



In einem starken inflationären Umfeld versuchen sich die Franzosen anzupassen. Sie greifen bei ihren Lebensmitteln zunehmend auf Fertigprodukte zurück und kaufen weniger frische Produkte.

Der Gang durch die Supermarktregale bedeutet heutzutage für viele Kunden, Produkte zu vergleichen, Prioritäten zu setzen und Entscheidungen zu treffen. Die Inflation hat dazu geführt, dass die Franzosen ihre traditionellen Konsumgewohnheiten über Bord werfen. „Ich kaufe Dinge, die ich noch nie gekauft habe: billiges Zeug von billigen Herstellern“, beklagt sich eine Kundin. Eine andere hat Sonderangebote genutzt, um Obst zu kaufen. Jeder hat seine eigene Technik, um weniger auszugeben.

Der Umsatz von Fertigprodukten stieg in einem Jahr um 15,8%

Die Produkte, die die Franzosen am ehesten liegen lassen, sind die frischen, da sie oft teurer sind. So gingen die Verkäufe von Fisch, Fleisch, Käse sowie Obst und Gemüse um 12,4%, 10,6%, 9% bzw. 8,8% zurück. Die Verbraucher greifen nun viel stärker zu den preisgünstigen Fertigprodukten. Deren Umsatzvolumen stieg im Jahresvergleich um 15,8%. Im Gegensatz dazu gingen die großen nationalen Marken um 3,5% zurück. Das Budget für Lebensmittel ist zwar nicht gesunken, aber die Franzosen begnügen sich jetzt eher mit Produkten des täglichen Bedarfs.