

# cool facts

TIEFKÜHLKOST – ZAHLEN, DATEN, FAKTEN



<b>Tiefkühlkost- einmal mehr Trendsetter!</b>	3
<hr/>	
<b>Absatz Gesamtmarkt Tiefkühlkost</b>	
Pro-Kopf-Verbrauch/Pro-Haushalt-Verbrauch	4
Absatzentwicklung/Umsatzentwicklung	5
Bedeutung nach Produktgruppen	6
3-Jahresvergleich	7
<hr/>	
<b>Absatz Lebensmittelhandel Tiefkühlkost</b>	
Bedeutung nach Produktgruppen	8
3-Jahresvergleich	9
<hr/>	
<b>Absatz Ausser-Haus-Markt Tiefkühlkost</b>	
Bedeutung nach Produktgruppen	10
3-Jahresvergleich	11
<hr/>	
<b>Langfristige Entwicklung</b>	
Pro-Kopf-Verbrauch/Pro-Haushalt-Verbrauch	12
Absatzentwicklung/Umsatzentwicklung	13
<hr/>	
<b>Tiefkühlkost im deutschen Lebensmittelmarkt</b>	14

 TK-Gerichte*	 Fleisch, Wild, Geflügel (roh)
 Gemüse	 Snacks***
 Pizza	 Beilagen
 Kartoffeln	 Milcherzeugnisse, Süßspeisen
 Backwaren	 Obst, Obstsaft
 Fisch**	

\* inkl. Eintöpfe u. Suppen  
 \*\* inkl. Krusten- u. Weichtiere  
 \*\*\* inkl. Käse

## Tiefkühlmarkt weiter im Aufwind!



TK ist auch im 60. Jahr nach seiner Markteinführung in Deutschland beliebt und unverzichtbar auf den Speise- und Einkaufszetteln der Republik – dank hoher Qualität, einfacher Zubereitung, unschlagbarer Frische und überzeugender Vielfalt. Der Absatz von Tiefkühlprodukten erreichte 2015 ein herausragendes Wachstum von 3,7%.

Der Pro-Kopf-Verbrauch stieg 2015 um 1,4 kg auf einen neuen Höchststand von 43,6 kg. Ein Haushalt verzehrte 2015 im Durchschnitt 90,0 kg Tiefkühllebensmittel. Die TK-Branche blickt auf ein sehr erfolgreiches Jahr mit einer absoluten Rekordproduktion zurück.

Die Vorteile der Angebotsform überzeugen private Haushalte und professionelle Verwender in der Gastronomie gleichermaßen. TK-Produkte sind aus der heutigen Ernährung nicht mehr wegzudenken!

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (**dti**) – die Kommunikations- und Informationsplattform der deutschen Tiefkühlwirtschaft und neutrales Sprachrohr der Branche – unterstützt seit seiner Gründung 1956 mehr als 160 Mitgliedsunternehmen aus allen Bereichen der Tiefkühlkette mit warengruppenübergreifender, markenneutraler Kommunikation und einem regen Erfahrungsaustausch, um die positive Entwicklung des Tiefkühlmarktes zu fördern. Das dti ist das Kompetenzzentrum für Medien, Verbraucher, Absatzpartner und Politik, wenn es um TK geht.

Die wichtigsten Daten zum Tiefkühlmarkt erhebt das dti jährlich direkt bei den Unternehmen in einer eigenen Befragung – die „cool facts 2015“ bieten Ihnen eine anschauliche Zusammenfassung der aktuellen und langfristigen Marktentwicklung.

Gerne versorgen wir Sie mit weiteren Informationen – sprechen Sie uns jederzeit an!

