

Pressemitteilung:

Tiefkühl-Rekorde im Jubiläumsjahr

Gesamtmarkt wächst stark: Bestmarken bei Absatz und Verbrauch

Berlin, 4. April 2023. Die Deutschen haben 2022 so viel Tiefkühlkost verzehrt wie nie zuvor! Das zeigt die aktuelle Absatzstatistik des Deutschen Tiefkühlinstituts e. V. (**dti**), die jährlich den Absatz von Tiefkühlprodukten in Deutschland insgesamt und aufgliedert nach den Absatzmärkten Lebensmittel-Einzelhandel/Heimdienste (LEH) und Außer-Haus-Markt (AHM) ausweist. Hier die wichtigsten Ergebnisse:

- Der Pro-Kopf-Verbrauch von TK stieg 2022 auf 47,7 kg (2021: 46,1 kg).
- Der Verzehr pro Haushalt wuchs 2022 um 4,1 kg auf 96,4 kg (2021: 92,3 kg).
- Der Gesamtabsatz von TK-Lebensmitteln erhöhte sich 2022 um 3,6 Prozent auf eine Menge von 3,909 Millionen Tonnen (2021: 3,773 Millionen Tonnen) und übertrifft damit das bisherige Best-Ergebnis von 2019 deutlich um zwei Prozent.

Das sind **neue Rekordmarken** für TK in Deutschland!

„TK kommt 2022 gestärkt aus den zurückliegenden Krisenjahren zurück: Der Gesamtmarkt TK verzeichnete ein kräftiges Plus und vermeldet neue Rekorde!“, fasst Sabine Eichner, **dti**-Geschäftsführerin, zusammen. „Das freut uns im Jubiläumsjahr ‚100 Jahre Tiefkühlung‘ ganz besonders! 1923 hat der US-amerikanische Pionier Clarence Birdseye die Schockfrostung erfunden und damit den Grundstein für den wachsenden Erfolg unserer Branche gelegt. Die vielfältigen, im Alltag ganz konkret erfahrbaren Vorteile von TK für die Ernährung begeistern immer mehr Menschen.“

LEH/Heimdienste: Stabilisierung auf hohem Niveau

Der TK-Absatz im LEH lag 2022 mit 1,974 Millionen Tonnen über sechs Prozent über dem Ergebnis von 2019 (1,861 Millionen Tonnen). Dies kann als Indiz dafür gewertet werden, dass in der Pandemie neue TK-Kund:innen gewonnen werden konnten bzw. die Konsument:innen den Kauf von TK intensiviert haben. Im Vergleich zu 2021 weist der Absatz im LEH zwar einen Rückgang um 5,5 Prozent auf (2021: 2,089 Millionen Tonnen), dieser geht jedoch eindeutig auf die Normalisierung des Alltagslebens nach dem Auslaufen der Corona-Restriktionen im Frühjahr 2022 zurück. Die Menschen verzehren wieder mehr außer Haus – am Arbeits- und Ausbildungsplatz und in Restaurants. **dti**-Chefin Eichner: „2022 kehrten die Menschen in Deutschland wieder zu ihrem gewohnten Ernährungs- und Kochverhalten zurück. Stark sichtbar ist auch der Trend zu zeitsparenden Mahlzeitenlösungen mit TK-Produkten wie Pizza und Snacks. TK konnte sich insgesamt noch stärker als Zukunftskategorie verankern.“

Außer-Haus-Markt holt dynamisch auf

Der Außer-Haus-Markt erlebte 2022 mit dem Ende der Corona-Restriktionen einen deutlichen Wachstumsschub; der Umsatz im Gastgewerbe lag aber immer noch deutlich unter dem Vorpandemie-Niveau. Der TK-Absatz stieg um 14,9 Prozent auf 1,935 Millionen Tonnen (2021: 1,684 Millionen Tonnen, 2019: 1,973 Millionen Tonnen). Damit wurde die bisherige Rekordmarke von 2019 bereits fast wieder erreicht. Vor allem die TK-Bereiche „Frühstück & Dessert“ und „Fix & Fertig“ verzeichneten in der Gastronomie einen enormen Zuwachs von 20,6 bzw. 20,2 Prozent. Die TK-Warengruppen Backwaren, Pizza und Snacks sind mit hohen zweistelligen Wachstumsraten besonders hervorzuheben. „Wir beobachten im Außer-Haus-Markt einen Trend zu TK, weil die Produkte die hohen Ansprüche der Gastronomie in Kombination mit Kalkulations- und Gelingsicherheit optimal erfüllen können“, sagt **dti**-Geschäftsführerin Eichner. „Profi-Küchen wissen die Vorteile von TK immer mehr zu schätzen: natürliche Frische, exzellente Qualität, saisonunabhängige Verlässlichkeit, lange Haltbarkeit, praktische Portionierung und Bevorratung und hohe Wirtschaftlichkeit.“

Wachsende TK-Umsätze

Der TK-Gesamtumsatz stieg 2022 um 16,4 Prozent auf 18,54 Milliarden Euro (2021: 15,92 Milliarden Euro). Im LEH wuchs der Umsatz mit TK-Produkten um 5,7 Prozent auf 10,22 Milliarden Euro (2021: 9,67 Milliarden Euro) und überschritt damit erstmals die 10-Milliarden-Marke. Im AHM erhöhte sich der TK-Umsatz um 33,1 Prozent – von 6,26 Milliarden Euro 2021 auf 8,33 Milliarden Euro in 2022. Diese Steigerungen gehen vor allem auf die notwendigen Preisanpassungen im Zuge der Energie- und Rohstoffkrise nach dem russischen Überfall auf die Ukraine zurück.

Hintergrund: die **dti-Absatzstatistik**

Seit 1962 erhebt das **dti** jedes Jahr den Tiefkühlabsatz in Deutschland des Vorjahres bei den Tiefkühl-Unternehmen. Die **dti**-Absatzstatistik ist die einzige Übersicht über den TK-Gesamtmarkt in Deutschland, die die Entwicklung in den Absatzwegen Lebensmittel-Einzelhandel/Heimdienste und Außer-Haus-Markt (Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung) vollständig und gegliedert nach Warengruppen abbildet. Die Daten werden von der Treuhandgesellschaft KMPG anonymisiert ausgewertet, vom **dti** aufbereitet und jeweils im Frühjahr firmen- und markenneutral veröffentlicht.

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) ist die Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der deutschen Tiefkühlwirtschaft und vertritt rund 145 überwiegend mittelständische Unternehmen aus allen Teilen der Tiefkühlkette von Industrie über Logistik und Handel. Die Tiefkühlwirtschaft in Deutschland steht für einen Umsatz von rund 18,5 Milliarden Euro und versorgt täglich 80 Millionen Menschen mit frischen, tiefgekühlten Lebensmitteln.

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

[Hier](#) finden Sie zum Download unsere Sammlung "Zahlen, Daten, Fakten" (pdf), unter anderem mit aktuellen **dti**-Positionspapieren sowie einer Kurzübersicht über die **dti**-Pilotprojekte "Check Food Waste" und "Zukunftswerkstatt: Tiefkühlwirtschaft auf dem Weg zur Klimaneutralität".

Kontakt:

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**)
Nina Kollas
Leitung Kommunikation
Tel.: +49 (0)30 280 93 62-12
E-Mail: kollas@tiefkuehlkost.de
www.tiefkuehlkost.de