %

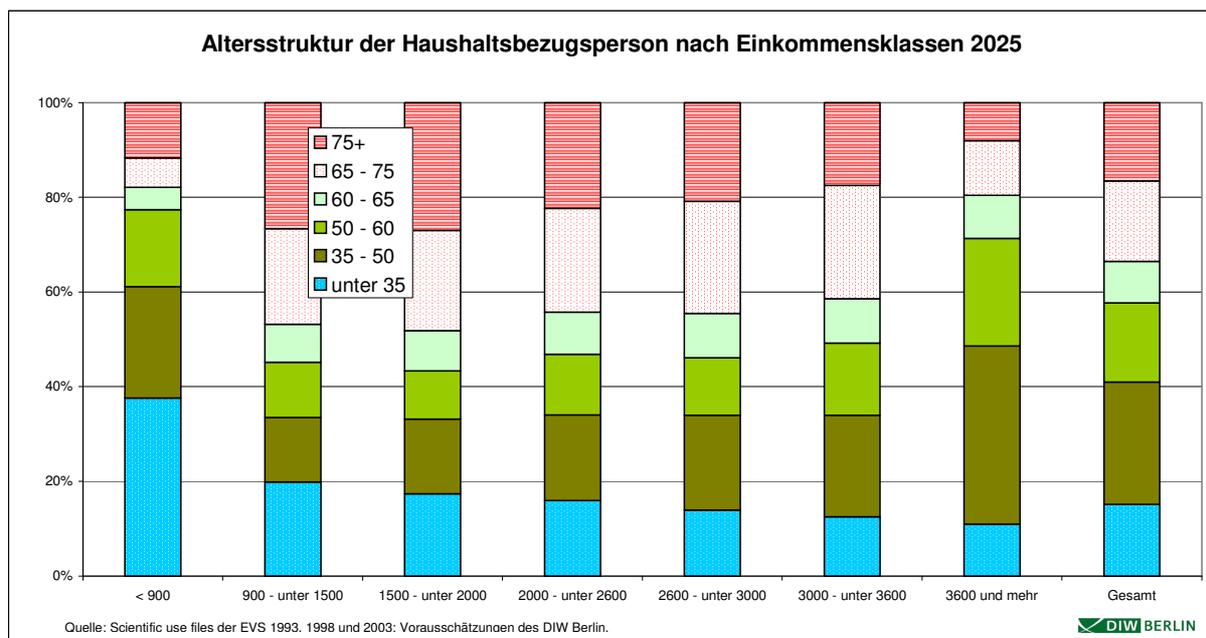


In der Differenzierung der Haushalte in den Einkommensklassen nach Altersgruppen zeigt sich ebenfalls eine merkliche Strukturänderung. Insbesondere in der untersten Einkommensklasse (unter 900 Euro) nimmt der Anteil der Haushalte der unter 35-jährigen – entgegen den ansonsten abnehmenden Trend – zu. Dies sind oftmals Studentenhaushalte, die von der allgemeinen Einkommenssteigerung nur unterproportional profitieren. Umgekehrt nehmen hier die Anteile der Haushalte Älterer ab, mit der Folge, dass **im Jahr 2025 die Haushalte der Jungen weit überproportional in der untersten Einkommensklasse vertreten sind.**

Tabelle 5-2:
Veränderung des Anteils der Haushalte nach Altersgruppen in den Einkommensgruppen zwischen 2003 und 2025 in %-Punkten

Alter des Haupteinkommensbeziehers	< 900	900 - unter 1500	1500 - unter 2000	2000 - unter 2600	2600 - unter 3000	3000 - unter 3600	3600 und mehr	Gesamt
unter 35	4,7	0,1	-0,8	1,5	0,2	-2,1	0,9	-1,6
35 - 50	0,0	-7,5	-9,1	-10,4	-15,8	-20,1	-9,9	-6,9
50 - 60	3,1	2,1	-1,3	-0,2	-2,8	-2,5	-1,1	1,3
60 - 65	-1,6	-1,1	-0,3	-0,7	0,5	2,0	1,4	0,4
65 - 75	-5,6	-0,5	0,3	-0,3	4,5	11,2	4,3	1,2
75+	-0,6	6,9	11,3	10,1	13,4	11,3	4,4	5,6
Gesamt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Abbildung 5-4:
Anteil der Altersgruppen an den Haushalten der jeweiligen Einkommensklassen in Deutschland 2025 in %



Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass die unterste Einkommensklasse fast ausschließlich aus Alleinlebenden besteht und die Haushalte der unter 35-Jährigen weit überproportional vertreten sind. Auch in den Einkommensklassen 900 bis unter 2600 Euro stellen die Alleinlebenden mit weit über 50 % die größte Gruppe, hier sind vor allem die Rentnerhaushalte weit überdurchschnittlich vertreten, wobei zwischen 2003 und 2025 insbesondere die Haushalte der 75-Jährigen und Älteren weit überdurchschnittlich in diesen Einkommensgruppen an Bedeutung hinzugewinnen. Damit nimmt in den unteren Einkommensklassen nicht nur die

Zahl der Haushalte Äterer zu, es sinkt auch die durchschnittliche Haushaltsgröße. In den Einkommensklassen von 2600 bis 3600 Euro haben die Paarhaushalte von Rentnern ein großes Gewicht. In der höchsten Einkommensgruppe dominieren die Haushalte im Alter von 35- bis unter 65-Jahren, also die Erwerbstätigenhaushalte. Sie bestehen überdurchschnittlich aus den Familienhaushalten und den Paarhaushalten ohne Kinder. **In den oberen Einkommensklassen nimmt zwischen 2003 und 2025 die durchschnittliche Haushaltsgröße zu, da die Familienhaushalte überdurchschnittlich an Anteilen gewinnen.** Diese Haushaltsgruppen sind diejenigen, die absolut gesehen am meisten für den Verkehr ausgeben. Für die oberste Einkommensgruppe kann – wie bei den anderen Einkommensklassen auch - nur das Durchschnittsverhalten ausgewiesen werden. Da diese im Jahr 2025 jedoch rund 40 % aller Haushalte umfasst, ist anzunehmen, dass das Konsumverhalten und das Verkehrsverhalten hier eine besonders große Bandbreite aufweisen werden. Unterschiede können somit nicht mehr dargestellt und ausgewiesen werden. Dies ist bei der Interpretation von Ergebnissen nach solchen festen Einkommensklassen, insbesondere wie hier mit einer offenen oberen Klasse, zu beachten.

Eine bessere Analysemöglichkeit besteht, wenn die Haushalte nach der Höhe des Einkommens sortiert und deren Konsum- und Verkehrsausgaben nach Dezilen ausgewiesen und analysiert werden. Hierzu wird das bedarfsgewichtete Nettoäquivalenzeinkommen der Haushalte gebildet und die Haushalte nach der Höhe dieses Einkommens sortiert.²⁰ Durch die allgemeine Einkommenssteigerung steigen sowohl die Nettoäquivalenzeinkommen als auch die verfügbaren Einkommen in allen Dezilen an (Tabelle 5-3). Die Armutrisikogrenze, definiert als 60 % des bedarfsgewichteten Nettoäquivalenzeinkommens steigt von 941 Euro im Jahr 2003 auf 1281 Euro im Jahr 2025.

²⁰ Nach der modifizierten OECD Skala ergibt sich das Nettoäquivalenzeinkommen, indem das Haushaltsnettoeinkommen durch die Zahl der Personen im Haushalt dividiert wird. Dabei erhält die erste erwachsene Person das Gewicht 1, die zweite erwachsene Person sowie alle weiteren erwachsenen Personen im Haushalt das Gewicht 0,5 und Kinder unter 14 Jahren das Gewicht 0,3.

Tabelle 5-3:
Einkommen, Privater Verbrauch und Verkehrsausgaben nach Dezilen der Haushalte in Deutschland 2003 und 2025 (in Preisen von 2003)