Ihr  Team

# Gesamtmarkt Tiefkühlkost

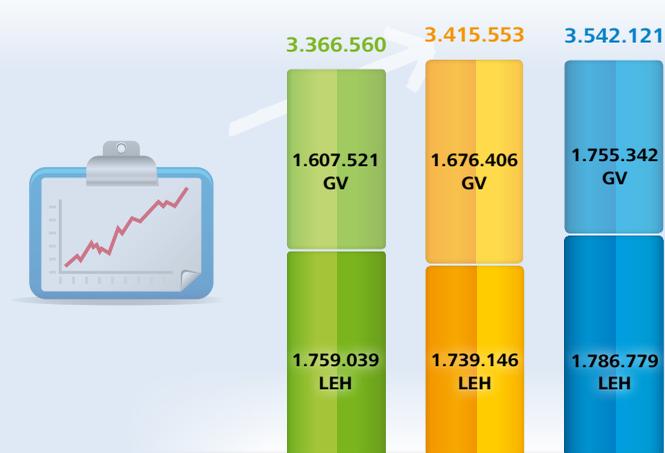
Pro-Kopf-Verbrauch\*  
(in Kilogramm, ohne Speiseeis)

2013 2014 2015



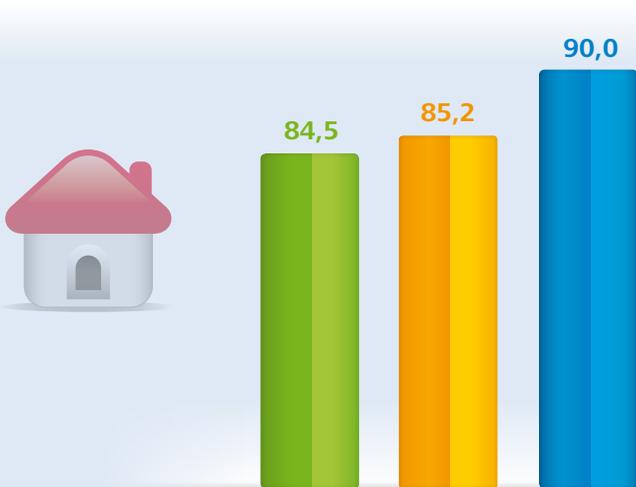
Absatzentwicklung  
(in Tonnen, ohne Speiseeis)

2013 2014 2015



Pro-Haushalt-Verbrauch\*  
(in Kilogramm, ohne Speiseeis)

2013 2014 2015



Umsatzentwicklung  
(in Milliarden Euro, ohne Speiseeis)

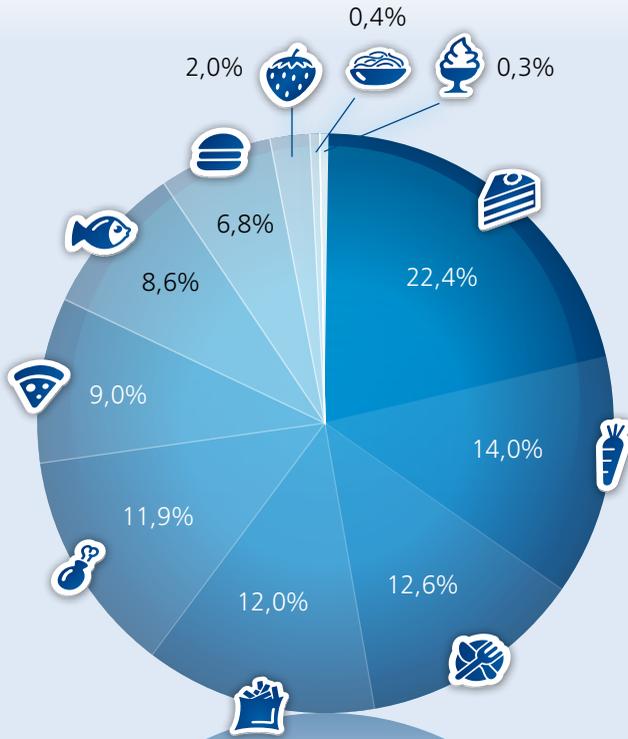
2013 2014 2015



\* Für die Berechnungen des Pro-Kopf- und Pro-Haushalt-Verbrauchs wurden die von der GfK verwendeten Bevölkerungs- und Haushaltsdaten des Statistischen Bundesamtes zugrunde gelegt. Aufgrund einer rückwirkenden Änderung der Anzahl der Haushalte (Ewo-Universumsdaten) wurde die Berechnung des Durchschnittsverbrauchs pro Haushalt für 2014 neu berechnet.

