

Pressemitteilung:

Tiefkühlkost boomt!

Gesamtabsatz erstmals über 4 Millionen Tonnen/TK bleibt auf Rekordkurs

Berlin, 12. April 2024. Neue Bestmarken beim Gesamtabsatz, im Außer-Haus-Markt und beim Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühlprodukten: So lautet das Ergebnis der aktuellen Absatzstatistik 2023 des Deutschen Tiefkühlinstituts e. V. (**dti**), die jährlich den Absatz von Tiefkühlprodukten in Deutschland insgesamt und aufgliedert nach den Absatzmärkten Lebensmitteleinzelhandel/Heimdienste (LEH/HD) und Außer-Haus-Markt (AHM) ausweist.

Hier die wichtigsten Ergebnisse:

- Der **Gesamtabsatz** von TK-Lebensmitteln wuchs 2023 um 3,4 Prozent auf eine Menge von 4,043 Millionen Tonnen (2022: 3,909 Millionen Tonnen) und überschritt damit erstmals die Marke von vier Millionen Tonnen.
- Der **Absatz im Außer-Haus-Markt** erhöhte sich 2023 um 6,5 Prozent auf 2,061 Millionen Tonnen (2022: 1,935 Millionen Tonnen) und durchbrach damit zum ersten Mal die Schwelle von zwei Millionen Tonnen.
- Im **LEH/HD** wuchs der TK-Absatz 2023 um 0,4 Prozent auf 1,982 Millionen Tonnen (2022: 1,974 Millionen Tonnen), er liegt damit um 6,5 Prozent höher als im Vor-Corona-Jahr 2019 (2019: 1,861 Millionen Tonnen).
- Der **Pro-Kopf-Verbrauch** von TK stieg 2023 auf einen Rekordwert von 49,4 kg (2022: 47,7 kg).
- Der **Verzehr pro Haushalt** wuchs 2023 um 3 kg auf 99,4 kg (2022: 96,4).

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

„Die Kategorie Tiefkühlkost ist auch 2023 weiter auf Erfolgskurs geblieben“, fasst Sabine Eichner, **dti**-Geschäftsführerin, zusammen. „Den Tiefkühlunternehmen ist es gelungen, trotz enormer Herausforderungen im Zuge der multiplen Krisen, der Inflation und der hohen Energiekosten weiterhin ein hochattraktives Angebot zu machen, das immer mehr Verbraucher:innen zuhause und in den Profiküchen überzeugt. Gerade in unserer herausfordernden Zeit kann die Zukunftskategorie TK ihre vielfältigen Vorteile voll zur Geltung bringen und den Menschen Lösungen bieten. Der positive Absatztrend setzt ein deutliches Zeichen im Lebensmittelmarkt, in dem andere Food-Kategorien von rückläufigen Tendenzen betroffen sind. Tiefkühlprodukte haben ihren festen Platz in den Einkaufskörben der Deutschen.“

Lebensmittelhandel/Heimdienste: TK-Absatz stabil auf hohem Niveau

Im LEH/HD wuchs der TK-Absatz 2023 um 0,4 Prozent auf 1,982 Millionen Tonnen (2022: 1,974 Millionen Tonnen). Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 erhöhte sich der Absatz um 6,5 Prozent (2019: 1,861 Millionen Tonnen). Das zeigt: Die Branche hat in der Pandemie neue Kunden gewinnen und halten können. Ein wesentlicher Faktor dafür ist der Convenience-Vorteil von TK, der dem Markt erneut wichtige Impulse gibt: Während TK-Produkte zum Selberkochen 2023 um 0,2 Prozent nachgaben, konnte der Bereich Fix & Fertig um 2,1 Prozent zulegen. Vor allem tiefgekühlte Pizza, Fertiggerichte und Snacks lagen im Plus. **dti**-Chefin Eichner: „Die Kategorie TK beweist einmal mehr ihre Relevanz für die moderne Ernährung: Konsument:innen wollen frische, gesunde und hochwertige Lebensmittel, die sie in ihrem beschäftigten und mobilen Alltag unterstützen.“