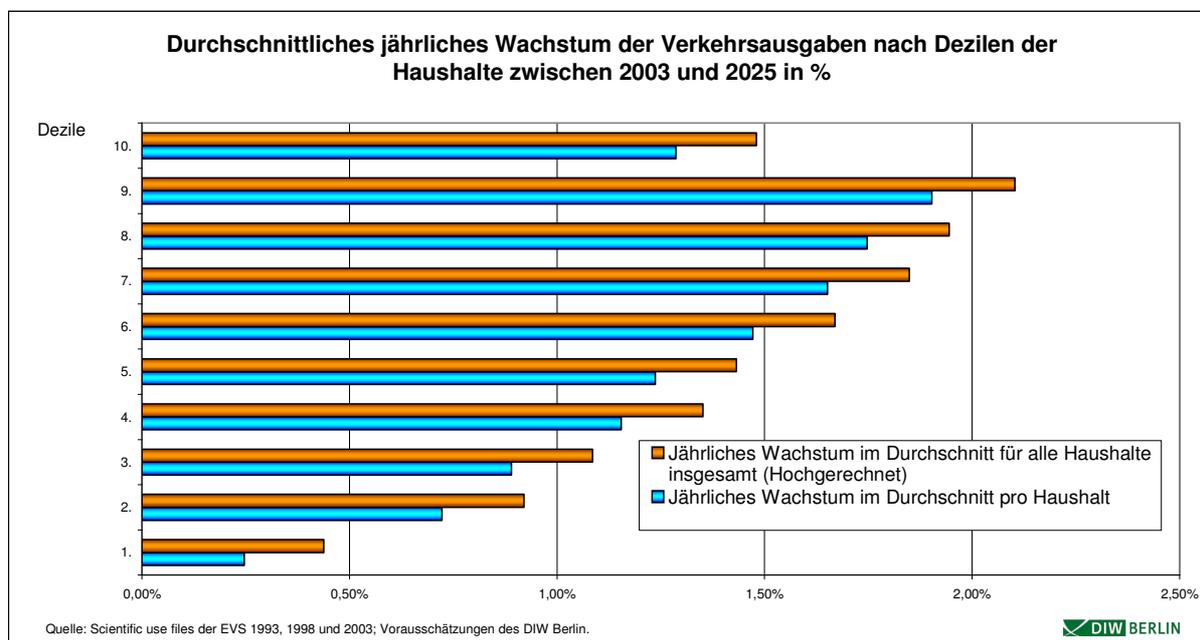
Haushalte des ... Dezils	Einkommen und Konsumausgaben nach Dezilen des Nettoäquivalenzeinkommens* privater Haushalte des jeweiligen Jahres											
	Nettoäquivalenzeinkommen* (Euro pro Monat in Preisen von 2003)				Verfügbares Einkommen (Euro pro Monat in Preisen von 2003)		Gesamter privater Verbrauch (Euro pro Monat in Preisen von 2003)		Gesamte Verkehrsausgaben (Euro pro Monat in Preisen von 2003)		Gesamte Verkehrsausgaben - Anteil an Konsumausgaben	
	Deziluntergrenze		Dezilmittelwert		Dezilmittelwert		Dezilmittelwert		Dezilmittelwert		Dezilmittelwert	
	2003**	2025	2003**	2025	2003**	2025	2003**	2025	2003**	2025	2003**	2025
1.	0	0	590	808	793	1.026	1.042	1.189	133	140	12,8	11,8
2.	765	1.032	883	1.194	1.266	1.620	1.371	1.683	181	211	13,2	12,6
3.	996	1.343	1.099	1.478	1.626	2.080	1.658	2.079	232	282	14,0	13,6
4.	1.193	1.611	1.288	1.739	2.005	2.596	1.925	2.490	287	370	14,9	14,9
5.	1.383	1.872	1.478	2.003	2.337	3.032	2.137	2.805	334	438	15,6	15,6
6.	1.570	2.135	1.674	2.288	2.660	3.545	2.329	3.157	378	522	16,2	16,5
7.	1.778	2.450	1.901	2.642	3.065	4.163	2.546	3.547	435	624	17,1	17,6
8.	2.039	2.850	2.204	3.115	3.518	4.820	2.741	3.929	487	713	17,8	18,1
9.	2.400	3.415	2.676	3.851	4.202	5.933	2.994	4.498	553	837	18,5	18,6
10.	3.028	4.419	4.157	6.190	6.162	9.001	3.565	5.750	650	862	18,2	15,0

* Nettoäquivalenzeinkommen berechnet nach modifizierter OECD-Skala.
 ** Für 2003 wird hier die Verteilung des geschätzten Haushaltsnettoäquivalenzeinkommens dargestellt.
 Quelle: Eigene Berechnungen des DIW Berlin auf Basis der scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003.

Die positive Entwicklung des verfügbaren Einkommens mit einem jährlichen Wachstum von über 1 % in allen Dezilen bewirkt, das die Konsumausgaben in den Dezilen im Durchschnitt im gleichen Maße steigen. Sowohl „arme“ als auch „reiche“ Haushalte können im Jahr 2025 mehr für den Konsum und für den Verkehr ausgeben als noch 2003. Der Anteil der Verkehrsausgaben an den gesamten Konsumausgaben wird sich dabei in den drei untersten Dezilen und in dem obersten Dezil etwas verringern und in den anderen Dezilen gleich bleiben oder sogar etwas zunehmen.

Künftig werden die Einkommen in allen Haushaltstypen, Altersgruppen und Einkommensgruppen steigen, doch insbesondere die nach der Qualifikation und der Zahl der Erwerbstätigen im Haushalt differenzierte Entwicklung der Arbeitseinkommen führt zu einer **weiteren Spreizung der Einkommen**. Dementsprechend fallen auch die Zuwachsraten sowohl beim privaten Verbrauch als auch bei den Verkehrsausgaben in den Dezilen unterschiedlich aus. In der Abbildung 5-5 ist das jährliche Wachstum bei den Verkehrsausgaben dargestellt. Die Zuwachsraten beim gesamten Konsum sowie in den einzelnen Gütergruppen sind der Tabelle 7-20 im Anhang zu entnehmen.

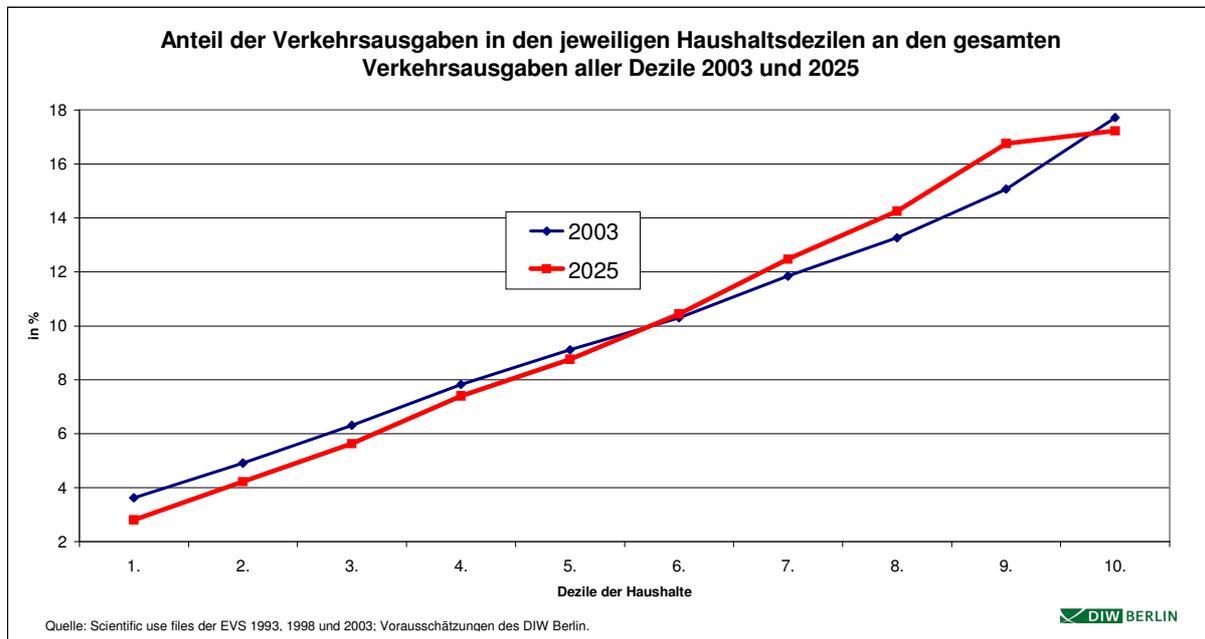
Abbildung 5-5:
Durchschnittliches jährliches reales Wachstum der Verkehrsausgaben nach Dezilen der Haushalte zwischen 2003 und 2025 in %



Allgemein ist das jährliche Wachstum der Verkehrsausgaben in der Betrachtung über alle Haushalte höher als bei der Betrachtung je Haushalt. Das Wachstum fällt mit steigendem Einkommen dynamischer aus. Eine Ausnahme bildet das höchste Dezil. Zwar steigen die Verkehrsausgaben mit dem Einkommen an, aber im obersten Dezil steigen die Ausgaben fürs Wohnen wesentlich stärker an als die Ausgaben für den Verkehr, so dass dessen Anteil sinkt. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass ab einem bestimmten Einkommen das Wohneigentum stark zunimmt und dementsprechend die Ausgaben. Das gegenüber dem 9. Dezil schwächere Wachstum der Verkehrsausgaben könnte darüber hinaus auf die recht differenzierte Zusammensetzung der Haushalte des obersten Dezils beruhen.

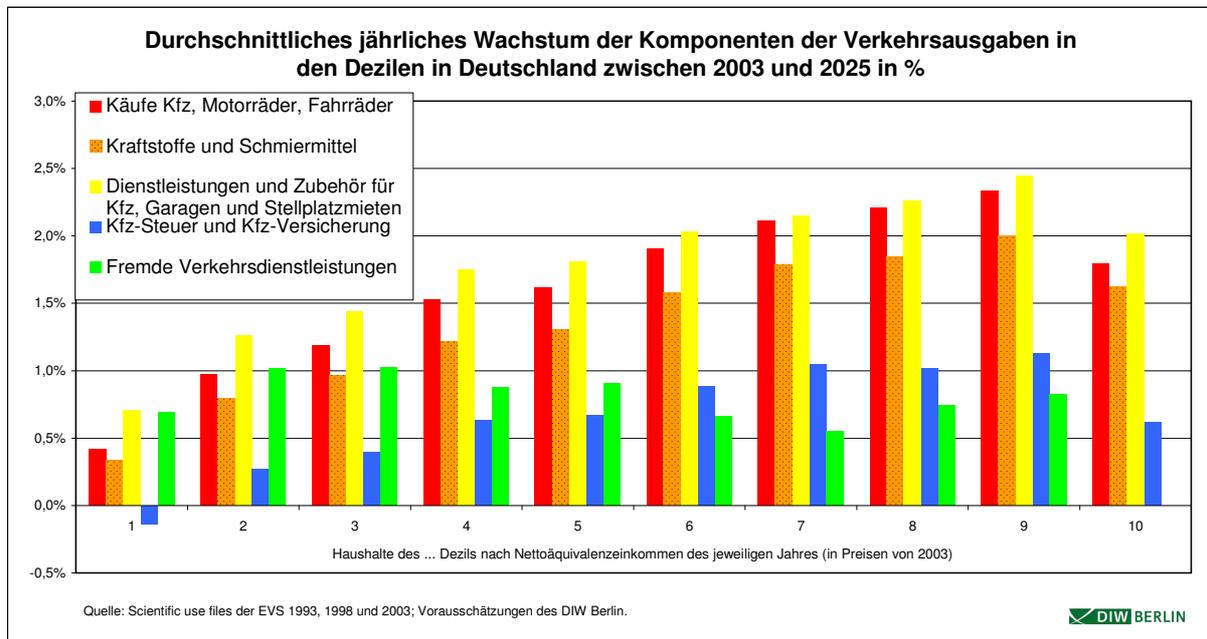
Angesichts der unterschiedlichen Wachstumsraten in den Dezilen wird sich zwischen 2003 und 2025 der Anteil der Verkehrsausgaben der einzelnen Dezile an den gesamten Verkehrsausgaben verschieben (Abbildung 5-6). Die „ärmeren“ Haushalte bis zum 6. Dezil werden an Anteilen verlieren. Die untersten 50 % der Haushalte hatten 2003 einen Anteil an den Verkehrsausgaben von 31,8 %. Dieser wird bis 2025 auf 28,8 % zurückgehen. Die anderen – außer dem höchsten – Dezile werden anteilmäßig hinzugewinnen.

