

Tiefkühlprodukte sind in Deutschland heiß begehrt

46,3 Kilogramm - die neue Rekordmarke beim Pro-Kopf-Verbrauch

Berlin, 12. April 2018. In 2017 setzte sich die erfolgreiche Entwicklung des Tiefkühlgesamtmarktes (TK) in Deutschland fort und übertraf dabei noch das Vorjahresergebnis: Mit 2,7 Prozent wuchs der TK-Markt erneut deutlich. Tiefgekühlte Lebensmittel werden von Jahr zu Jahr beliebter. Dass Tiefkühlprodukte in Deutschland beliebt und heiß begehrt sind, zeigt die aktuelle Marktdatenerhebung des **dti** – Deutsches Tiefkühlinstitut – dem Verband der Tiefkühlwirtschaft in Deutschland: Der Gesamtabatz von TK-Produkten in Deutschland 2017 stieg auf 3,730 Mio. Tonnen (3,632 Mio. Tonnen in 2016). Der Umsatz mit Tiefkühlprodukten erhöhte sich um 3,9 Prozent auf 14,343 Mrd. Euro (13,806 Mrd. Euro in 2016).

Mit 46,3 Kilogramm verzeichnete auch der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch* von TK-Produkten einen neuen Rekord. Im Vergleich zum Vorjahr (45,4 kg) stieg er um fast ein Kilogramm. Der Verbrauch pro Haushalt lag in Deutschland im vergangenen Jahr bei durchschnittlich 92,8 Kilogramm tiefgekühlten Lebensmitteln. Noch beachtlicher sind diese Werte, weil die Bevölkerungszahl in Deutschland in 2017 deutlich zugenommen hat. Die TK-Branche blickt also erneut auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Besonders erfreulich: Nahezu alle TK-Warengruppen trugen zu diesem erfolgreichen Ergebnis mit einem Plus bei.

Verwender schätzen die Vorteile von TK

Tiefgekühlte Lebensmittel sind weiter auf der Erfolgsspur, weil die Kategorie überzeugende Lösungen für wichtige, anhaltende Trends und gesellschaftliche Veränderungen bietet, die den Lebensmittelkonsum insgesamt beeinflussen. TK-Produkte sind Problemlöser für die tägliche Ernährung, ob im Single-Haushalt, in der Familie oder beim Profi-Verwender in der Gastronomie. Dabei punkten sie aufgrund ihrer positiven Eigenschaften wie Frische, Geschmack, einfache Zubereitung, Qualität und lange Haltbarkeit. Die Entzerrung traditioneller Mahlzeitenstrukturen fördert die Nachfrage nach Convenience-Produkten, Snack-Angeboten und sorgt insgesamt für

eine Verlagerung des Verzehrs von Mahlzeiten in den Außer-Haus-Markt über den gesamten Tag hinweg mit Frühstück, Mittag- und Abendessen.

Im Lebensmittelhandel (LEH)/Heimdienste (HD) verzeichnete TK 2017 ein Mengenwachstum für TK von 2 Prozent. Das **dti** geht für diesen Absatzmarkt 2017 von einer Absatzmenge von 1,840 Mio. Tonnen (2016: 1,805 Mio. Tonnen) aus. Der Umsatz im LEH/HD wuchs um 3 Prozent auf 7,80 Mrd. Euro (2016: 7,57 Mrd. Euro). Mit Produktinnovationen haben die Hersteller erfolgreich bestehende und neue Kunden angesprochen. Mit kleineren Verpackungseinheiten in vielen Warengruppen hat die Branche auf die veränderten Haushaltsstrukturen reagiert. „Klassiker“ aus der TK-Truhe wurden zeitgemäß neu interpretiert, das TK-Sortiment wurde breiter und individueller. Das moderne TK-Angebot spricht auch jüngere Kunden erfolgreich an.

Profiköche finden Tiefgekühltes cool

Im Außer-Haus-Markt (AHM) setzte sich die sehr gute Marktentwicklung von TK der vergangenen Jahre weiter dynamisch fort. Der Absatz konnte um fast dreieinhalb Prozent (3,4) auf 1,890 Mio. Tonnen (2016: 1.827 Mio. Tonnen) gesteigert werden und liegt damit erneut über der Absatzmenge des LEH/HD-Bereichs. Der AHM-Umsatz erreichte einen Wert von 6,55 Mrd. Euro und erhöhte sich damit um 5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2016: 6,24 Mrd. Euro). Die Dynamik im Außer-Haus-Geschäft hält aufgrund der gesellschaftlichen Veränderungen in Bezug auf Mobilität, einer hohen Erwerbsquote und einer insgesamt positiven Wirtschaftskonjunktur weiter an. Die Gastronomie boomt und hat zugleich ein großes Problem: Es fehlt der Nachwuchs bei Köchen, Bäckern und Konditoren. Dies fördert den Einsatz von Convenience-Produkten, denn gerade TK hat hier viel zu bieten – aufgrund der Frische und Natürlichkeit der Produkte, ihrer flexiblen Einsatzfähigkeit und hohen Sicherheit.

Die **dti**-Absatzstatistik ist die einzige Quelle für Marktdaten, die sowohl die Entwicklung der Absatzmengen von TK im LEH/HD als auch bei den Profiverwendern im Außer-Haus-Markt in Deutschland insgesamt erfasst.

*Für die Berechnung des Pro-Kopf- und Pro-Haushalt-Verbrauchs wurden die von der GfK verwendeten Bevölkerungs- und Haushaltsdaten des Statistischen Bundesamtes zugrunde gelegt.

Diese Pressemitteilung, die Absatzstatistik 2017 und eine begleitende Grafik finden Sie auf unserer Website unter www.tiefkuehlkost.de.

Weitere Informationen:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

Dr. Sabine Eichner

Tel.: +49 (0)30 280 93 62-0

Mail: eichner@tiefkuehlkost.de