# Absatz Gesamtmarkt Tiefkühlkost

Bedeutung nach Produktgruppen  
2015

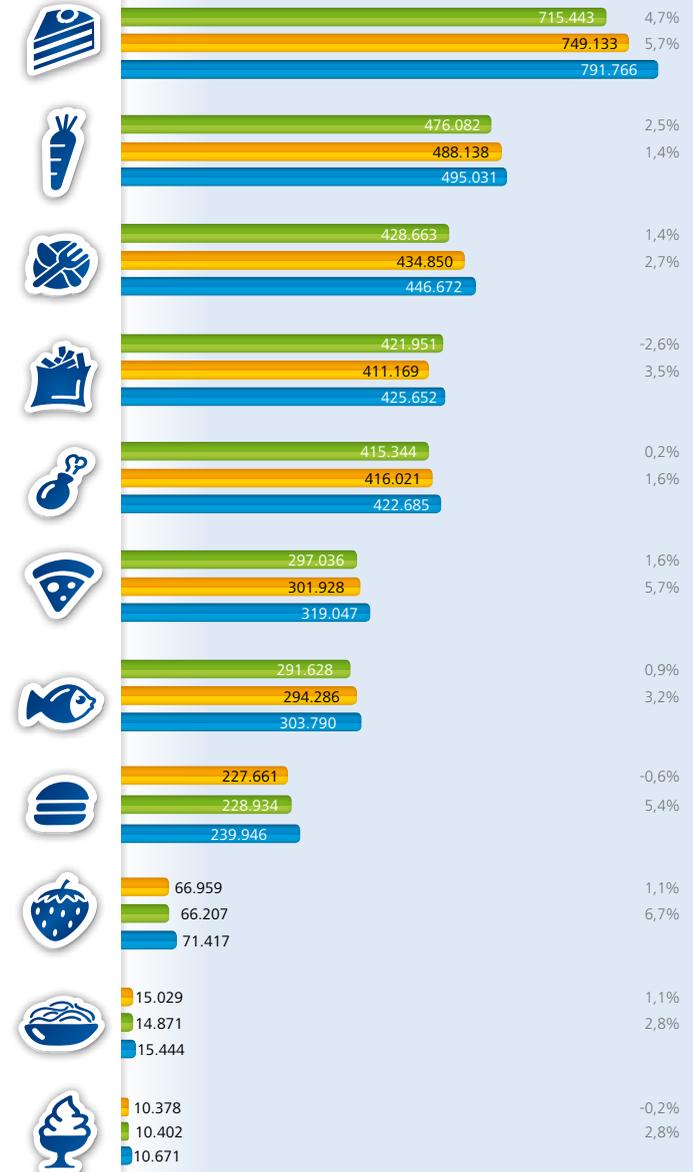


\* inkl. Eintöpfe u. Suppen  
\*\* inkl. Krusten- u. Weichtiere  
\*\*\* inkl. Käse