Abbildung 5-6:
Anteil der Verkehrsausgaben in den Dezilen an den gesamten realen Verkehrsausgaben in Deutschland 2003 und 2025 in %



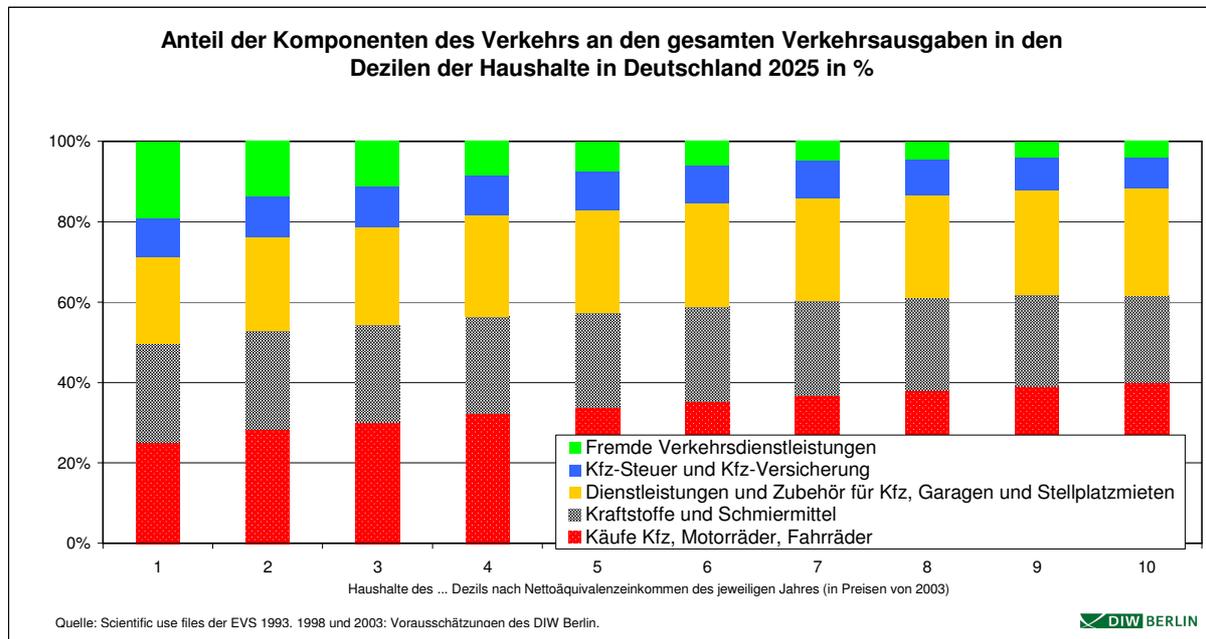
Erwartungsgemäß fallen die Wachstumsraten bei den Untergruppen des Verkehrs ebenfalls in den Dezilen unterschiedlich aus. Insbesondere erhöhen sich die Zuwachsraten mit steigendem Einkommen bei den Kfz-Käufen merklich. Während das erste Dezil Zuwächse von lediglich 0,4 % erwarten kann, sind es beim 9. Dezil rund 2,3 % jährlich (Abbildung 5-7 und Tabelle 7-21 im Anhang).

Abbildung 5-7:
Durchschnittliches jährliches Wachstum der Komponenten der realen Verkehrsausgaben in den Dezilen in Deutschland zwischen 2003 und 2025 in %



Als Ergebnis sind in 2025 die Anteile für Kfz-Käufe in den obersten Dezilen am höchsten und umgekehrt die Anteile der Ausgaben für fremde Verkehrsdienstleistungen am geringsten (Abbildung 5-8).

Abbildung 5-8:
Anteil der Komponenten der Verkehrsausgaben an den gesamten realen Verkehrsausgaben in den Dezilen in Deutschland 2025 in %



6 Fazit

Die Entwicklung der Konsumausgaben insgesamt sowie der Verkehrsausgaben zwischen 2003 und 2025 ist das Ergebnis des Zusammenwirkens folgender Faktoren

- Einer Zunahme der Zahl der Haushalte bei einer deutlichen Verschiebung in der Struktur der Haushalte. Aufgrund des Rückgangs der Zahl der Kinder und Jugendlichen wird sich die Zahl der Familienhaushalte, also der Paarhaushalte mit Kinder und der Alleinerziehenden, merklich verringern. Dies betrifft vor allem Haushalte mit einer Bezugsperson im Alter von 35- bis 50-jahren, da hier die Familienhaushalte den größten Anteil stellen. Demographisch bedingt wird die Zahl der Rentnerhaushalte deutlich zunehmen. Der anhaltende Trend zu Singlehaushalten bewirkt, dass die durchschnittliche Haushaltsgröße sinkt.
- Einer Zunahme der Zahl der Erwerbstätigen in den Haushalten, wodurch der Anteil der Doppelverdienerhaushalte steigt.

- Eine Zunahme des Qualifikationsniveaus der Haushaltsbezugsperson, wodurch allgemein die Einkommen steigen.
- Der Änderung im Konsumverhalten, deren Trend aus der Vergangenheit fortgeschrieben wird.
- Der allgemeinen Einkommenssteigerung, die den Anteil der Haushalte mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 3600 Euro und mehr merklich steigen lässt

Im Zusammenwirken dieser Faktoren werden die Konsumausgaben im Aggregat mit 1,7 % etwas stärker wachsen als die verfügbaren Einkommen. Das Wachstum der Ausgaben für Verkehr bleibt mit 1,65 etwas hinter dem Konsumwachstum zurück. Dennoch wird sich der Anteil der Verkehrsausgaben an den gesamten Konsumausgaben bis 2025 kaum ändern. **Insgesamt bleibt der Stellenwert der Verkehrsausgaben also konstant.** Aufgrund des Rückgangs der Zahl der Kinder und Jugendlichen wird sich jedoch die Struktur der nachgefragten Verkehrsleistungen verändern. **Der ÖPNV wird weiter an Bedeutung verlieren und der Individualverkehr an Bedeutung hinzugewinnen.** Im Jahr 2025 werden die Rentnerhaushalte etwa die Hälfte der Ausgaben für den ÖPNV erbringen, während für den Individualverkehr nach wie vor die Haushalte der 35- bis 50-Jährigen die größte finanzielle Bedeutung haben werden.

Literatur

- Buslei, H., Schulz, E. Steiner, V. (2007) Auswirkungen des demographischen Wandels auf die private Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen in Deutschland bis 2050. DIW Berlin, Politikberatung kompakt, Nr. 26, Berlin 2007.
- Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung (2005): Lebenslagen in Deutschland. 2. Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung, Bonn.
- Statistisches Bundesamt (2003): Fachserie 15 Heft 1: Wirtschaftsrechnungen, Einkommens- und Verbrauchsstichprobe – Ausstattung privater Haushalte mit langlebigen Gebrauchsgütern 2003, Wiesbaden.

7 Tabellenanhang

Tabelle 7-1:
Konsumausgaben für den Bereich Verkehr nach Altersgruppen in Deutschland 2003

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
Erfasste Haushalte	42 744	5 822	16 403	8 024	3 941	5 845	2 709
Hochgerechnete Haushalte	38 111 000	6 353 000	12 497 344	5 897 860	3 180 797	6 031 494	4 150 506
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro							
Verkehrsausgaben insgesamt	363	334	433	471	372	287	146
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	115	103	139	159	122	90	24
Kauf von Kfz,neu	60	43	62	85	79	65	15
Kauf von Kfz,gebraucht	48	49	68	66	39	22	7
Kauf von Kraft- und Farrädern	7	10	10	7	4	4	1
Kraftstoffe und Schmiermittel	82	90	104	101	75	53	26
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	91	73	106	120	97	79	49
Kfz-Steuer und -Versicherung	48	44	56	61	49	38	26
Fremde Verkehrsdienstleistungen	27	24	28	29	28	26	22
Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr							
Verkehrsausgaben insgesamt	166,0	25,5	65,0	33,3	14,2	20,7	7,3
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	52,4	7,8	20,9	11,2	4,7	6,5	1,2
Kauf von Kfz,neu	27,2	3,3	9,2	6,0	3,0	4,7	0,8
Kauf von Kfz,gebraucht	21,9	3,8	10,2	4,7	1,5	1,6	0,4
Kauf von Kraft- und Farrädern	3,3	0,8	1,4	0,5	0,2	0,3	0,0
Kraftstoffe und Schmiermittel	37,6	6,9	15,6	7,2	2,9	3,8	1,3
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	41,7	5,5	15,8	8,5	3,7	5,7	2,4
Kfz-Steuer und -Versicherung	22,1	3,4	8,4	4,3	1,9	2,8	1,3
Fremde Verkehrsdienstleistungen	12,2	1,9	4,2	2,1	1,1	1,9	1,1
Anteile der Ausgaben der Altersgruppen an den Gesamtausgaben in %							
Verkehrsausgaben insgesamt	100	15,3	39,1	20,1	8,6	12,5	4,4
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	100	15,0	39,9	21,5	8,9	12,4	2,3
Kauf von Kfz,neu	100	12,1	33,9	22,2	11,1	17,3	2,8
Kauf von Kfz,gebraucht	100	17,2	46,5	21,3	6,7	7,2	1,7
Kauf von Kraft- und Farrädern	100	22,9	43,5	15,2	5,1	7,8	1,5
Kraftstoffe und Schmiermittel	100	18,3	41,5	19,1	7,7	10,2	3,4
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	100	13,2	38,0	20,3	8,9	13,7	5,8
Kfz-Steuer und -Versicherung	100	15,3	38,2	19,7	8,5	12,6	5,8
Fremde Verkehrsdienstleistungen	100	15,3	34,4	17,0	8,8	15,7	8,8

