

## **Tiefkühlmarkt 2020: alle Warengruppen im Plus**

### **Absatz leidet unter der Gastronomiekrise – TK-Pizza feiert 50. Geburtstag**

**Berlin, 1. Oktober 2020.** Des einen Freud, des anderen Leid, so kann man die Lage im deutschen Tiefkühlmarkt 2020 beschreiben. In der wachstumsverwöhnten Branche zeigt sich eine differenzierte Marktentwicklung aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie: während im Lebensmittelhandel (LEH) und bei den TK-Heimdiensten im Vergleich zum Vorjahr deutliche Zuwächse beim Tiefkühlumsatz und -absatz zu verzeichnen sind, leiden die Tiefkühlhersteller und -händler, die auf den Außer-Haus-Markt (AHM) spezialisiert sind, unter dem Nachfrageausfall in der Gastronomie.

### **TK boomt im Lebensmittelhandel und bei den Heimdiensten**

Nach einer Prognose des Deutschen Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) für den Absatz von Tiefkühlprodukten im Lebensmittelhandel und den TK-Heimdiensten in diesem Jahr wird der Markt 2020 um 7,5% Prozent wachsen. Die Verbraucher haben insbesondere in der ersten Phase der Corona-Krise auf Einkaufsgänge möglichst verzichtet und sich zugleich gerne mit lang haltbaren Lebensmitteln bevorratet. Die Produktauswahl zu Hause und die Lieferung direkt bis an die Haustür sind für viele Konsumenten in der Corona-Zeit überzeugende Leistungen der TK-Heimdienste. Diese Gründe führten zunächst in allen TK-Warengruppen zu deutlich zweistelligen Wachstumsraten, die aber derzeit langsam wieder zurückgehen. Besonders positiv entwickelte sich der Absatz von TK-Kartoffelprodukten (+16%), TK-Gemüse/-Kräuter (+15%), TK-Fisch (+14%), TK-Gerichte (+10%) und TK-Backwaren (9%).

Beim Umsatz mit Tiefkühlprodukten im Lebensmittelhandel mit Heimdiensten in Deutschland erwartet das **dti** 2020 einen Zuwachs von 9 Prozent auf 9,03 Mrd. Euro (8,29 Mrd. Euro in 2019). Ein besonders starkes Umsatzwachstum verzeichneten im ersten Halbjahr 2020 die Warengruppen TK-Gemüse/Kräuter (+19%), TK-Fisch (+19%), TK-Gerichte (+16%), TK-Kartoffelprodukte (12%) und TK-Früchte (12%). Hervorzuheben ist, dass im 1. Halbjahr alle TK-Warengruppen im Umsatz- und Mengenplus liegen, das ist in dieser Form ein erstmalig so festzustellendes Bild.

Wichtige Impulse für die TK-Sortimente kommen im LEH vor allem von den etablierten Marken, aber auch neue Produktkonzepte und neue Player geben dem Markt weiteren Auftrieb.

### **50 Jahre Tiefkühlpizza**

Ein absoluter Liebling aus der Tiefkühltruhe feiert in diesem Jahr 50. Geburtstag: die Tiefkühlpizza, die man in Deutschland 1970 erstmals im Lebensmittelhandel kaufen konnte. Seitdem reißt die Erfolgsgeschichte der TK-Pizza nicht ab, ganz im Gegenteil: Die Warengruppe erfreut sich eines steten Wachstums Jahr für Jahr und ist im Lebensmittelhandel die beliebteste Tiefkühl-Kategorie gefolgt von TK-Gerichten und TK-Gemüse. Am beliebtesten bei den Verbrauchern ist die Pizza Salami, die unangefochten auf Platz 1 der Beliebtheitsskala der Pizzasorten liegt. Jeder Deutsche konsumiert im Durchschnitt 13 TK-Pizzen pro Jahr. Im ersten Halbjahr 2020 stieg der Umsatz mit TK-Pizza um 7%.

### **Gastronomieumsätze leiden unter Corona-Beschränkungen**

Für den Absatz von Tiefkühlprodukten im Außer-Haus-Markt, der einen Anteil von über 50% am Gesamtmarkt hat, ist eine seriöse Prognose für 2020 nur schwer möglich, da zurzeit nicht absehbar ist, wie sich das Pandemiegeschehen auf die Gastronomie im Herbst auswirken wird. Nach Angaben des Branchenverbandes Dehoga und der Marktforscher der npd group liegt die derzeitige Auslastung der Gastronomie im Durchschnitt bei 70% – nach einem Einbruch auf 50% zu Beginn des Lockdowns – und erholt sich derzeit nicht weiter. Im Gegenteil, in der kalten Jahreszeit ist eher wieder mit einem Rückgang der Gästezahlen und der Ausgaben zu rechnen. TK-Produkte können vielen Gastronomiebetrieben helfen, die Corona-Phase wirtschaftlich zu überstehen, denn sie können je nach aktuellem Bedarf eingesetzt werden, schaffen also Flexibilität und Wirtschaftlichkeit. Dennoch dürfte 2020 wohl als das Jahr in die Geschichte eingehen, in dem der TK-Absatz im Außer-Haus-Markt erstmals eingebrochen ist.

Ein klares Bild über die Entwicklung des TK-Gesamtmarktes wird erst im Jahr 2021 vorliegen, wenn die Daten der **dti**-Absatzstatistik 2020 im April veröffentlicht werden, die auf einer eigenen Branchenerhebung bei den Unternehmen basieren.

## **Tiefkühlrends 2020: Haltbarkeit gewinnt als Kaufmotiv an Bedeutung, Fleischalternativen immer beliebter**

Das **dti** beobachtet die Entwicklung der Trends im TK-Sortiment genau und befragt seine Mitgliedsunternehmen dazu. Die wichtigsten Trends für das TK-Sortiment sind aktuell – durch die Corona-Pandemie geprägt – die Haltbarkeit und der Vorratskauf. Hinzu kommt der Wunsch der Verbraucher nach Arbeits- und Zeitersparnis beim Einkauf und beim Kochen. Gerade Menschen, die derzeit im Homeoffice arbeiten und sich sowie weitere Haushaltsmitglieder versorgen müssen, benötigen schnelle, leckere und einfache Lösungen für ihre tägliche Ernährung.

Die **dti**-Trendbefragung 2020 zeigt im Vergleich zum Vorjahr, dass Veggie und Vegan im TK-Sortiment weiter an Bedeutung gewinnen werden. Auch Regionalität spielt eine wichtige Rolle.

## **Wünsche der Absatzpartner 2020**

In Gesprächen mit dem Handel ist und bleibt die Nachhaltigkeit weiterhin ein Top-Thema für die Weiterentwicklung der TK-Sortimente, das bestätigen 82% der **dti**-Mitglieder in einer Verbandsumfrage. Der Wunsch nach weniger Verpackung und dem Einsatz von recyclingfähigem Verpackungsmaterial (35%) ist ebenfalls sehr wichtig. Aber auch die Reformulierung von Rezepturen (26%) und veränderte Portionsgrößen (43%) sind Themen in den Lieferanten-Kunden-Gesprächen. Im Gastronomiebereich ist der Wunsch nach einer handwerklichen Optik der TK-Produkte weiter von hoher Bedeutung (56%).

Die Pressemeldung finden Sie auf unserer Website unter [www.tiefkuehlkost.de](http://www.tiefkuehlkost.de).

### **Weitere Informationen:**

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.  
Carola Herckelrath  
Tel.: +49 (0)30 280 93 62-12  
Mail: [herckelrath@tiefkuehlkost.de](mailto:herckelrath@tiefkuehlkost.de)