# Absatz Gesamtmarkt Angaben in Tonnen

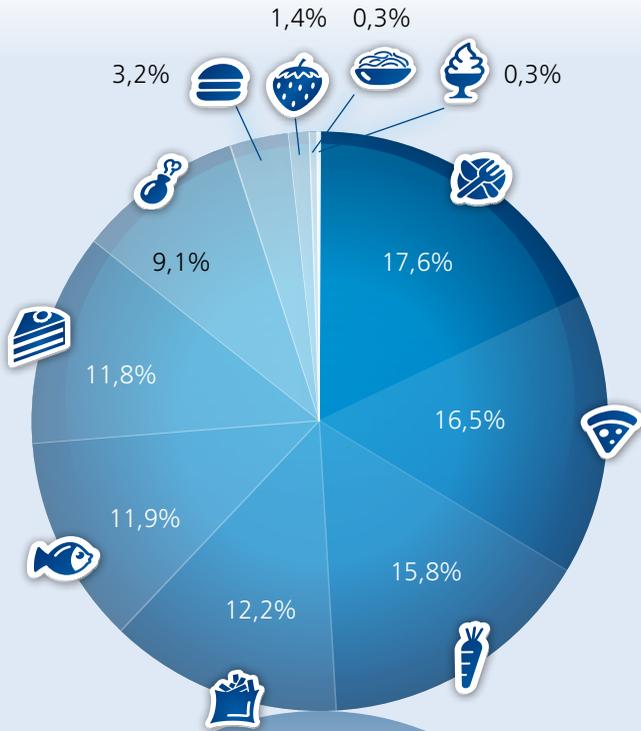
3-Jahresvergleich  
2013 2014 2015

Die Veränderungsraten (Angaben in Prozent) beziehen sich auf das jeweilige Vorjahr.



# Absatz Lebensmittelhandel Tiefkühlkost

Bedeutung nach Produktgruppen  
2015

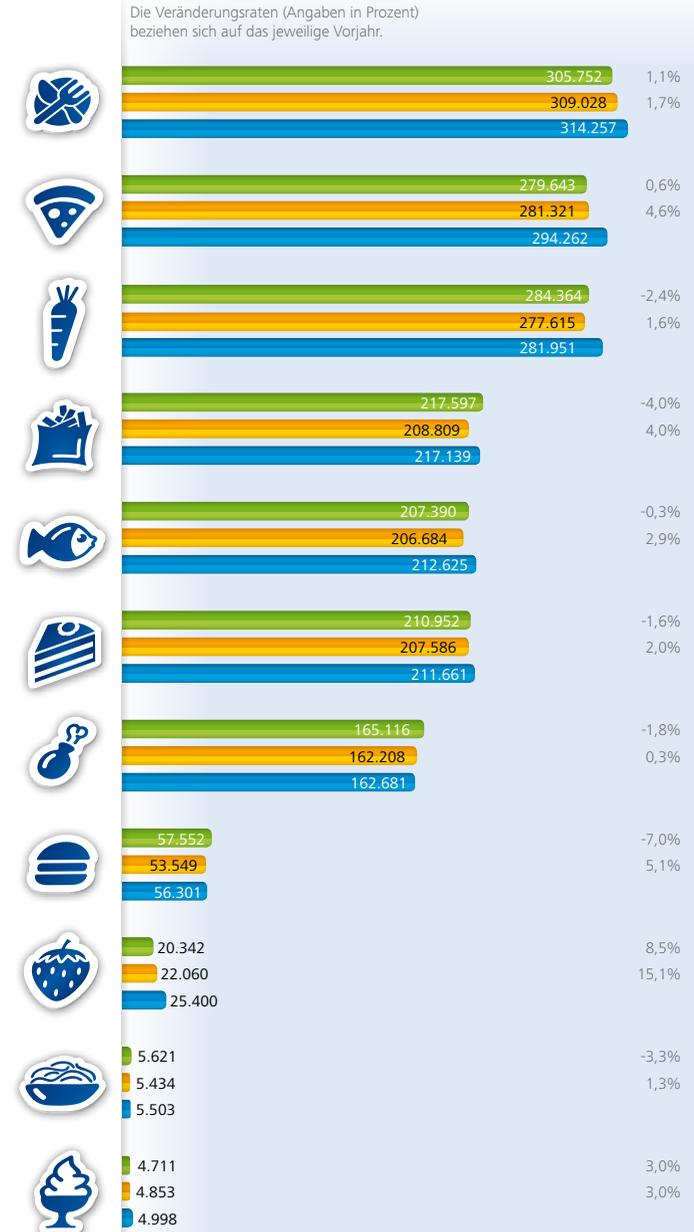


- TK-Gerichte\*
- Backwaren
- Beilagen
- Gemüse
- Fisch\*\*
- Milcherzeugnisse, Süßspeisen
- Pizza
- Fleisch, Wild, Geflügel (roh)
- Obst, Obstsäfte
- Kartoffeln
- Snacks\*\*\*

