

Private Konsumausgaben in der EU: Zwischen Kaufkraft-Gefälle und neuen Trends

Galina Kolev-Schaefer, 01.07.2026

Die Präferenzen und die Kaufkraft privater Verbraucher weisen erhebliche Unterschiede im EU-Vergleich auf, die sich in der Struktur ihrer Ausgaben widerspiegeln. So gibt man in Rumänien nur 3,0 Prozent des eigenen Budgets für Restaurants und Beherbergungsleistungen aus, während in Malta mehr als ein Fünftel auf diese Kategorie entfällt. Deutschland bleibt Spitzenreiter in der Kategorie Freizeit, Sport und Kultur, für die die privaten Haushalte in etwa jeden zehnten Euro aus ihrem Konsumbudget ausgeben – Tendenz steigend.

Die Struktur der privaten Konsumausgaben hängt von zahlreichen Faktoren ab: von ihren Gewohnheiten und Präferenzen, von der einkommensabhängigen Kaufkraft und auch von den Preisen der Produkte, wobei nicht zuletzt auch Besteuerungsunterschiede eine Rolle spielen können. So entfällt etwa die Hälfte der Ausgaben privater Haushalte auf **Dienstleistungen** in Irland und Frankreich, und auch in Deutschland gibt man mehr als 46 Prozent für Dienstleistungen aus. Im EU-Durchschnitt sind es 43 Prozent, während in den neuen EU-Mitgliedstaaten aus Süd- und Osteuropa der Anteil der Dienstleistungen an den Konsumausgaben vor allem aufgrund der geringeren Kaufkraft deutlich niedriger ist und in Rumänien sogar bei weniger als einem Viertel liegt.

Die Ergebnisse basieren auf Eurostat-Daten zur Gewichtung der Konsumausgaben bei der Berechnung des Harmonisierten Verbraucherpreisindex für das Jahr 2025 (siehe auch Kolev, 2018). Für die Anteile der Konsumausgaben liegen genauere Daten im Detail bis zum Jahr 2024 vor. Daraus lassen sich zahlreiche Erkenntnisse gewinnen – sowohl hinsichtlich der Struktur der Ausgaben als auch bezüglich der Veränderungen im Zeitverlauf.

Die bereits beschriebenen Unterschiede in der Kaufkraft der EU-Mitgliedstaaten zeigen sich auch bei den Ausgaben für **Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke**. Denn zu dieser Kategorie gehören besonders viele Waren, die zur Deckung von Grundbedürfnissen notwendig und somit auch bei geringeren Einkommen unverzichtbar sind. Während man in Luxemburg nur 9,3 Prozent der eigenen Ausgaben für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke tätigt, entfallen in Rumänien 23,1 Prozent des privaten Verbrauchs auf diese Kategorie. Vor zehn Jahren waren es sogar 25,5 Prozent. Der Rückgang ist nicht zuletzt auf den Anstieg der Kaufkraft im Land zurückzuführen, wenngleich Preisanstiege diesen Prozess etwas ausbremsen. So legten die Preise dieser Produkte in Rumänien in den Jahren 2014 bis 2024 um 56,9 Prozent zu und somit deutlich stärker als im EU-Durchschnitt (43,9 Prozent). In Deutschland gab man 2024 11,2 Prozent für Nahrungsmittel und alkoholfreie

Getränke aus – und somit 1,2 Prozentpunkte mehr als zehn Jahre zuvor. Der Preisanstieg lag mit 48,5 Prozent ebenfalls über dem EU-Durchschnitt.

Die Unterschiede bei den Ausgaben **für alkoholische Getränke, Tabakwaren und Drogen** sind weniger durch die Kaufkraft und viel mehr durch die Preise der Produkte und die Gewohnheiten der Verbraucher zu erklären. Am wenigsten gibt man für diese Güter mit 2,9 Prozent in den Niederlanden und in Portugal aus. In Luxemburg liegt der Anteil hingegen bei 10,8 Prozent, wobei 8,4 Prozent allein auf Tabakerzeugnisse entfallen. Dabei ist der Anteil der Rauchenden in Luxemburg nach Angaben der Weltgesundheitsorganisation (WHO) mit 15 Prozent unterdurchschnittlich im EU-Vergleich und die Besteuerung liegt mit 3,18 Euro pro Zigarettenspackung eher im Europäischen Mittelfeld. Dafür ist die Besteuerung in den Nachbarländern Frankreich und Belgien mehr als doppelt so hoch, was auf einen intensiven Tabaktourismus schließen lässt. In Deutschland gibt man im Durchschnitt 3,0 Prozent der Konsumausgaben für diese Kategorie aus, in der EU sind es 3,7 Prozent.

