

## Pressemitteilung:

### **Tiefkühlkost ermöglicht gesellschaftliche Verbesserungen Neue Verbraucher:innenbefragung zum Internationalen Tag der Tiefkühlkost am 6. März**

Berlin, 2. März 2023. Tiefkühlprodukte haben wichtige gesellschaftliche Veränderungen bei der Ernährung und beim Einkaufen unterstützt und Lebenswelten positiv beeinflusst. Das zeigt die aktuelle repräsentative Verbraucher:innenbefragung „TK-Trendbarometer“, die das Marktforschungsinstitut Innofact im Auftrag des Deutschen Tiefkühlinstituts e. V. (**dti**) anlässlich des weltweiten Branchenjubiläums „100 Jahre Tiefkühlung“ in diesem Jahr durchgeführt hat.\* „Die Erfindung der Schockfrostung vor hundert Jahren durch den US-amerikanischen Pionier und Naturforscher Clarence Birdseye hat die Ernährungswirtschaft revolutioniert und ist eine der größten Innovationsleistungen der Lebensmittelindustrie“, sagt **dti**-Geschäftsführerin Sabine Eichner. „Sie ermöglicht es, die Menschen saisonunabhängig und verlässlich mit vitamin- und nährstoffreichen Lebensmitteln zu versorgen, die lange haltbar, gut zu lagern und leicht zu portionieren sind.“ Am 6. März 1930 ging in Springfield, Massachusetts, das erste Tiefkühlgemüse über den Ladentisch. Dieses Ereignis feiert die Tiefkühlbranche rund um den Erdball jedes Jahr am 6. März mit dem „Tag der Tiefkühlkost“.

#### **Tiefkühlung hat arbeitsteilige Gesellschaft und Emanzipation mitermöglicht**

Im TK-Trendbarometer des **dti** stimmten 78 Prozent der Befragten zu, dass die Möglichkeit der Schockfrostung zu einer Entkoppelung von Ernte- und Verzehrzeitpunkt des Lebensmittels geführt und so eine Reihe von gesellschaftlichen Veränderungen unterstützt hat, die unsere heutige arbeitsteilige, mobile Gesellschaft erst möglich gemacht haben:

- 74 Prozent der Befragten sagen, dass Tiefkühlprodukte bessere Möglichkeiten bei variierenden Arbeits- und Schichtzeiten geschaffen sowie generell mehr Flexibilität (71 Prozent) gebracht haben.
- Knapp die Hälfte (45 Prozent) schreibt Tiefkühlprodukten eine (starke) Bedeutung für die Emanzipation der Frau zu, bei den Frauen sagen dies sogar 51 Prozent.

Weitere Verbesserungen, die die Teilnehmer:innen des TK-Trendbarometers mit Tiefkühlkost in Verbindung bringen, sind unter anderem eine leichtere Essensplanung (70 Prozent), die einfachere Bewirtung von Gästen durch die Möglichkeit der Bevorratung (69 Prozent), eine gesündere Ernährung (65 Prozent) und die bessere Berücksichtigung von Ernährungsvorlieben (62 Prozent). Auch Ältere genießen durch

Tiefkühlprodukte nach Ansicht der Befragten (67 Prozent) flexiblere Ernährungslösungen, beispielsweise, indem sie sich länger selbst im eigenen Haushalt versorgen können.

„Die ‚Disruption‘ des Ernährungssystems durch Tiefkühlprodukte hat uns mehr Flexibilität und gesellschaftliche Freiheitsgrade ermöglicht, auch durch eine veränderte Rollenverteilung und eine enorme Zeitersparnis in der Küche“, fasst **dti**-Chefin Sabine Eichner zusammen. „Das zeigt: Essen und Lebensmittel erfüllen wichtige gesellschaftliche Bedürfnisse, die oft viel zu wenig in der Ernährungsdebatte berücksichtigt werden. Hier geht es meist nur um Inhaltsstoffe, um Anbau und Haltungsmethoden, um Kennzeichnung und Werbung – die soziologischen und kulturellen Aspekte von Ernährung werden oft nur sehr am Rande behandelt. Aber gerade die Erleichterung des Alltags ist für die Menschen ein sehr wichtiger Vorteil von verarbeiteten Lebensmitteln und insbesondere von Tiefkühlprodukten.“

### **Menschen möchten sich nachhaltig, frisch, gesund und natürlich ernähren**

Das **dti**-TK-Trendbarometer hat die Konsument:innen außerdem gefragt, welche Verbesserungen sie sich von der Tiefkühlbranche wünschen. Auf der Wunschliste ganz oben stehen dabei mehr regionale Tiefkühlprodukte (44 Prozent), umweltschonendere Verpackungen (38 Prozent) und energiesparende Zubereitungsmöglichkeiten (29 Prozent). Nur 13 Prozent nennen dabei mehr vegane oder vegetarische Produkte. Frische Produkte, eine gesunde Ernährung und natürliche Zutaten sind die Aspekte, die den Menschen persönlich am wichtigsten sind bei ihrer Ernährung (74 – 89 Prozent). Vegetarische oder vegane Alternativen belegen die letzten Plätze. Diese Mega-Trends zeigen sich auch bei der aktuell fünften TK-Trendbarometer-Befragung als stabil. Bedingt durch die Inflationsentwicklung bleibt weiterhin ein günstiger Preis sehr relevant (67 Prozent). „Unsere Befragung zeigt: Die Menschen wollen sich nachhaltiger ernähren und erwarten dafür zu Recht Unterstützung durch das Lebensmittelangebot“, sagt **dti**-Geschäftsführerin Sabine Eichner. „Die ganz überwiegende Mehrheit der Bürger:innen hat eine ganz klare Vorstellung davon, wie sie sich ernähren möchte: frisch, gesund und natürlich - ein Profil, das sehr gut auf Tiefkühlprodukte zutrifft. Diese Trends gilt es auch politisch zu unterstützen – und nicht jedem Nischenthema, und sei es auch medial noch so gehypt, hinterherzujagen.“

\* Information zum Studiendesign: Ende Januar 2023 wurden 1.005 onlinebasierte Interviews geführt, im Rahmen der Onlinebefragung aus dem Innofact Consumer Panel.

Diese Pressemeldung finden Sie [www.tiefkuehlkost.de](http://www.tiefkuehlkost.de).

Ein umfangreiches Medienpaket zum Jubiläum „100 Jahre Tiefkühlung“ finden Sie [hier](#).

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) ist die Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der deutschen Tiefkühlwirtschaft und vertritt rund 140 überwiegend mittelständische Unternehmen aus allen Teilen der Tiefkühlkette von Industrie über Logistik und Handel. Die Tiefkühlwirtschaft in Deutschland steht für einen Umsatz von rund 16 Milliarden Euro und versorgt täglich 80 Millionen Menschen mit frischen, tiefgekühlten Lebensmitteln.

**Kontakt:**

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**)

Nina Kollas

Leitung Kommunikation

Tel.: +49 (0)30 280 93 62-12

E-Mail: [kollas@tiefkuehlkost.de](mailto:kollas@tiefkuehlkost.de)