

13.06.2017

Untersuchung zur Kaufkraft nach Altersgruppen **Konsum: Jeder dritte Euro stammt von Senioren**

In keiner Altersgruppe wächst der Konsum so stark wie bei den über 60-Jährigen. Zugleich besitzen die Senioren pro Kopf die höchste Kaufkraft. Inzwischen entfallen rund 30 Prozent aller Konsumausgaben auf sie.

Die Senioren in Deutschland werden eine immer wichtigere Käufergruppe und zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor. Zwischen 1993 und 2013 sind die Konsumausgaben der über 60-Jährigen von 192,2 auf 375,3 Mrd. Euro gestiegen und haben sich damit fast verdoppelt. Der gesamte private Konsum stieg in dieser Zeit lediglich um 47 Prozent auf 1263,1 Mrd. Euro. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Untersuchung des Demografen Tobias Vogt (Max-Planck-Institut für demografische Forschung), die von der Initiative „7 Jahre länger“ unterstützt wurde.

Grund für den Anstieg bei den Älteren ist die demografische Entwicklung. Niedrige Geburtenzahlen und steigende Lebenserwartung führen dazu, dass die Gruppe der über 60-Jährigen stetig wächst und zugleich ihr Anteil an der Bevölkerung zunimmt. Damit gewinnen sie auch als Konsumenten an Gewicht. Ihr Anteil am gesamten privaten Konsum wuchs zwischen 1993 und 2013 von 22,4 auf 29,7 Prozent – obwohl sie „nur“ 26 Prozent der Bevölkerung ausmachen.

| Privater Konsum 2013 in Deutschland nach Altersgruppen (in Klammern: Veränderung zu 1993) | | | | |
|---|------------------------|----------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| Altersgruppe | Privater Konsum | | Anteil der Altersgruppe in % | |
| | in Mrd. € | pro Kopf in € | am privaten Konsum | an der Bevölkerung |
| < 30 | 276,6 (+15,0 %) | 11.504,2 (+43,6 %) | 21,9 (-6,1%-Punkte) | 29,7 (-7,3%-Punkte) |
| 30 bis 60 | 611,2 (+43,9 %) | 17.066,9 (+42,8 %) | 48,4 (-1,1%-Punkte) | 44,2 (+0,4%-Punkte) |
| > 60 | 375,3 (+95,3 %) | 17.721,5 (+43,1 %) | 29,7 (+7,3%-Punkte) | 26,1 (+7,0%-Punkte) |
| Gesamt | 1263,1 (+47,0 %) | 15.587,5 (+47,4 %) | 100 | 100 |

Quelle: National Transfer Accounts, 2017

Über 60-Jährige haben höchste Kaufkraft

Dies zeigt: Die Älteren besitzen auch individuell eine überdurchschnittliche Kaufkraft. Rund 17.700 Euro jährlich gibt jeder über 60 im Schnitt für den Konsum aus. Die 30- bis 60-Jährigen haben pro Kopf 17.066 Euro zur Verfügung, die unter 30-Jährigen können im Schnitt gar nur 11.504 Euro ausgeben. Zwar sinkt das gesetzliche Rentenniveau, Betriebs- oder Privatrenten gleichen dies jedoch offenbar aus.

Initiative „7 Jahre länger“
Ansprechpartner
Dennis Schmidt-Bordemann
Tel.: 030 / 2020-5943
d.schmidt-bordemann@gdv.de

**Gesamtverband der Deutschen
Versicherungswirtschaft e. V.**

Wilhelmstraße 43 / 43 G, 10117 Berlin
Postfach 08 02 64, 10002 Berlin

www.7jahrelaenger.de

Angesichts der fortschreitenden Alterung der Gesellschaft werden Senioren künftig noch stärker die Nachfrage prägen. „Gesundheitsrelevante Produkte und Dienstleistungen werden wichtiger“, sagt Vogt. Dabei gehe es nicht nur um klassische Pflegedienste, sondern auch um neue Angebote, etwa für die digitale Gesundheitskonsultation und die Überwachung von Patienten und deren Wohnumfeld. „Für die deutsche Wirtschaft bieten sich hier auch international neue Wachstumsmöglichkeiten“, so Vogt. Denn der demografische Wandel, den Deutschland erlebt, stünde anderen Ländern noch bevor.

Auswertung Teil des Grünbuchs „Alternde Gesellschaft“

Die Untersuchung zum privaten Konsum der über 60-Jährigen ist Teil des Grünbuchs „Alternde Gesellschaft“, das von der Initiative „7 Jahre länger“ initiiert und vom Demografie-Netzwerk Population Europe – einem Verbund internationaler Bevölkerungsforscher – umgesetzt wird. Darin befassen sich Experten mit den Folgen des demografischen Wandels und den Auswirkungen auf die Gesellschaft. Die vollständigen Ergebnisse werden am 22. Juni veröffentlicht.

Über uns

„7 Jahre länger“ ist eine Initiative der Deutschen Versicherer (www.gdv.de). Sie soll das Bewusstsein dafür schärfen, dass die Menschen immer älter werden und länger fit bleiben. Denn die meisten Deutschen unterschätzen laut Studien ihre Lebenserwartung – und haben oft ein falsches, sehr negatives Bild vom Alter. Die Initiative will darum einen gesellschaftlichen Dialog darüber führen, wie wir das Beste aus den gewonnenen Jahren machen können. www.7jahrelaenger.de www.facebook.de/7jahrelaenger.de