Absatz im Außer-Haus-Markt knackt die 2-Millionen-Grenze

Nachdem der Außer-Haus-Markt bereits 2022 einen deutlichen Wachstumsschub zu verzeichnen hatte, setzte sich diese Dynamik in 2023 fort: Der TK-Absatz im AHM erhöhte sich 2023 um 6,5 Prozent auf 2,061 Millionen Tonnen (2022: 1,935 Millionen Tonnen) und durchbrach damit zum ersten Mal die Schwelle von zwei Millionen Tonnen. Aus der Corona-Pandemie kommt TK gestärkt hervor: Im Vergleich zu 2019 konnte TK in der Gastronomie um 4,4 Prozent im Vergleich zu 2019 (1,973 Millionen Tonnen) zulegen und zeigte sich als Wachstumsmotor. Mit einem Anteil von 51 Prozent am Absatz ist der Absatzmarkt AHM damit wieder bedeutender als der Kanal LEH, die strukturellen Marktverschiebungen zwischen den Absatzkanälen durch die Pandemie sind überwunden.

Das Absatzplus ging vor allem auf den Bereich **Frühstück & Dessert** zurück, der um 10,9 Prozent zulegen konnte. Die Warengruppe Backwaren (+11,4 Prozent) gab den größten Impuls. Während TK-Produkte zum Selber Kochen um 2,3 Prozent zulegten, verzeichnete der Bereich Fix & Fertig sogar ein doppelt so hohes Wachstum – plus 5,6 Prozent. Die Warengruppen Pizza (+15,9 Prozent) und Gemüse (+12,4 Prozent) zeigten ein besonders hohes Wachstum. „TK-Produkte erfüllen die hohen Ansprüche der Gastronomie in Kombination mit Kalkulations- und Gelingsicherheit“, so die **dti**-Geschäftsführerin Sabine Eichner. „Dies gilt besonders vor dem Hintergrund der angespannten wirtschaftlichen Lage vieler Betriebe, die in allen Segmenten des Außer-Haus-Marktes für Anpassungsdruck und eine erhöhte Nachfrage nach effizienten Methoden der Zubereitung sorgt – die aber dennoch genug Raum für Kreativität und Individualität lassen. TK-Produkte verbinden diese Anforderungen optimal und verringern zudem Lebensmittelabfälle. Dies wissen immer mehr Profi-Köch:innen zu schätzen.“

TK-Umsätze wachsen weiter

Der TK-Gesamtumsatz stieg 2023 um 18,7 Prozent auf 22,017 Milliarden Euro (2022: 18,541 Milliarden Euro) an. Im LEH/HD stieg der TK-Umsatz um 14 Prozent auf 11,64 Milliarden Euro (2022: 10,22 Milliarden Euro). Im Außer-Haus-Markt erhöhte sich der TK-Umsatz um 24,6 Prozent auf 10,37 Milliarden Euro (2022: 8,33 Milliarden Euro). Treiber dieser Entwicklung war hier die hohe Inflation in Folge der enorm gestiegenen Energie-, Rohstoff-, Personal- und Logistikkosten.

Hintergrund: die dti-Absatzstatistik

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

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) ist die Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der Tiefkühlwirtschaft in Deutschland und vertritt rund 150 überwiegend mittelständische Unternehmen aus allen Teilen der Tiefkühlkette von Industrie über Logistik und Handel. Die Tiefkühlwirtschaft, mit einem Gesamtumsatz von rund 20 Milliarden Euro einer der wichtigsten Zweige der Lebensmittelindustrie, versorgt täglich 80 Millionen Menschen mit frischen, tiefgekühlten Lebensmitteln.

Kontakt:

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

Nina Kollas

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

E-Mail: kollas@tiefkuehlkost.de | www.tiefkuehlkost.de