Einige Veränderungen haben sich bei den Ausgaben für **Bekleidung und Schuhe** ergeben. So gab man 2014 in Estland mit 6,4 Prozent am meisten für diese Kategorie aus, in Bulgarien mit 3,2 Prozent am wenigsten. Zehn Jahre später ist Frankreich das Land mit dem geringsten Anteil der Ausgaben für Bekleidung und Schuhe: lediglich 2,9 Prozent (und somit 1,2 Prozentpunkte weniger als vor zehn Jahren) gab man 2024 für diese Güter aus. In Rumänien hat sich der Anteil von Bekleidung und Schuhen an den privaten Konsumausgaben im selben Zeitraum hingegen fast verdoppelt: von 4,0 Prozent in 2014 auf 7,7 Prozent in 2024. Dies liegt nicht zuletzt an der Preisentwicklung: So verzeichneten die Preise dieser Güter mit 47,7 Prozent einen deutlichen Anstieg zwischen 2014 und 2024. Nur in Tschechien war der Preisanstieg mit 53,7 Prozent höher. Im EU-Durchschnitt gingen die Preise in den zehn Jahren um lediglich 11,2 Prozent in die Höhe, in Irland, Portugal und Polen sanken sie sogar um mehr als ein Zehntel. In Deutschland entfielen 2024 4,0 Prozent der Ausgaben privater Haushalte auf Bekleidung und Schuhe.

Der größte Anteil der privaten Konsumausgaben entfällt sowohl in Deutschland (23,3 Prozent) als auch in der EU insgesamt (23,6 Prozent) auf den Bereich

Wohnen, Wasser, Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe, wenngleich der Anteil in der Tendenz rückläufig ist. Einen zum Teil deutlichen Anstieg verzeichneten die meisten Länder im Jahr 2022 durch die starken Preissteigerungen von Energieprodukten im Zuge des russischen Angriffskriegs in der Ukraine. Die Normalisierung der Preise in den Folgejahren führte jedoch dazu, dass die Ausgaben für Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe zurückgingen und im Jahr 2024 in etwa auf dem Niveau aus 2014 lagen. Große Unterschiede zeigen sich bei den Ausgaben für tatsächlich geleistete Mietzahlungen, wobei Dänemark mit 8,9 Prozent Spitzenreiter ist, während in Rumänien der Anteil bei lediglich 0,4 Prozent liegt. Deutschland belegt mit 7,0 Prozent Rang 2 – Tendenz fallend. Insbesondere seit dem Jahr 2021 kam es zu einem Rückgang von 0,8 Prozentpunkten. Die Unterschiede hier lassen sich etwa durch die Höhe der Mieten und durch die Präferenzen der Bevölkerung erklären. So ist Deutschland gemäß Angaben des Statistischen Bundesamtes Mieterland Nummer 1 in der EU: 52,8 Prozent der Bevölkerung wohnte 2025 zur Miete. In der Slowakei, Rumänien und Kroatien wohnen weniger als 10 Prozent der Bevölkerung in Mietwohnungen und -häusern. Für Wohneigentum berechnet Eurostat die Ausgaben als unterstellte Mietzahlungen für Wohnraum. Der höchste Anteil liegt hier in Tschechien mit 19,1 Prozent, der niedrigste in Polen mit 4,6 Prozent. Der Wert für Deutschland liegt bei 8,2 Prozent.

Eng verbunden mit dem Thema Wohnen sind auch die Ausgaben für **Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses**. Hier geben die Deutschen mit 4,9 Prozent anteilmäßig in etwa so viel wie im EU-Durchschnitt aus. Im Jahr 2014 waren es noch 5,5 Prozent. Spitzenreiter sind Luxemburg und die Niederlande mit 6,5 Prozent. Der geringste Anteil verzeichnet Griechenland mit 2,5 Prozent. Die Ausgaben rund um den Hausrat gewannen temporär an Bedeutung während der Pandemie, als andere Ausgabearten, etwa für Gastronomie und Beherbergung eingeschränkt waren und viele Haushalte in Gebrauchsgüter wie Möbel und Haushaltsgeräte investierten.

Auch die Ausgaben rund um das Thema **Gesundheit** erfuhr einen vorübergehenden Anstieg in fast allen EU-Ländern im Zuge der Pandemie. Doch 2024 war der Anteil der Gesundheitsausgaben am Konsumbudget der EU-Haushalte im Durchschnitt mit 4,5 Prozent in etwa

auf dem Niveau von vor zehn Jahren. In Deutschland sind die Ausgaben für Gesundheitswaren und -dienstleistungen mit 5,9 Prozent überdurchschnittlich und deren Anteil verzeichnete einen Rückgang von 0,5 Prozentpunkten in den letzten zehn Jahren. Dabei entfallen 2,1 Prozent auf Ausgaben für Arzneimittel und Gesundheitsprodukte. Der höchste Anteil der Gesundheitsausgaben am privaten Verbrauch weist Belgien mit 7,6 Prozent auf, den geringsten Zypern mit 2,4 Prozent.