\* inkl. Eintöpfe u. Suppen  
\*\* inkl. Krusten- u. Weichtiere  
\*\*\* inkl. Käse

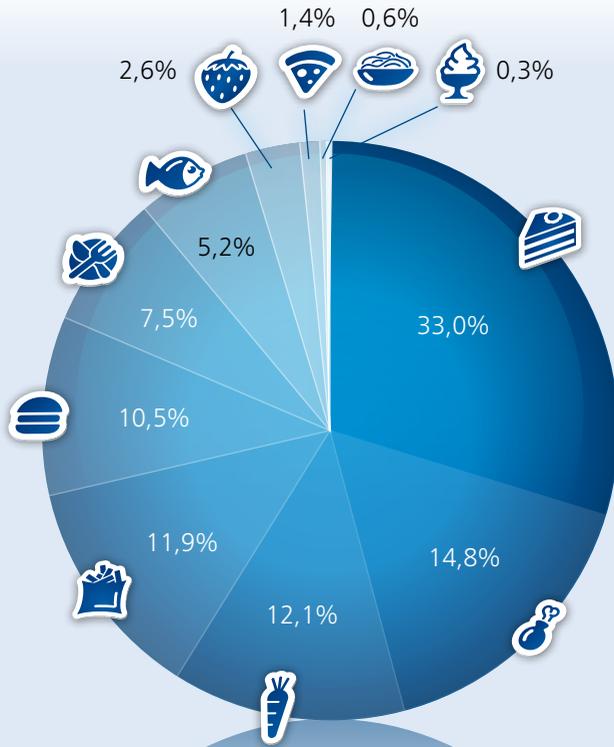
# Absatz Lebensmittelhandel Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich  
2013 2014 2015