Quelle: Scientific use file der EVS 2003, Berechnungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-2:
Konsumausgaben für den Bereich Verkehr nach Haushaltstypen in Deutschland 2003

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushaltstyp				
		Alleinlebend	Alleinerziehend	Paar ohne Kind	Paar mit Kindern	Ubrige Haushalte
Hochgerechnete Haushalte	38 111 000	14 051 000	1 358 840	11 159 000	6 516 799	5 025 361
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro						
Verkehrsausgaben insgesamt	363	182	214	437	487	585
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	115	42	51	151	162	191
Kraftstoffe und Schmiermittel	82	41	60	91	123	132
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	91	47	52	111	119	145
Kfz-Steuer und -Versicherung	48	26	31	55	60	83
Fremde Verkehrsdienstleistungen	27	25	20	28	24	34
Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr						
Verkehrsausgaben insgesamt	166,0	30,6	3,5	58,5	38,1	35,3
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	52,4	7,1	0,8	20,3	12,6	11,5
Kraftstoffe und Schmiermittel	37,6	6,9	1,0	12,2	9,6	7,9
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	41,7	8,0	0,8	14,9	9,3	8,7
Kfz-Steuer und -Versicherung	22,1	4,5	0,5	7,4	4,7	5,0
Fremde Verkehrsdienstleistungen	12,2	4,2	0,3	3,7	1,8	2,0
Anteile der Ausgaben der Haushaltstypen an den Gesamtausgaben in %						
Verkehrsausgaben insgesamt	100	18,5	2,1	35,2	23,0	21,3
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	100	13,6	1,6	38,7	24,1	22,0
Kraftstoffe und Schmiermittel	100	18,3	2,6	32,5	25,5	21,1
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	100	19,1	2,0	35,6	22,3	20,9
Kfz-Steuer und -Versicherung	100	20,2	2,3	33,4	21,4	22,7
Fremde Verkehrsdienstleistungen	100	34,6	2,7	30,8	15,1	16,8

Quelle: Scientific use file der EVS 2003, Berechnungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-3:
Konsumausgaben für den Bereich Verkehr nach Einkommensklassen in Deutschland 2003

Gegenstand der Nachweisung	Haushaltsnettoeinkommen in Euro je Haushalt und Monat im jeweiligen Jahr (in Preisen von 2003)							
	Gesamt	unter 900	900 - 1500	1500 - 2000	2000 - 2600	2600 - 3000	3000 - 3600	3600 u.m.
Hochgerechnete Haushalte	38 111 000	3 159 966	7 059 472	5 403 528	5 810 973	3 278 878	4 128 018	9 270 165
	Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro							
Verkehrsausgaben insgesamt	363	87	143	227	328	421	468	658
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	115	22	26	48	91	132	153	244
Kraftstoffe und Schmiermittel	82	20	36	58	79	100	109	136
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	91	17	37	61	86	109	118	161
Kfz-Steuer und -Versicherung	48	12	25	37	47	56	62	77
Fremde Verkehrsdienstleistungen	27	15	19	23	25	25	26	40
	Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr							
Verkehrsausgaben insgesamt	166,0	3,3	12,1	14,7	22,9	16,6	23,2	73,2
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	52,4	0,8	2,2	3,1	6,4	5,2	7,6	27,1
Kraftstoffe und Schmiermittel	37,6	0,8	3,0	3,8	5,5	3,9	5,4	15,1
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	41,7	0,7	3,1	3,9	6,0	4,3	5,9	17,9
Kfz-Steuer und -Versicherung	22,1	0,4	2,1	2,4	3,3	2,2	3,1	8,6
Fremde Verkehrsdienstleistungen	12,2	0,6	1,6	1,5	1,7	1,0	1,3	4,5
	Anteile der Ausgaben der Einkommensgruppen an den Gesamtausgaben in %							
Verkehrsausgaben insgesamt	100	2,0	7,3	8,9	13,8	10,0	14,0	44,1
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	100	1,6	4,2	5,9	12,2	9,9	14,5	51,7
Kraftstoffe und Schmiermittel	100	2,1	8,1	10,0	14,7	10,5	14,4	40,2
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	100	1,6	7,4	9,4	14,3	10,3	14,0	42,9
Kfz-Steuer und -Versicherung	100	2,0	9,7	10,9	14,8	9,9	13,9	38,8
Fremde Verkehrsdienstleistungen	100	4,7	13,4	12,3	14,1	8,0	10,5	36,9

Quelle: Scientific use file der EVS 2003, Berechnungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-4:
Durchschnittliches jährliches reales Wachstum der Konsumausgaben in Deutschland nach Altersgruppen 2003 bis 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
Jährliches Wachstum im Durchschnitt pro Haushalt							
Private Konsumausgaben	1,53%	1,43%	1,76%	1,58%	1,76%	1,42%	1,61%
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	0,53%	0,38%	0,72%	0,73%	0,93%	0,39%	0,57%
Bekleidung, Schuhe	0,95%	1,29%	1,39%	1,00%	1,11%	0,63%	0,72%
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	1,86%	1,48%	2,03%	1,98%	2,08%	1,71%	1,85%
Energie	0,84%	0,46%	0,90%	1,02%	1,17%	0,65%	0,89%
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	1,78%	1,93%	2,14%	1,76%	1,89%	1,50%	1,70%
Gesundheitspflege	2,81%	3,38%	3,52%	2,47%	2,47%	2,04%	2,15%
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	1,41%	1,59%	1,67%	1,39%	1,72%	1,60%	2,04%
Nachrichtenübermittlung	1,43%	1,21%	2,02%	1,82%	1,84%	1,21%	0,96%
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	1,88%	1,85%	2,09%	1,88%	2,00%	1,82%	2,02%
Bildungswesen	1,84%	1,52%	2,34%	2,62%	3,53%	3,64%	4,40%
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	1,56%	1,81%	1,85%	1,41%	1,58%	1,39%	1,75%
Andere Waren und Dienstleistungen	1,80%	1,62%	2,05%	1,87%	1,97%	1,60%	1,69%
Jährliches Wachstum im Durchschnitt für alle Haushalte insgesamt							
Private Konsumausgaben	1,72%	1,18%	0,87%	2,15%	2,16%	1,96%	3,75%
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	0,72%	0,12%	-0,16%	1,29%	1,33%	0,92%	2,68%
Bekleidung, Schuhe	1,15%	1,04%	0,50%	1,56%	1,51%	1,16%	2,84%
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	2,06%	1,22%	1,13%	2,54%	2,48%	2,25%	4,00%
Energie	1,04%	0,20%	0,01%	1,58%	1,57%	1,18%	3,02%
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	1,98%	1,67%	1,24%	2,33%	2,29%	2,04%	3,84%
Gesundheitspflege	3,01%	3,11%	2,61%	3,04%	2,87%	2,58%	4,30%
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	1,61%	1,33%	0,78%	1,95%	2,12%	2,14%	4,19%
Nachrichtenübermittlung	1,63%	0,96%	1,13%	2,38%	2,24%	1,75%	3,09%
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	2,08%	1,59%	1,20%	2,45%	2,40%	2,36%	4,17%
Bildungswesen	2,04%	1,26%	1,44%	3,19%	3,94%	4,19%	6,59%
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	1,76%	1,56%	0,96%	1,97%	1,98%	1,93%	3,89%
Andere Waren und Dienstleistungen	2,00%	1,37%	1,15%	2,43%	2,37%	2,14%	3,83%

Quelle: Vorausschätzungen des DIW Berlin auf Basis der Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003.

Tabelle 7-5:
Reale Konsumausgaben nach Gütergruppen und Altersgruppen in Deutschland 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
Hochgerechnete Haushalte	39 661 987	5 996 604	10 254 544	6 637 938	3 454 139	6 764 276	6 554 485
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro							
Private Konsumausgaben	3 113	2 497	3 635	3 719	3 520	2 854	2 296
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	354	264	432	435	403	312	252
Bekleidung, Schuhe	138	138	177	162	146	108	82
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	885	624	976	1 046	1 024	857	775
Energie	149	100	160	185	175	144	134
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	167	133	197	204	194	151	116
Gesundheitspflege	141	78	136	159	178	163	145
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	500	489	625	638	556	411	237
Nachrichtenübermittlung	96	110	129	117	89	63	51
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	379	291	441	429	435	377	285
Bildungswesen	28	37	52	30	18	11	6
Beherbergungs- und Gaststätdienstleistungen	141	132	162	156	153	132	104
Andere Waren und Dienstleistungen	133	101	149	157	148	127	111
Durchschnitt je Haushalt und Monat in % des Konsums							
Private Konsumausgaben	100	100	100	100	100	100	100
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	11,4	10,6	11,9	11,7	11,4	10,9	11,0
Bekleidung, Schuhe	4,4	5,5	4,9	4,4	4,2	3,8	3,6
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	28,4	25,0	26,8	28,1	29,1	30,0	33,8
Energie	4,8	4,0	4,4	5,0	5,0	5,0	5,8
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	5,4	5,3	5,4	5,5	5,5	5,3	5,1
Gesundheitspflege	4,5	3,1	3,8	4,3	5,1	5,7	6,3
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	16,1	19,6	17,2	17,2	15,8	14,4	10,3
Nachrichtenübermittlung	3,1	4,4	3,5	3,1	2,5	2,2	2,2
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	12,2	11,6	12,1	11,5	12,3	13,2	12,4
Bildungswesen	0,9	1,5	1,4	0,8	0,5	0,4	0,3
Beherbergungs- und Gaststätdienstleistungen	4,5	5,3	4,5	4,2	4,3	4,6	4,5
Andere Waren und Dienstleistungen	4,3	4,1	4,1	4,2	4,2	4,4	4,9

Quelle: Vorausschätzungen des DIW Berlin auf Basis der Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003.

