

Pressemitteilung:

TK-Produkte unverzichtbar für eine erfolgreiche Ernährungswende dti präsentiert neue Studie „Ernährung 3.0 – Die Gemeinschaftsgastronomie zwischen Personalmangel und Ernährungswende“

Berlin, 17. März 2025. Das Deutsche Tiefkühlinstitut e. V. (dti), Spitzenverband der Tiefkühlwirtschaft, hat beim „Branchentag der Gemeinschaftsgastronomie“ auf der Internorga in Hamburg die Ergebnisse der Studie „Ernährung 3.0 – Die Gemeinschaftsgastronomie zwischen Personalmangel und Ernährungswende“ vorgestellt, die das dti zusammen mit dem Wirtschaftsfachmagazin gvpraxis durchgeführt hat. Für die Studie wurden rund 200 Gastronomie-Manager aus Betriebsgastronomie, Care (Krankenhäuser, Pflegeheime) und Education (KiTa, Schule, Uni) zur aktuellen Lage in der Gemeinschaftsgastronomie befragt.

Die wichtigsten Ergebnisse der Online-Expertenbefragung:

- Jeder zweite Gemeinschaftsgastronom richtet sein Angebot bereits auf die 2024 verabschiedete **Ernährungsstrategie** der Bundesregierung aus, im Bereich Education sind es sogar über 63 Prozent. Die wichtigste Umsetzungsmaßnahme ist das Angebot einer vegetarischen Menülinie. Knapp ein Drittel der Betriebs- und Klinikgastronomen plant jedoch nicht, die Ernährungsstrategie umzusetzen.
- Die **größten Hürden** für die Nicht-Umsetzung sind das mangelnde Budget (44,4 Prozent), die fehlende regionale Rohstoffverfügbarkeit (41,4 Prozent) und die geringe Kundennachfrage (39,4 Prozent).
- Die große Mehrheit der Gemeinschaftsgastronomen (78,8 Prozent) sieht in den steigenden Kosten die **zukünftige Top-Herausforderung** für die Branche. Auf Platz 2 steht der sich zuspitzende Personalmangel (63,6 Prozent). Außerdem kämpfen die Betriebe mit überbordender Bürokratie (52,5 Prozent) und stehen komplexeren Gästeanforderungen gegenüber (45,5 Prozent).
- In dieser herausfordernden Lage sind praktikable Lösungen gefragt: Vier von fünf Entscheidern aus der Betriebsgastronomie (84,3 Prozent) stimmen zu, dass Tiefkühlprodukte Prozesse in der Profiküche **schlanker und planbarer** machen und dazu beitragen, den akuten Personalmangel auszugleichen (83,1 Prozent).
- Zwei Drittel (67,7 Prozent) der Betriebsgastronomen schätzen besonders **die gleichbleibend hohe Qualität der tiefgekühlten Ware**. Mehr als jeder Zweite aus diesem Segment sagt, dass der Einsatz von TK für den eigenen Betrieb wirtschaftlich nachhaltig ist (58,5 Prozent) bzw. die Umsetzung der Ernährungsstrategie erst

wirtschaftlich umsetzbar macht (50,8 Prozent). Knapp zwei Drittel (61,5 Prozent) bestätigen, dass Tiefkühlprodukte helfen, Lebensmittelabfälle zu vermeiden.

- TK wird von fast 60 Prozent der Befragten **als Frische-Warengruppe geschätzt** und intensiv genutzt (Anteil am Wareneinsatz zwischen 40 bis 100 Prozent).
- Die Küchenchefs in allen Segmenten der Gemeinschaftsverpflegung schätzen Tiefkühlprodukte besonders aufgrund ihrer **vielen praktischen Vorteile**: Sie sind flexibel einsetzbar (59,6 Prozent), lange haltbar und kalkulationssicher (jeweils 54,5 Prozent) und hygienisch sicher (49,5 Prozent). Tiefgekühlte Produkte wie Gemüse und Obst sind außerdem unabhängig von der Saison 365 Tage im Jahr verfügbar (55,6 Prozent).
- **Damit es allen schmeckt, ist hohe Qualität nach Ansicht der Profis das wichtigste Kriterium** für den Einsatz von TK-Convenience (73,6 Prozent), gefolgt von authentischem Geschmack (59,3), Kalkulationssicherheit und einer „Optik wie selbstgemacht“ (jeweils 51,1 Prozent).