Deutlich mehr geben die europäischen Haushalte für **Verkehr** aus. In der gesamten EU macht diese Kategorie im Durchschnitt 12,7 Prozent der Ausgaben privater Haushalte aus, in Deutschland sind es 14,2 Prozent. Dabei belegt Deutschland Rang 3: Nur in Slowenien und Litauen liegt der Anteil der Ausgaben für Verkehr mit 17,0 bzw. 15,2 Prozent noch höher. In der Slowakei sind die Ausgaben für Verkehr mit 5,8 Prozent am geringsten, gemessen als Prozent des privaten Verbrauchs. Dabei entfällt das Gros der Ausgaben in dieser Kategorie auf den Betrieb von privaten Verkehrsmitteln: 3,1 Prozent in der Slowakei, 7,7 Prozent in Deutschland und 10,1 Prozent in Slowenien. Der Kauf von Fahrzeugen fällt hingegen weniger ins Gewicht: 1,4 Prozent in der Slowakei, 4,2 Prozent in Deutschland und 5,9 Prozent in Slowenien. Dabei gewann der Kauf von Fahrzeugen im EU-Durchschnitt und in Deutschland in den letzten zehn Jahren an Bedeutung, während der Anteil der Ausgaben für den Betrieb der privaten Verkehrsmittel zurückging.

Die Ausgaben für **Information und Kommunikation** fallen wiederum deutlich weniger ins Gewicht – mit weiter sinkender Tendenz. Sowohl die Ausrüstung als auch die Informations- und Kommunikationsdienste weisen einen sinkenden Anteil an den Ausgaben privater Haushalte. Am meisten (gemessen als Anteil an dem Gesamtkonsum) gibt man für Kommunikation mit 5,3 Prozent in Dänemark aus, am wenigsten mit 1,7 Prozent in Luxemburg. In Deutschland liegt der Anteil mit 3,2 Prozent um 0,2 Prozentpunkte unter dem EU-Durchschnitt. Der über die Zeit sinkende Anteil dieser Kategorie ist auf die in den meisten EU-Ländern fallenden Preise der Waren und Dienstleistung rund um die Information und Kommunikation zurückzuführen. So gingen die Preise in dieser Kategorie im EU-Durchschnitt im Zeitraum 2014 bis 2024 um fast ein Zehntel zurück. In Bulgarien, Italien, den Niederlanden und Schweden lag der Rückgang bei mehr als 20 Prozent.

Etwas größer ist der Anteil der Ausgaben für **Freizeit, Sport und Kultur** – im EU-Durchschnitt 7,5 Prozent. Deutschland ist dabei Spitzenreiter, mit 9,6 Prozent knapp vor Schweden (9,5 Prozent), den letzten Platz belegt Portugal mit 4,8 Prozent. Dabei stieg der Anteil dieser Ausgaben in Deutschland um 0,8 Prozentpunkte seit 2014, was durch die zunehmende Bedeutung von Gartenartikeln und Heimtieren sowie Freizeitdienstleistungen zu erklären ist. Die Ausgaben für Zeitungen, Bücher und Schreibwaren gingen hingegen anteilmäßig zurück. Was die Ausgaben für Pauschalreisen angeht, teilt Deutschland den ersten Platz mit Slowenien, mit einem Anteil am Konsum von jeweils 1,9 Prozent.

Deutlich größere Unterschiede weisen die Ausgaben für **Restaurants und Beherbergungsleistungen** auf. Der geringste Anteil ist mit 3,0 Prozent in Rumänien zu finden, während er in Malta mit 21,1 Prozent siebenmal höher liegt, nicht zuletzt aufgrund der Ausgaben ausländischer Touristen. In Deutschland gibt man 6,3 Prozent des Konsumbudgets für diese Kategorie aus (im Jahr 2014 war der Anteil mit 5,7 Prozent noch geringer), und somit erheblich weniger als im EU-Durchschnitt (9,2 Prozent). Der größere Anteil entfällt dabei auf die Gastronomie (4,9 Prozent).

Weitere, weniger gewichtige Ausgaben werden für **Bildungsdienste** getätigt (Spitzenreiter Zypern mit 3,2 Prozent, Deutschland und EU-weit 0,8 Prozent, geringster Anteil mit 0,3 Prozent in Finnland und Schweden), **Versicherungen und Finanzdienstleistungen** (Spitzenreiter mit je 8,1 Prozent Dänemark und Frankreich, geringster Anteil mit 1,0 Prozent in Rumänien, Deutschland mit 5,4 Prozent etwas unter dem EU-Durchschnitt von 6,1 Prozent) sowie **Körperpflege, Sozialschutz und andere Waren und Dienstleistungen** (Spitzenreiter mit 9,6 Prozent Luxemburg vor Deutschland mit 8,1 Prozent, geringster Anteil mit 3,3 in Ungarn). Den höchsten Anteil an Ausgaben für Sozialschutz (Kinderbetreuung sowie Pflegeeinrichtungen wie Altenheime) weist dabei Deutschland mit 2,9 Prozent auf – ein Anstieg um 0,8 Prozentpunkte seit 2014.

Literatur

Kolev, Galina, 2018, Ausgabenstruktur der privaten Haushalte im EU-Vergleich, IW-Kurzbericht, Nr. 3, Köln