Tabelle 7-6:
Hochgerechnete reale Konsumausgaben nach Altersgruppen in Deutschland in Mrd. Euro 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
Hochgerechnete Haushalte	39 661 987	5 996 604	10 254 544	6 637 938	3 454 139	6 764 276	6 554 485
		Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr					
Private Konsumausgaben	1 481,4	179,7	447,4	296,2	145,9	231,7	180,6
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	168,6	19,0	53,2	34,7	16,7	25,3	19,8
Bekleidung, Schuhe	65,9	10,0	21,8	12,9	6,1	8,8	6,4
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	421,4	44,9	120,0	83,4	42,5	69,6	61,0
Energie	71,1	7,2	19,7	14,7	7,3	11,7	10,5
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	79,5	9,5	24,3	16,2	8,1	12,3	9,2
Gesundheitspflege	67,0	5,6	16,8	12,7	7,4	13,2	11,4
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	237,9	35,2	76,9	50,8	23,1	33,3	18,6
Nachrichtenübermittlung	45,8	7,9	15,8	9,3	3,7	5,1	4,0
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	180,3	20,9	54,2	34,2	18,0	30,6	22,4
Bildungswesen	13,5	2,6	6,4	2,4	0,7	0,9	0,5
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	67,1	9,5	20,0	12,5	6,3	10,7	8,2
Andere Waren und Dienstleistungen	63,3	7,3	18,3	12,5	6,1	10,3	8,8
		Anteile der Ausgaben der Altersgruppen an den Gesamtausgaben in %					
Private Konsumausgaben	100	12,1	30,2	20,0	9,8	15,6	12,2
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	100	11,3	31,5	20,6	9,9	15,0	11,7
Bekleidung, Schuhe	100	15,1	33,0	19,6	9,2	13,3	9,7
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	100	10,7	28,5	19,8	10,1	16,5	14,5
Energie	100	10,2	27,8	20,7	10,2	16,4	14,8
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	100	12,0	30,5	20,4	10,1	15,4	11,5
Gesundheitspflege	100	8,3	25,0	18,9	11,0	19,7	17,0
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	100	14,8	32,3	21,4	9,7	14,0	7,8
Nachrichtenübermittlung	100	17,2	34,6	20,3	8,1	11,2	8,7
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	100	11,6	30,1	18,9	10,0	17,0	12,4
Bildungswesen	100	19,5	47,5	17,7	5,5	6,3	3,4
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	100	14,1	29,8	18,6	9,4	15,9	12,2
Andere Waren und Dienstleistungen	100	11,5	28,9	19,8	9,7	16,2	13,8

Quelle: Vorausschätzungen des DIW Berlin auf Basis der Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003.

Tabelle 7-7:
Reale Konsumausgaben je Haushalt im Monat nach Haushaltstypen in Deutschland in Euro 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushaltstyp				
		Allein- stehend	Allein- erziehend	Paar ohne Kind	Paar mit Kindern	Ubrige Haushalte
Hochgerechnete Haushalte	39 661 986	16 275 130	1 065 330	12 616 917	5 081 039	4 623 570
		Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro				
Private Konsumausgaben	3 113	2 031	2 350	3 605	4 302	4 445
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	354	198	327	399	560	562
Bekleidung, Schuhe	138	81	133	153	227	206
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	885	647	680	990	1 148	1 196
Energie	149	109	137	163	189	212
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	167	92	106	208	251	242
Gesundheitspflege	141	91	67	187	161	185
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	500	271	295	614	723	796
Nachrichtenübermittlung	96	74	104	90	134	147
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	379	260	272	450	492	502
Bildungswesen	28	12	56	18	85	44
Beherbergungs- und Gaststätdienstleistungen	141	100	71	178	165	173
Andere Waren und Dienstleistungen	133	94	104	155	168	179
		Durchschnitt je Haushalt und Monat in % des Konsums				
Private Konsumausgaben	100	100	100	100	100	100
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	11,4	9,8	13,9	11,1	13,0	12,7
Bekleidung, Schuhe	4,4	4,0	5,6	4,2	5,3	4,6
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	28,4	31,9	28,9	27,5	26,7	26,9
Energie	4,8	5,4	5,8	4,5	4,4	4,8
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	5,4	4,5	4,5	5,8	5,8	5,4
Gesundheitspflege	4,5	4,5	2,9	5,2	3,7	4,2
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	16,1	13,4	12,5	17,0	16,8	17,9
Nachrichtenübermittlung	3,1	3,7	4,4	2,5	3,1	3,3
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	12,2	12,8	11,6	12,5	11,4	11,3
Bildungswesen	0,9	0,6	2,4	0,5	2,0	1,0
Beherbergungs- und Gaststätdienstleistungen	4,5	4,9	3,0	4,9	3,8	3,9
Andere Waren und Dienstleistungen	4,3	4,6	4,4	4,3	3,9	4,0

Quelle: Vorausschätzungen des DIW Berlin auf Basis der Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003.

Tabelle 7-8:
Durchschnittliches jährliches reales Wachstum der Konsumausgaben in Deutschland nach Haushaltstypen 2003 bis 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushaltstyp				
		Allein- stehend	Allein- erziehend	Paar ohne Kind	Paar mit Kindern	Übrige Haushalte
Jährliches Wachstum im Durchschnitt pro Haushalt						
Private Konsumausgaben	1,53%	1,62%	1,45%	1,57%	1,82%	1,75%
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	0,53%	0,41%	0,64%	0,61%	0,97%	1,04%
Bekleidung, Schuhe	0,95%	1,02%	1,13%	0,95%	1,51%	1,26%
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	1,86%	1,81%	1,64%	1,94%	2,10%	2,16%
Energie	0,84%	0,85%	0,76%	0,87%	1,04%	1,24%
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	1,78%	1,97%	1,85%	1,76%	2,20%	1,99%
Gesundheitspflege	2,81%	2,80%	3,09%	2,51%	3,60%	2,99%
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	1,41%	1,86%	1,66%	1,45%	1,68%	1,45%
Nachrichtenübermittlung	1,43%	1,36%	1,56%	1,38%	1,94%	1,87%
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	1,88%	1,99%	1,76%	1,90%	2,11%	2,03%
Bildungswesen	1,84%	2,57%	1,76%	2,89%	2,28%	2,56%
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	1,56%	1,71%	1,40%	1,51%	1,77%	1,55%
Andere Waren und Dienstleistungen	1,80%	1,82%	1,64%	1,82%	2,09%	2,02%
Jährliches Wachstum im Durchschnitt für alle Haushalte insgesamt						
Private Konsumausgaben	1,72%	2,31%	0,36%	2,15%	0,69%	1,38%
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	0,72%	1,09%	-0,44%	1,18%	-0,15%	0,67%
Bekleidung, Schuhe	1,15%	1,71%	0,04%	1,53%	0,38%	0,89%
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	2,06%	2,50%	0,54%	2,53%	0,96%	1,78%
Energie	1,04%	1,54%	-0,33%	1,45%	-0,08%	0,86%
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	1,98%	2,66%	0,75%	2,34%	1,07%	1,61%
Gesundheitspflege	3,01%	3,50%	1,98%	3,10%	2,46%	2,61%
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	1,61%	2,55%	0,56%	2,04%	0,55%	1,07%
Nachrichtenübermittlung	1,63%	2,05%	0,47%	1,96%	0,81%	1,50%
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	2,08%	2,68%	0,66%	2,49%	0,98%	1,66%
Bildungswesen	2,04%	3,26%	0,66%	3,48%	1,15%	2,18%
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	1,76%	2,41%	0,31%	2,09%	0,64%	1,17%
Andere Waren und Dienstleistungen	2,00%	2,51%	0,54%	2,40%	0,96%	1,64%

Quelle: Vorausschätzungen des DIW Berlin auf Basis der Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003.

Tabelle 7-9:
Hochgerechnete reale Konsumausgaben nach Haushaltstypen in Deutschland in Mrd. Euro 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushaltstyp				
		Allein- stehend	Allein- erziehend	Paar ohne Kind	Paar mit Kindern	Ubrige Haushalte
Hochgerechnete Haushalte	39 661 986	16 275 130	1 065 330	12 616 917	5 081 039	4 623 570
		Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr				
Private Konsumausgaben	1 481,4	396,7	30,0	545,7	262,3	246,6
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	168,6	38,7	4,2	60,4	34,2	31,2
Bekleidung, Schuhe	65,9	15,8	1,7	23,1	13,8	11,4
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	421,4	126,4	8,7	149,9	70,0	66,4
Energie	71,1	21,4	1,8	24,7	11,5	11,8
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	79,5	17,9	1,4	31,6	15,3	13,4
Gesundheitspflege	67,0	17,8	0,9	28,3	9,8	10,2
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	237,9	53,0	3,8	92,9	44,1	44,2
Nachrichtenübermittlung	45,8	14,5	1,3	13,6	8,2	8,2
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	180,3	50,8	3,5	68,1	30,0	27,9
Bildungswesen	13,5	2,4	0,7	2,7	5,2	2,4
Beherbergungs- und Gaststätdienstleistungen	67,1	19,5	0,9	27,0	10,1	9,6
Andere Waren und Dienstleistungen	63,3	18,4	1,3	23,4	10,2	9,9
		Anteile der Ausgaben der Haushaltstypen an den Gesamtausgaben in %				
Private Konsumausgaben	100	26,8	2,0	36,8	17,7	16,6
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	100	22,9	2,5	35,8	20,3	18,5
Bekleidung, Schuhe	100	24,0	2,6	35,1	21,0	17,3
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	100	30,0	2,1	35,6	16,6	15,7
Energie	100	30,1	2,5	34,7	16,2	16,6
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	100	22,5	1,7	39,7	19,2	16,9
Gesundheitspflege	100	26,5	1,3	42,3	14,6	15,3
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	100	22,3	1,6	39,1	18,5	18,6
Nachrichtenübermittlung	100	31,7	2,9	29,8	17,8	17,8
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	100	28,2	1,9	37,8	16,6	15,5
Bildungswesen	100	18,1	5,3	20,1	38,6	18,0
Beherbergungs- und Gaststätdienstleistungen	100	29,1	1,3	40,3	15,0	14,3
Andere Waren und Dienstleistungen	100	29,1	2,1	37,0	16,2	15,7

Quelle: Vorausschätzungen des DIW Berlin auf Basis der Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003.

