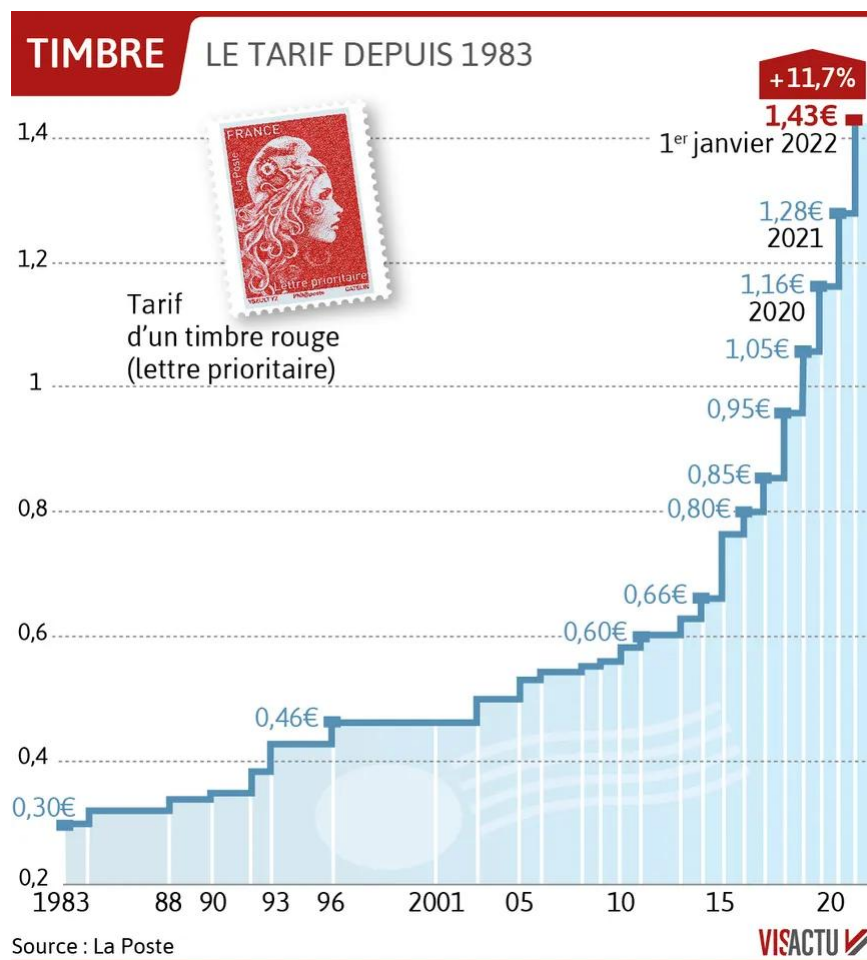




Nach der Erhöhung der Postgebühren im Januar 2021 kommt ab dem 1. Januar 2022 schon wieder eine weitere Erhöhung. Der Preis für eine Briefmarke steigt durchschnittlich um 4,7%.

Das Versenden traditioneller Post wird im Jahr 2022 schon wieder etwas mehr kosten. Die Preise für Briefmarken sollen im neuen Jahr erneut steigen. Im Durchschnitt werden die Preise für Postsendungen ab dem 1. Januar um 4,7% höher sein.

Der Preis für die grüne Briefmarke, die für einen innerhalb von 48 Stunden zugestellten Brief innerhalb Frankreichs verwendet wird, steigt um 8 Cent von 1,08 auf 1,16 Euro (+7,4 %). Die rote Briefmarke, die für den Versand eines Prioritätsbriefs verwendet wird, steigt um 15 Cent auf 1,43 Euro gegenüber 1,28 Euro (+11,7 %). Das „Ecopli“, die billigste Variante für einen Versand innerhalb von durchschnittlich vier Tagen mit einer grauen Briefmarke, wird um 8 Cent auf 1,14 Euro erhöht (+7,5%). Wer seine Marken online kauft, erhält einen Rabatt von 3%.





Preisentwicklung der roten Briefmarke (prioritärer Brief) seit etwa 40 Jahren

Beschleunigung des Rückgangs des Briefvolumens

Die Erhöhung wurde von der Regulierungsbehörde für elektronische Kommunikation, Post und Pressevertrieb (Arcep) bestätigt. La Poste rechtfertigt ihrerseits diese Tarife, um „den Fortbestand des Universaldienstes mit einer hohen Qualität“ angesichts eines „beschleunigten Rückgangs der Briefmengen“ zu gewährleisten. Die Briefsendungen sind seit 2020 im freien Fall: Im vergangenen Jahr verschickte jeder Haushalt im Durchschnitt nur fünf Briefe, die am nächsten Tag ankommen sollten (rote Briefmarke), gegenüber durchschnittlich 45 Briefen im Jahr 2008.

Die Palette der Postdienstleistungen soll bis Ende 2022 überarbeitet werden, während die Regierung ab dem nächsten Jahr eine Unterstützung von einer halben Milliarde Euro pro Jahr zugesagt hat, um das Defizit des Universalpostdienstes auszugleichen, das durch den Rückgang der Mengen trotz der starken Preiserhöhungen der letzten Jahre noch größer geworden ist.

Lesen Sie auch: Covid-19: Die Post hat laut ihrem CEO im Jahr 2020 „einen erheblichen Verlust“ erlitten