

# Die Konsumstruktur als Spiegelbild der Einkommensverteilung<sup>1</sup>

Wilfried Altzinger, Wirtschaftsuniversität Wien

[altzing@wu.ac.at](mailto:altzing@wu.ac.at)

Abstract für Momentum 2012

gewünschter Track:

[Track #8: Demokratische Konsumkultur?](#)

Nahezu alle nationalen und internationalen Studien zeigen, dass sich die Einkommensverteilung in den vergangenen drei Jahrzehnten extrem auseinander entwickelt hat. Dies ist auch für Österreich der Fall. In diesem Beitrag soll hingegen die Konsumstruktur als de facto Spiegelbild der Einkommensverteilung analysiert werden.

Empirisch lässt sich für Österreich (mittels der Konsumerhebung 2009) gut zeigen wie unterschiedlich die Konsumstruktur nach Einkommensdezilen ist. Während die lebensnotwendigen Güter (Ernährung, Getränke und Wohnen) in den unteren Einkommensgruppen einen überaus großen Anteil an den gesamten Konsumausgaben ausmachen, so sind dies in den oberen Einkommensklassen vor allem Verkehr, Freizeit sowie Cafe und Restaurant, also eher Güter des gehobenen Bedarfs.

Eine Recherche über die aktuelle Konsumstruktur sowie über die zu erwartende Entwicklung zeigt, dass insbesondere im Bereich der Luxusgüter überdurchschnittliche Absätze erwartet werden, während sich die gesamtwirtschaftliche Konsumnachfrage aufgrund der mäßigen Wachstumsprognosen sowie der generell unsicheren Zukunft nur zurückhaltend entwickelt.

Unter diesen Vorbedingungen sollen in der Arbeit folgende Fragen untersucht werden:

1. Wie unterscheidet sich für Österreich (2009) die Konsumstruktur nach Einkommensdezilen im Detail?
2. Welche Entwicklungen lassen sich sowohl für Österreich als auch global hinsichtlich der Konsumstruktur erwarten?
3. Welche Aussagen lassen sich treffen hinsichtlich der Entwicklung von „lebensnotwenigem“ Konsum vs. Überflusskonsum?
4. Inwiefern spiegelt die Konsumstruktur die aktuelle Einkommensverteilung wider?

---

<sup>1</sup> Im beiliegenden pdf-Dokument sind sowohl Literaturangaben als auch weitere Ausführungen in Stichworten ersichtlich.