Tabelle 7-10:
Hochgerechnete reale Konsumausgaben in den Bereichen des Verkehrs nach Altersgruppen in Deutschland 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
Hochgerechnete Haushalte	39 661 987	5 996 604	10 254 544	6 637 938	3 454 139	6 764 276	6 554 485
Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr							
Verkehrsausgaben insgesamt	237,9	35,2	76,9	50,8	23,1	33,3	18,6
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	86,9	13,2	29,4	19,2	8,6	11,9	4,5
Kraftstoffe und Schmiermittel	55,3	9,1	19,1	11,9	5,2	6,6	3,4
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	61,4	7,3	19,0	13,6	6,6	9,3	5,6
Kfz-Steuer und -Versicherung	21,5	3,3	6,8	4,6	2,1	2,8	1,9
Fremde Verkehrsdienstleistungen	12,8	2,2	2,6	1,5	0,6	2,8	3,2
Anteile der Ausgaben der Altersgruppen an den Gesamtausgaben in %							
Verkehrsausgaben insgesamt	100	14,8	32,3	21,4	9,7	14,0	7,8
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	100	15,2	33,9	22,1	9,9	13,7	5,2
Kraftstoffe und Schmiermittel	100	16,5	34,5	21,5	9,4	11,9	6,2
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	100	12,0	30,9	22,1	10,7	15,1	9,2
Kfz-Steuer und -Versicherung	100	15,2	31,3	21,6	9,7	13,2	9,0
Fremde Verkehrsdienstleistungen	100	17,2	20,4	11,8	4,4	21,5	24,6

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-11:
Reale Konsumausgaben in den Bereichen des Verkehrs nach Altersgruppen in Deutschland 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
Hochgerechnete Haushalte	39 661 987	5 996 604	10 254 544	6 637 938	3 454 139	6 764 276	6 554 485
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro							
Verkehrsausgaben insgesamt	500	489	625	638	557	411	237
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	182	184	239	241	208	147	57
Kraftstoffe und Schmiermittel	116	127	155	149	125	81	44
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	129	102	154	170	159	114	72
Kfz-Steuer und -Versicherung	45	46	55	58	50	35	25
Fremde Verkehrsdienstleistungen	27	31	21	19	14	34	40
Durchschnitt je Haushalt und Monat in % des Konsums							
Verkehrsausgaben insgesamt	100	100	100	100	100	100	100
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	36,5	37,6	38,3	37,8	37,5	35,7	24,0
Kraftstoffe und Schmiermittel	23,3	26,0	24,8	23,4	22,5	19,8	18,4
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	25,8	20,9	24,7	26,7	28,6	27,8	30,2
Kfz-Steuer und -Versicherung	9,1	9,3	8,8	9,1	9,0	8,5	10,4
Fremde Verkehrsdienstleistungen	5,4	6,2	3,4	3,0	2,5	8,3	16,9

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-12:

Durchschnittliches jährliches reales Wachstum der Verkehrsausgaben in Deutschland nach Altersgruppen 2003 bis 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Alter des/der Haupteinkommensbeziehers/ -bezieherin von ... bis unter ... Jahren					
		unter 35	35 - 50	50 - 60	60 - 65	65 - 75	75+
Jährliches Wachstum im Durchschnitt pro Haushalt							
Verkehrsausgaben insgesamt	1,41%	1,59%	1,67%	1,39%	1,72%	1,60%	2,04%
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	1,67%	1,97%	1,99%	1,66%	2,09%	1,87%	2,63%
Kraftstoffe und Schmiermittel	1,34%	1,38%	1,65%	1,47%	1,84%	1,70%	2,25%
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	1,80%	1,77%	1,97%	1,74%	2,13%	1,96%	2,52%
Kfz-Steuer und -Versicherung	0,58%	0,98%	0,67%	0,51%	0,92%	0,75%	1,43%
Fremde Verkehrsdienstleistungen	0,03%	0,82%	-0,38%	-1,46%	-2,78%	0,28%	0,80%
Jährliches Wachstum im Durchschnitt für alle Haushalte insgesamt							
Verkehrsausgaben insgesamt	1,61%	1,33%	0,78%	1,95%	2,12%	2,14%	4,19%
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	1,87%	1,71%	1,09%	2,22%	2,49%	2,41%	4,79%
Kraftstoffe und Schmiermittel	1,54%	1,12%	0,76%	2,03%	2,25%	2,24%	4,40%
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	2,00%	1,51%	1,08%	2,31%	2,53%	2,50%	4,68%
Kfz-Steuer und -Versicherung	0,78%	0,72%	-0,22%	1,07%	1,32%	1,28%	3,56%
Fremde Verkehrsdienstleistungen	0,22%	0,56%	-1,26%	-0,92%	-2,39%	0,82%	2,92%

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-13:

Durchschnittliches jährliches reales Wachstum der Verkehrsausgaben in Deutschland nach Haushaltstypen 2003 bis 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushaltstyp				
		Allein-lebend	Allein-erziehend	Paar ohne Kind	Paar mit Kindern	Übrige Haushalte
Jährliches Wachstum im Durchschnitt pro Haushalt						
Verkehrsausgaben insgesamt	1,41%	1,86%	1,66%	1,45%	1,68%	1,45%
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	1,67%	2,36%	2,15%	1,68%	1,98%	1,71%
Kraftstoffe und Schmiermittel	1,34%	1,87%	1,72%	1,42%	1,62%	1,48%
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	1,80%	2,28%	1,96%	1,86%	1,98%	1,87%
Kfz-Steuer und -Versicherung	0,58%	1,12%	0,84%	0,67%	0,75%	0,68%
Fremde Verkehrsdienstleistungen	0,03%	0,91%	0,28%	-1,61%	-2,05%	-2,33%
Jährliches Wachstum im Durchschnitt für alle Haushalte insgesamt						
Verkehrsausgaben insgesamt	1,61%	2,55%	0,56%	2,04%	0,55%	1,07%
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	1,87%	3,06%	1,04%	2,27%	0,85%	1,33%
Kraftstoffe und Schmiermittel	1,54%	2,56%	0,62%	2,00%	0,49%	1,11%
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	2,00%	2,98%	0,86%	2,44%	0,84%	1,50%
Kfz-Steuer und -Versicherung	0,78%	1,81%	-0,25%	1,24%	-0,37%	0,31%
Fremde Verkehrsdienstleistungen	0,22%	1,59%	-0,81%	-1,05%	-3,14%	-2,69%

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-14:
Hochgerechnete reale Konsumausgaben im Bereich Verkehr nach Haushaltstypen in Deutschland 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushaltstyp				
		Allein-lebend	Allein-erziehend	Paar ohne Kind	Paar mit Kindern	Übrige Haushalte
Hochgerechnete Haushalte	39 661 986	16 275 130	1 065 330	12 616 917	5 081 039	4 623 570
Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr						
Verkehrsausgaben insgesamt	237,9	53,0	3,8	92,9	44,1	44,2
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	86,9	15,7	1,2	36,5	17,2	16,3
Kraftstoffe und Schmiermittel	55,3	11,4	1,0	21,0	11,4	10,6
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	61,4	12,8	0,9	24,9	11,0	11,9
Kfz-Steuer und -Versicherung	21,5	4,4	0,3	8,4	3,9	4,5
Fremde Verkehrsdienstleistungen	12,8	8,8	0,4	2,2	0,6	0,9
Struktur der Verkehrsausgaben						
Verkehrsausgaben insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	36,5	29,6	32,0	39,2	38,9	37,0
Kraftstoffe und Schmiermittel	23,3	21,4	26,7	22,6	26,0	23,9
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	25,8	24,1	23,1	26,8	24,9	26,9
Kfz-Steuer und -Versicherung	9,1	8,3	8,6	9,1	8,9	10,2
Fremde Verkehrsdienstleistungen	5,4	16,6	9,6	2,3	1,3	2,1
Anteile der Ausgaben der Haushaltstypen an den Gesamtausgaben in %						
Verkehrsausgaben insgesamt	100	22,3	1,6	39,1	18,5	18,6
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	100	18,1	1,4	42,0	19,7	18,8
Kraftstoffe und Schmiermittel	100	20,5	1,8	37,9	20,7	19,1
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	100	20,8	1,4	40,5	17,9	19,3
Kfz-Steuer und -Versicherung	100	20,4	1,5	39,2	18,2	20,8
Fremde Verkehrsdienstleistungen	100	68,6	2,8	16,9	4,4	7,2

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-15:

Reale Konsumausgaben in den Bereichen des Verkehrs nach Haushaltstypen in Deutschland in Euro 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushaltstyp				
		Alleinlebend	Alleinerziehend	Paar ohne Kind	Paar mit Kindern	Übrige Haushalte
Hochgerechnete Haushalte	39 661 986	16 275 130	1 065 330	12 616 917	5 081 039	4 623 570
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro						
Verkehrsausgaben insgesamt	500	271	295	614	723	796
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	182	80	94	241	281	295
Kraftstoffe und Schmiermittel	116	58	79	138	188	190
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	129	65	68	164	180	214
Kfz-Steuer und -Versicherung	45	22	25	56	64	81
Fremde Verkehrsdienstleistungen	27	45	28	14	9	17
Durchschnitt je Haushalt und Monat in % des Konsums						
Verkehrsausgaben insgesamt	100	100	100	100	100	100
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	36,5	29,6	32,0	39,2	38,9	37,0
Kraftstoffe und Schmiermittel	23,3	21,4	26,7	22,6	26,0	23,9
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	25,8	24,1	23,1	26,8	24,9	26,9
Kfz-Steuer und -Versicherung	9,1	8,3	8,6	9,1	8,9	10,2
Fremde Verkehrsdienstleistungen	5,4	16,6	9,6	2,3	1,3	2,1

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-16:

Reale Konsumausgaben in den Bereichen des Verkehrs nach Einkommensgruppen in Deutschland in Euro 2025

Gegenstand der Nachweisung	Haushaltsnettoeinkommen in Euro je Haushalt und Monat im jeweiligen Jahr (in Preisen von 2003)							
	Gesamt	unter 900	900 - 1500	1500 - 2000	2000 - 2600	2600 - 3000	3000 - 3600	3600 u.m.
Hochgerechnete Haushalte	39 661 986	1.911.704	5.186.679	4.325.658	4.989.050	3.175.525	4.176.995	15.896.375
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro								
Verkehrsausgaben insgesamt	500	106	134	215	322	414	498	817
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	182	23	31	57	97	134	172	324
Kraftstoffe und Schmiermittel	116	24	30	49	76	97	116	190
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	129	21	29	51	80	106	129	216
Kfz-Steuer und -Versicherung	45	9	12	21	32	40	48	72
Fremde Verkehrsdienstleistungen	27	29	32	38	38	37	34	15
Durchschnitt je Haushalt und Monat in Euro in % des Konsums								
Verkehrsausgaben insgesamt	100	100	100	100	100	100	100	100
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	36,5	21,9	23,4	26,5	30,0	32,5	34,4	39,7
Kraftstoffe und Schmiermittel	23,3	22,9	22,0	22,8	23,5	23,4	23,3	23,3
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	25,8	20,0	21,9	23,5	24,8	25,5	25,8	26,4
Kfz-Steuer und -Versicherung	9,1	8,9	9,1	9,6	9,9	9,6	9,5	8,8
Fremde Verkehrsdienstleistungen	5,4	27,3	24,1	17,6	11,8	8,9	6,8	1,8

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-17:
Hochgerechnete reale Konsumausgaben in den Bereichen des Verkehrs nach Einkommensgruppen in Deutschland in Mrd. Euro 2025

Gegenstand der Nachweisung	Haushaltsnettoeinkommen in Euro je Haushalt und Monat im jeweiligen Jahr (in Preisen von 2003)							
	Gesamt	unter 900	900 - 1500	1500 - 2000	2000 - 2600	2600 - 3000	3000 - 3600	3600 u.m.
Hochgerechnete Haushalte	39 661 986	1.911.704	5.186.679	4.325.658	4.989.050	3.175.525	4.176.995	15.896.375
		Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr						
Verkehrsausgaben insgesamt	237,9	2,4	8,4	11,2	19,3	15,8	25,0	155,9
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	86,9	0,5	2,0	3,0	5,8	5,1	8,6	61,9
Kraftstoffe und Schmiermittel	55,3	0,6	1,8	2,6	4,5	3,7	5,8	36,3
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	61,4	0,5	1,8	2,6	4,8	4,0	6,5	41,2
Kfz-Steuer und -Versicherung	21,5	0,2	0,8	1,1	1,9	1,5	2,4	13,7
Fremde Verkehrsdienstleistungen	12,8	0,7	2,0	2,0	2,3	1,4	1,7	2,8
		Anteile der Ausgaben der Einkommensgruppen an den Gesamtausgaben in %						
Verkehrsausgaben insgesamt	100	1,0	3,5	4,7	8,1	6,6	10,5	65,5
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	100	0,6	2,3	3,4	6,7	5,9	9,9	71,3
Kraftstoffe und Schmiermittel	100	1,0	3,3	4,6	8,2	6,7	10,5	65,7
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	100	0,8	3,0	4,3	7,8	6,6	10,5	67,1
Kfz-Steuer und -Versicherung	100	1,0	3,5	5,0	8,8	7,0	11,1	63,5
Fremde Verkehrsdienstleistungen	100	5,2	15,7	15,4	17,8	10,9	13,3	21,7

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-18:
Durchschnittliches jährliches reales Wachstum der Verkehrsausgaben in Deutschland nach Einkommensgruppen 2003 bis 2025

Gegenstand der Nachweisung	Haushaltsnettoeinkommen in Euro je Haushalt und Monat im jeweiligen Jahr (in Preisen von 2003)							
	Gesamt	unter 900	900 - 1500	1500 - 2000	2000 - 2600	2600 - 3000	3000 - 3600	3600 u.m.
		Jährliches Wachstum im Durchschnitt pro Haushalt						
Verkehrsausgaben insgesamt	1,41%	0,27%	-0,54%	-0,53%	-0,16%	-0,08%	0,06%	0,98%
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	1,67%	0,11%	-0,84%	-0,90%	-0,42%	-0,31%	-0,09%	1,10%
Kraftstoffe und Schmiermittel	1,34%	0,23%	-0,74%	-0,73%	-0,24%	-0,25%	-0,14%	1,00%
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	1,80%	0,42%	-0,40%	-0,37%	0,05%	0,22%	0,42%	1,31%
Kfz-Steuer und -Versicherung	0,58%	-0,25%	-1,32%	-1,29%	-0,82%	-0,84%	-0,67%	0,22%
Fremde Verkehrsdienstleistungen	0,03%	0,56%	0,32%	0,77%	0,97%	1,49%	1,58%	-1,53%
		Jährliches Wachstum im Durchschnitt für alle Haushalte insgesamt						
Verkehrsausgaben insgesamt	1,61%	-2,99%	-1,62%	-1,40%	-0,90%	-0,20%	0,33%	3,56%
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	1,87%	-3,14%	-1,92%	-1,77%	-1,15%	-0,43%	0,18%	3,68%
Kraftstoffe und Schmiermittel	1,54%	-3,03%	-1,83%	-1,60%	-0,98%	-0,36%	0,13%	3,58%
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	2,00%	-2,84%	-1,49%	-1,24%	-0,69%	0,10%	0,69%	3,90%
Kfz-Steuer und -Versicherung	0,78%	-3,50%	-2,40%	-2,15%	-1,55%	-0,96%	-0,40%	2,77%
Fremde Verkehrsdienstleistungen	0,22%	-2,71%	-0,78%	-0,11%	0,23%	1,37%	1,86%	0,99%

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-19:
Reale Konsumausgaben in den Dezilen der Haushalte in Deutschland in Mrd. Euro 2025

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushalte des ... Dezils nach Nettoäquivalenzeinkommen des jeweiligen Jahres (in Preisen von 2003)									
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr											
Private Konsumausgaben	1 481,4	56,6	80,1	98,9	118,5	133,5	150,3	168,8	187,0	214,2	273,5
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	168,6	9,2	12,5	14,5	16,4	17,3	18,1	18,7	18,5	18,4	25,0
Bekleidung, Schuhe	65,9	2,3	3,3	4,1	4,9	5,7	6,5	7,6	8,5	10,0	12,9
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	421,4	18,0	24,8	30,0	34,8	38,5	42,7	46,6	51,1	56,9	77,8
Energie	71,1	3,8	5,0	5,8	6,4	6,9	7,3	7,6	7,9	8,2	12,3
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	79,5	1,9	3,2	4,4	5,7	6,7	7,9	9,4	10,8	13,1	16,3
Gesundheitspflege	67,0	1,3	2,4	3,4	4,4	5,3	6,4	7,5	9,1	11,8	15,4
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	237,9	6,7	10,1	13,4	17,6	20,8	24,8	29,7	33,9	39,9	41,0
Nachrichtenübermittlung	45,8	2,6	3,2	3,5	3,8	4,1	4,5	5,0	5,3	5,8	8,2
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	180,3	6,0	8,9	11,4	14,0	16,1	18,1	20,5	23,3	27,6	34,5
Bildungswesen	13,5	0,5	0,7	0,8	0,9	1,1	1,3	1,6	1,8	2,1	2,8
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	67,1	1,9	2,7	3,6	4,5	5,4	6,3	7,6	8,9	11,1	15,0
Andere Waren und Dienstleistungen	63,3	2,3	3,3	4,2	5,0	5,6	6,3	7,1	8,0	9,3	12,3
Anteile der Ausgaben der Einkommensgruppen an den Gesamtausgaben in %											
Private Konsumausgaben	100	3,8	5,4	6,7	8,0	9,0	10,1	11,4	12,6	14,5	18,5
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	100	5,4	7,4	8,6	9,7	10,3	10,7	11,1	10,9	10,9	14,8
Bekleidung, Schuhe	100	3,6	5,0	6,2	7,5	8,6	9,9	11,6	12,9	15,1	19,6
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	100	4,3	5,9	7,1	8,3	9,1	10,1	11,0	12,1	13,5	18,5
Energie	100	5,4	7,1	8,2	9,1	9,6	10,2	10,7	11,1	11,5	17,2
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	100	2,4	4,1	5,5	7,1	8,5	10,0	11,8	13,6	16,5	20,5
Gesundheitspflege	100	2,0	3,5	5,1	6,5	8,0	9,5	11,2	13,5	17,6	23,0
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	100	2,8	4,2	5,6	7,4	8,8	10,4	12,5	14,3	16,8	17,2
Nachrichtenübermittlung	100	5,6	6,9	7,6	8,4	9,0	9,7	10,8	11,6	12,6	17,9
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	100	3,3	4,9	6,3	7,8	8,9	10,1	11,4	12,9	15,3	19,1
Bildungswesen	100	3,6	5,2	5,6	6,9	7,9	9,6	11,7	13,1	15,8	20,7
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	100	2,9	4,0	5,3	6,8	8,1	9,4	11,3	13,3	16,6	22,4
Andere Waren und Dienstleistungen	100	3,6	5,2	6,6	7,8	8,9	10,0	11,2	12,6	14,7	19,4

