NACHRICHTEN AG

19. Januar 2025

Aldi kämpft um Marktanteile: Warum der Discounter in Frankreich scheitert

Aldi steht in Frankreich vor Herausforderungen: Marktanteil sinkt, Konkurrenz durch Lidl wächst, während die Inflation Druck ausübt.

Peine, Deutschland -

In Frankreich hat Aldi im Jahr 2024 einen Rückgang der Kundenzahl zu verzeichnen und erzielt nur einen Marktanteil von 2,7 % im Lebensmitteleinzelhandel. Obwohl Aldi einst als potenzieller Marktführer im Discount-Sektor galt, hat sich die Situation in den letzten vier Jahren verschlechtert. Im Dezember 2020 erwarb Aldi 547 Leader Price-Supermärkte für 717 Millionen Euro mit der Aussicht, den Marktanteil auf über 4 % zu erhöhen. Dennoch wurde ein Drittel der ehemaligen Leader Price-Filialen geschlossen, während notwendige Renovierungen ausblieben.

Der Geschäftsführer für Frankreich, Philip Demeulemeester, wurde im Februar 2023 abberufen. Trotz der Inflation, die zu Hoffnungen auf Umsatzsteigerungen führte, konnte Aldi nicht mithalten; stattdessen gewann Leclerc Kunden durch ein breiteres Preisangebot. Zudem hatte Aldi mit veralteter Software zu kämpfen, die Preisänderungen während der Inflation erschwerte. Obwohl Aldi stark in Werbung investierte, fiel es dem Unternehmen schwer, ein klares Markenimage zu kommunizieren. Im Gegensatz dazu reagierte Lidl seit 2012 erfolgreich auf den Markt, indem es Geschäfte renovierte und nationale Marken einführte.

Marktentwicklung und neue Strategien

Um die finanzielle Lage zu stabilisieren, musste Aldi Nord im November 2023 seine französische Tochtergesellschaft mit 1 Milliarde Euro unterstützen, nachdem diese in den letzten fünf Jahren einen Verlust von 1,5 Milliarden Euro angehäuft hatte. Aldi plant nun, den Anteil an gemeinsamen Produkten in den Regalen von derzeit 22 % auf 50 % zu erhöhen und die Anzahl der Eigenmarken zu reduzieren. Aldi Frankreich betont, die günstigsten Preise für Obst und Gemüse zu haben, und eröffnete 2024 insgesamt 89 neue Filialen, 14 mehr als im Vorjahr.

Zusätzlich gab es Gerüchte über eine mögliche Fusion von Aldi Nord und Aldi Süd, um die Wettbewerbsfähigkeit in Frankreich zu steigern. Im Marktsegment der Discounter erlebte Lidl eine positive Entwicklung, indem es einen neuen Präsidenten, John Paul Scally, ernannte, um die Verkaufsstrategie zu verbessern. Seit dem 1. September 2024 akzeptiert Lidl Restaurantgutscheine und führt eine neue Produktlinie mit niedrigeren Preisen ein. Lidl konnte im Jahr 2023 Marktanteile zurückgewinnen und einen Anstieg von 0,3 Punkten im Lebensmittelsektor verzeichnen.

Die Entwicklungen im Discount-Sektor verdeutlichen die Veränderungen im Konsumverhalten der französischen Bevölkerung. Im Jahr 2022 stieg die Nachfrage nach Discount-

Produkten stark an, bedingt durch Inflation und ein verändertes Konsumverhalten. Während der große Distributionssektor zwischen dem ersten Halbjahr 2022 und dem ersten Halbjahr 2023 einen Verkaufsrückgang von 4,1 % verzeichnete, sanken die Verkaufsvolumina der Discounter lediglich um 3,3 %. Ende 2022 hatten Lidl, Aldi und Netto einen kombinierten Marktanteil von 11,5 % im Lebensmittelsektor, was im Vergleich zu 9 % im Jahr 2019 eine positive Entwicklung darstellt.

Die Inflation hat sowohl die Haushaltsausgaben als auch die Kosten für Hersteller und Händler stark beeinflusst, was wiederum zu weniger Produktreferenzen im Regal führte. Die hohe Inflation hat dazu geführt, dass 90 % der französischen Haushalte Discount-Angebote nutzen und 44 % ihre Ausgaben in diesem Sektor erhöht haben.

Details	
Vorfall	Insolvenz
Ursache	Inflation
Ort	Peine, Deutschland
Schaden in €	1000000000
Quellen	• **www.challenges.fr** • **www.ecommercemag.fr**

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de