



Die Franzosen schnallen wegen der steigenden Preise den Gürtel enger – erste Zahlen belegen das

Bis zum Sommer sollen die Preise in Frankreich erneut um etwa 10 % steigen. Mehrere Einzelhändler haben inzwischen ihren eigenen Anti-Inflationswarenkorb eingeführt. Wie die ersten Zahlen zum Konsumverhalten jetzt belegen, schränken die Franzosen ihre Ausgaben drastisch ein.

Weniger ausgeben, Entscheidungen treffen, die Ausgaben überwachen. Dieses Verhalten scheinen sich Millionen von französischen Verbrauchern zu eigen gemacht zu haben. Grund dafür ist, dass die Preise in den großen Einzelhandelsketten in den letzten Monaten bereits stark gestiegen sind. Bis zum Sommer ist ein weiterer Preisanstieg von durchschnittlich 10 % angekündigt.

Jede Supermarktkette (mit Ausnahme von E.Leclerc, Lidl und Aldi) hat ihren Anti-Inflations-Warenkorb eingeführt. Zwischen 150 und 500 Produkte – mehr oder weniger essentiell – zu Preisen, die je nach Marke zwischen drei Monaten und auf unbestimmte Zeit blockiert sind. Es handelt sich vergleichsweise dabei um eine sehr kleine Auswahl, denn jeder Supermarkt hat etwa 10.000 Produkte in seinen Regalen.

Angesichts des starken Preisanstiegs haben die Franzosen den Rotstift angesetzt und wählen kritischer aus. Eine am vergangenen Wochenende veröffentlichte Nielsen-Studie, zeigt, dass die Ausgaben für Lebensmittel im Vergleich zum Vormonat um 2,2 % und die Ausgaben für Nicht-Lebensmittel um 12 % zurückgegangen sind. Im Supermarkts verzichten die Verbraucher insbesondere auf:

- Traditionelle Frischeprodukte: – 7,9 %.
- Tiefkühlkost : – 7 %
- Wein: – 6 %.
- Frische Lebensmittel in Selbstbedienung: – 1,2 %.
- Konsumgüter* : – 0,4 %

Als Folge des verändert Kaufverhaltens gingen innerhalb eines Monats die Ausgaben für Textilien in ganz Frankreich um 10 % zurück, die Ausgaben für Freizeitaktivitäten um 12 % und die Ausgaben für Hausrat um 15 %.

Die Banque de France sagt, dass der Höhepunkt der Lebensmittelinflation „gegen Ende des ersten Halbjahres“ 2023 erwartet wird.

* Konsumgüter umfassen die Abteilungen Lebensmittel, Sahne, Frische, Haushalt oder Hygiene.