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-20:
Durchschnittliches jährliches reales Wachstum in den Dezilen der Haushalte in Deutschland zwischen 2003 und 2025 in %

Gegenstand der Nachweisung	Gesamt	Haushalte des ... Dezils nach Nettoäquivalenzeinkommen des jeweiligen Jahres (in Preisen von 2003)									
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
Jährliches Wachstum im Durchschnitt pro Haushalt											
Private Konsumausgaben	1,53%	0,60%	0,94%	1,03%	1,18%	1,25%	1,39%	1,52%	1,65%	1,87%	2,20%
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	0,53%	0,16%	0,35%	0,34%	0,40%	0,32%	0,38%	0,37%	0,28%	0,32%	1,82%
Bekleidung, Schuhe	0,95%	0,00%	0,18%	0,30%	0,41%	0,56%	0,73%	0,98%	1,12%	1,40%	1,70%
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	1,86%	0,96%	1,30%	1,36%	1,49%	1,56%	1,69%	1,77%	1,92%	2,12%	2,82%
Energie	0,84%	0,36%	0,53%	0,53%	0,56%	0,54%	0,61%	0,62%	0,67%	0,77%	2,27%
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	1,78%	0,57%	1,00%	1,16%	1,36%	1,48%	1,65%	1,83%	2,01%	2,26%	2,11%
Gesundheitspflege	2,81%	2,33%	2,57%	2,53%	2,69%	2,77%	2,76%	2,85%	3,01%	3,22%	2,59%
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	1,41%	0,25%	0,72%	0,89%	1,15%	1,24%	1,47%	1,65%	1,75%	1,90%	1,29%
Nachrichtenübermittlung	1,43%	0,51%	0,83%	0,89%	0,95%	1,03%	1,17%	1,39%	1,47%	1,69%	2,87%
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	1,88%	0,88%	1,29%	1,45%	1,62%	1,68%	1,78%	1,88%	2,06%	2,27%	2,23%
Bildungswesen	1,84%	-0,12%	0,44%	0,62%	0,73%	1,07%	1,52%	2,01%	2,21%	2,70%	3,17%
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	1,56%	0,36%	0,81%	0,95%	1,17%	1,27%	1,40%	1,59%	1,74%	1,98%	1,94%
Andere Waren und Dienstleistungen	1,80%	0,85%	1,17%	1,30%	1,43%	1,54%	1,64%	1,77%	1,93%	2,16%	2,44%
Jährliches Wachstum im Durchschnitt für alle Haushalte insgesamt (Hochgerechnet)											
Private Konsumausgaben	1,72%	0,80%	1,13%	1,23%	1,38%	1,44%	1,59%	1,71%	1,85%	2,07%	2,39%
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	0,72%	0,35%	0,55%	0,54%	0,60%	0,52%	0,57%	0,57%	0,48%	0,51%	2,02%
Bekleidung, Schuhe	1,15%	0,19%	0,38%	0,50%	0,61%	0,76%	0,93%	1,18%	1,31%	1,60%	1,89%
Wohnen, Wohnungsinstandsetzung	2,06%	1,15%	1,50%	1,56%	1,69%	1,76%	1,89%	1,97%	2,12%	2,32%	3,02%
Energie	1,04%	0,55%	0,73%	0,72%	0,75%	0,74%	0,81%	0,82%	0,86%	0,97%	2,47%
Innenausstattung, Haushaltsgeräte, Gegenstände	1,98%	0,77%	1,20%	1,36%	1,56%	1,67%	1,85%	2,03%	2,20%	2,47%	2,30%
Gesundheitspflege	3,01%	2,52%	2,77%	2,73%	2,89%	2,96%	2,96%	3,05%	3,21%	3,42%	2,79%
Verkehr (inkl. Kfz-Käufe, -Steuer und -Versicherung)	1,61%	0,44%	0,92%	1,09%	1,35%	1,43%	1,67%	1,85%	1,94%	2,10%	1,48%
Nachrichtenübermittlung	1,63%	0,71%	1,02%	1,09%	1,15%	1,23%	1,37%	1,58%	1,67%	1,89%	3,06%
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	2,08%	1,08%	1,48%	1,65%	1,82%	1,87%	1,98%	2,08%	2,26%	2,47%	2,43%
Bildungswesen	2,04%	0,31%	0,64%	0,81%	0,92%	1,26%	1,72%	2,21%	2,41%	2,91%	3,36%
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	1,76%	0,56%	1,01%	1,15%	1,36%	1,47%	1,60%	1,79%	1,94%	2,18%	2,13%
Andere Waren und Dienstleistungen	2,00%	1,04%	1,37%	1,50%	1,63%	1,73%	1,84%	1,97%	2,13%	2,36%	2,64%

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-21:
Durchschnittliches jährliches reales Wachstum der Verkehrsausgaben in den Dezilen der Haushalte in Deutschland zwischen 2003 und 2025 in %

Gegenstand der Nachweisung	Haushalte des ... Dezils nach Nettoäquivalenzeinkommen des jeweiligen Jahres (in Preisen von 2003)										
	Gesamt	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
Jährliches Wachstum im Durchschnitt je Haushalt und Monat in %											
Verkehrsausgaben insgesamt	1,41%	0,25%	0,72%	0,89%	1,15%	1,24%	1,47%	1,65%	1,75%	1,90%	1,29%
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	1,67%	0,22%	0,77%	0,99%	1,33%	1,42%	1,71%	1,92%	2,01%	2,13%	1,60%
Kraftstoffe und Schmiermittel	1,34%	0,14%	0,60%	0,77%	1,02%	1,11%	1,38%	1,59%	1,65%	1,80%	1,43%
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	1,80%	0,51%	1,06%	1,25%	1,55%	1,61%	1,83%	1,95%	2,06%	2,24%	1,82%
Kfz-Steuer und -Versicherung	0,58%	-0,33%	0,07%	0,20%	0,44%	0,47%	0,69%	0,85%	0,82%	0,93%	0,42%
Fremde Verkehrsdienstleistungen	0,03%	0,50%	0,82%	0,83%	0,68%	0,71%	0,47%	0,36%	0,55%	0,63%	/
Jährliches Wachstum für alle Haushalte insgesamt in % (Hochgerechnet)											
Verkehrsausgaben insgesamt	1,61%	0,44%	0,92%	1,09%	1,35%	1,43%	1,67%	1,85%	1,94%	2,10%	1,48%
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	1,87%	0,42%	0,97%	1,19%	1,53%	1,62%	1,90%	2,11%	2,21%	2,33%	1,79%
Kraftstoffe und Schmiermittel	1,54%	0,34%	0,79%	0,96%	1,22%	1,31%	1,58%	1,78%	1,85%	2,00%	1,63%
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	2,00%	0,70%	1,26%	1,44%	1,75%	1,81%	2,03%	2,15%	2,26%	2,44%	2,01%
Kfz-Steuer und -Versicherung	0,78%	-0,14%	0,27%	0,39%	0,63%	0,67%	0,88%	1,05%	1,02%	1,13%	0,62%
Fremde Verkehrsdienstleistungen	0,22%	0,69%	1,02%	1,02%	0,88%	0,90%	0,66%	0,55%	0,75%	0,83%	/

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.

Tabelle 7-22:
Reale Verkehrsausgaben in den Dezilen der Haushalte in Deutschland in Mrd. Euro 2025

Gegenstand der Nachweisung	Haushalte des ... Dezils nach Nettoäquivalenzeinkommen des jeweiligen Jahres (in Preisen von 2003)										
	Gesamt	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
Reale Ausgaben in Mrd. Euro pro Jahr											
Verkehrsausgaben insgesamt	237,9	6,7	10,1	13,4	17,6	20,8	24,8	29,7	33,9	39,9	41,0
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	86,9	1,7	2,9	4,1	5,7	7,1	8,8	10,9	12,9	15,6	17,2
Kraftstoffe und Schmiermittel	55,3	1,6	2,5	3,2	4,2	4,9	5,8	7,0	7,8	9,0	9,2
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	61,4	1,4	2,4	3,3	4,4	5,3	6,4	7,6	8,7	10,4	11,5
Kfz-Steuer und -Versicherung	21,5	0,7	1,0	1,4	1,7	2,0	2,4	2,8	3,0	3,4	3,2
Fremde Verkehrsdienstleistungen	12,8	1,3	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4	1,5	1,5	/
Anteile der Ausgaben der Haushaltsdezile an den Gesamtausgaben in %											
Verkehrsausgaben insgesamt	100	2,8	4,2	5,6	7,4	8,8	10,4	12,5	14,3	16,8	17,2
Kauf von neuen und gebrauchten Kfz, Krafträdern und Fahrrädern	100	2,0	3,3	4,7	6,6	8,1	10,1	12,6	14,8	18,0	19,8
Kraftstoffe und Schmiermittel	100	3,0	4,5	5,8	7,6	8,9	10,6	12,6	14,1	16,2	16,7
Dienstleistungen und Zubehör für Kfz, Garagen und Stellplatzmieten	100	2,4	3,8	5,3	7,2	8,6	10,4	12,3	14,2	16,9	18,8
Kfz-Steuer und -Versicherung	9,1	9,9	10,1	10,1	9,9	9,7	9,5	9,3	8,9	8,4	7,9
Fremde Verkehrsdienstleistungen	5,4	19,2	13,8	11,2	8,5	7,3	5,9	4,8	4,4	3,9	/

Quelle: Scientific use files der EVS 1993, 1998 und 2003; Vorausschätzungen des DIW Berlin.