Tiefkühlprodukte machen mehr Nachhaltigkeit und Ernährungswende möglich

„Die dti-Studie 2025 ‚Ernährung 3.0‘ zeigt: Die Gemeinschaftsgastronomie steht unter hohem Druck. Steigende Kosten, der anhaltende Fachkräftemangel und eine geringe Zahlungsbereitschaft der Kunden für mehr Nachhaltigkeit stellen viele Betriebe vor große Herausforderungen. Die reine Fokussierung auf Regionalität, Saisonalität und frisch Kochen ist ein Trugschluss: Für die Umsetzung der ambitionierte Ernährungsstrategie der Bundesregierung brauchen die Betriebe Lösungen, die betriebswirtschaftlich und geschmacklich überzeugen. Nur so wird mehr Nachhaltigkeit für alle möglich und bezahlbar“, **sagte Sabine Eichner, dti-Geschäftsführerin**, heute beim Branchentag auf der Internorga, der internationalen Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie. „Wir sehen in der Studie starken Rückenwind für hochwertige Tiefkühl-Lebensmittel: Sie bieten den Profiküchen sowohl Frische und Geschmack, als auch Entlastung bei Personalengpässen sowie Kalkulationssicherheit. Die Marktentwicklung belegt dies mit einer weiter steigenden Nachfrage nach tiefkühlfrischen Produkten.“

Absatz von Tiefkühlprodukten im Außer-Haus-Markt wächst

Die Gemeinschaftsgastronomie ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor: Rund 17 Millionen Menschen essen in Deutschland täglich in der Gemeinschaftsgastronomie – in Kantinen, Mensen, Kliniken oder etwa Senioreneinrichtungen. Das jährliche Marktvolumen beträgt geschätzte 17 Milliarden Euro – Tendenz weiter steigend. 2023 durchbrach der Absatz von Tiefkühlprodukten im Außer-Haus-Markt laut dti-Absatzstatistik erstmals die Schwelle von zwei Millionen Tonnen. „Tiefkühlprodukte bieten eine hohe Flexibilität, zuverlässige Qualität und vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Die dti-Studie zeigt, dass Gemeinschaftsgastronomen

sie als wertvolle Ressource für die Branche sehen, insbesondere in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten: Tiefkühlprodukte bieten der Gemeinschaftsgastronomie als Solution Provider kreatives Potenzial und eine starke Grundlage für Wertschöpfung“, resümiert **Claudia Zilz, Chefredaktion gvpraxis**.

Die dti-Studie 2025 „Ernährung 3.0“

Die Studie „Ernährung 3.0 – Die Gemeinschaftsgastronomie zwischen Personalmangel und Ernährungswende“ wurde gemeinsam entwickelt vom Deutschen Tiefkühlinstitut e.V. (dti), dem Spitzenverband der Tiefkühlwirtschaft, und gvpraxis, dem führenden Fachmagazin für die Gemeinschaftsgastronomie. Für die Studie wurden Entscheider aus den Segmenten Business & Industry (Betriebsgastronomie), Education (Campusgastronomie, Schule und Kita) sowie Care (Kliniken und Heime) von Ende Oktober bis Mitte Dezember 2024 online befragt. Insgesamt beteiligten sich knapp 200 Küchenchefs an der Umfrage. Von 100 bis über 10.000 Essen wurden alle Betriebsgrößen abgedeckt. Im Fokus standen unter anderem Fragen zur Umsetzung der Ernährungsstrategie der Bundesregierung, zum Umsetzungsgrad verschiedener Nachhaltigkeitsmaßnahmen, zum Einsatz von Tiefkühlprodukten und zu den Herausforderungen der Gemeinschaftsgastronomie – aktuell und in Zukunft.

Partner der Studie sind die dti-Mitgliedsunternehmen Apetito AG, ARDO NV Germany Office, Burgis GmbH, Erlenbacher Backwaren GmbH, Frostkrone Tiefkühlkost GmbH, Hanna-Feinkost AG, Lamb Weston EMEA, McCain GmbH, Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG Geschäftsbereich Professional, Salomon FoodWorld GmbH, Schne-frost Ernst Schnetkamp GmbH & Co. KG, uniqfood GmbH, Weinbergmaier GmbH, sowie die Internorga.

Diese Pressemitteilung sowie mehr Informationen zur dti-Studie „Ernährung 3.0 – Die Gemeinschaftsgastronomie zwischen Personalmangel und Ernährungswende“ finden Sie auf www.tiefkuehlkost.de.

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (dti) ist die Interessenvertretung und Kommunikationsplattform der Tiefkühlwirtschaft in Deutschland und vertritt als Spitzenverband über 150 überwiegend mittelständische Unternehmen aus allen Teilen der Tiefkühlkette, von Industrie über Logistik und Handel. Die Tiefkühlwirtschaft, mit einem Gesamtumsatz von rund 22 Milliarden Euro einer der wichtigsten Zweige der Lebensmittelindustrie, versorgt täglich über 80 Millionen Menschen mit frischen, tiefgekühlten Lebensmitteln. 2023 stieg der Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühlprodukten in Deutschland laut dti-Absatzstatistik auf einen Rekordwert von 49,4 kg. Der Gesamtabsatz überschritt 2023 erstmals die Marke von vier Millionen Tonnen.

Kontakt:

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

Nina Kollas

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

E-Mail: kollas@tiefkuehlkost.de

www.tiefkuehlkost.de