# Absatz Ausser-Haus-Markt Tiefkühlkost

Bedeutung nach Produktgruppen  
2015

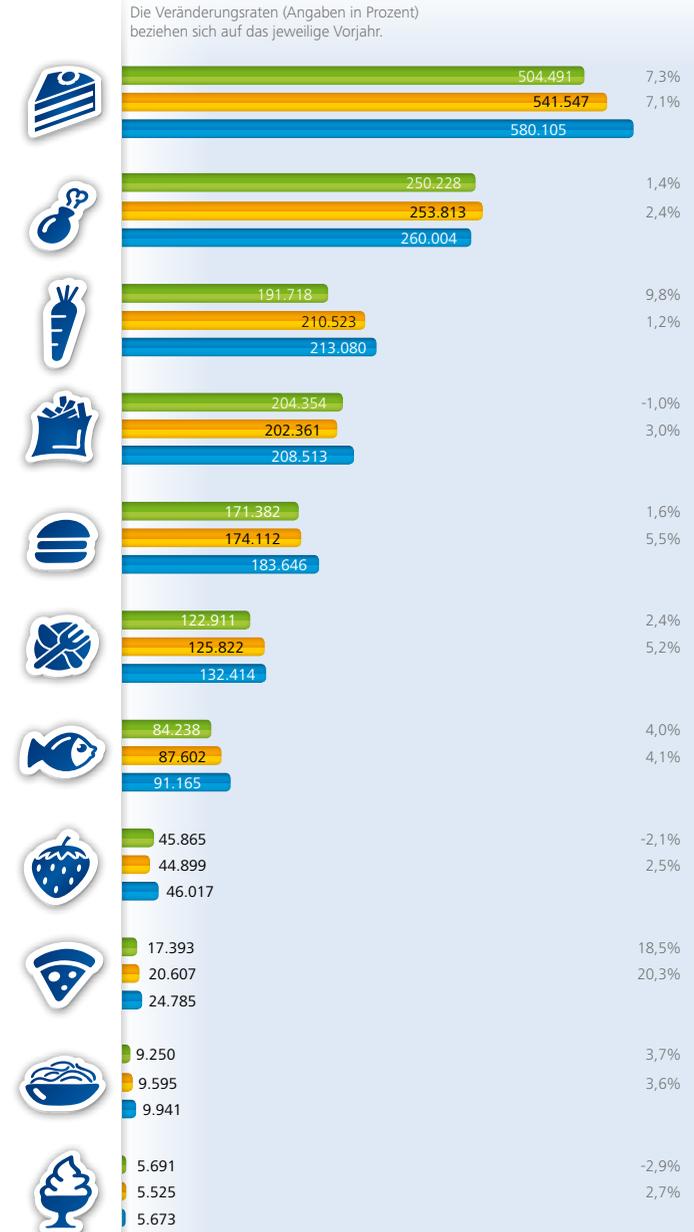


- TK-Gerichte\*
- Gemüse
- Pizza
- Kartoffeln
- Backwaren
- Fisch\*\*
- Fleisch, Wild, Geflügel (roh)
- Snacks\*\*\*
- Beilagen
- Milcherzeugnisse, Süßspeisen
- Obst, Obstsäfte

\* inkl. Eintöpfe u. Suppen  
\*\* inkl. Krusten- u. Weichtiere  
\*\*\* inkl. Käse

# Absatz Ausser-Haus-Markt Angaben in Tonnen

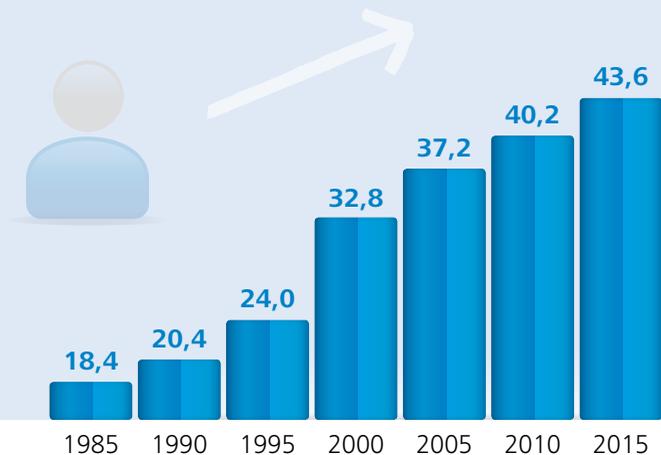
3-Jahresvergleich  
2013 2014 2015



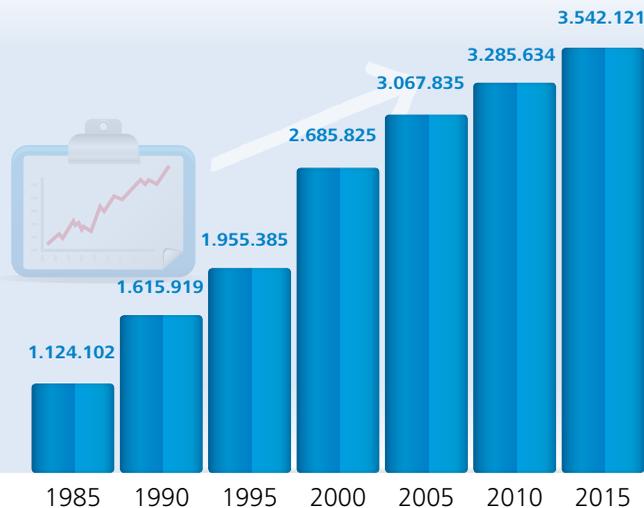
# Langfristige Entwicklung

30 Jahre in 5-Jahres-Schritten

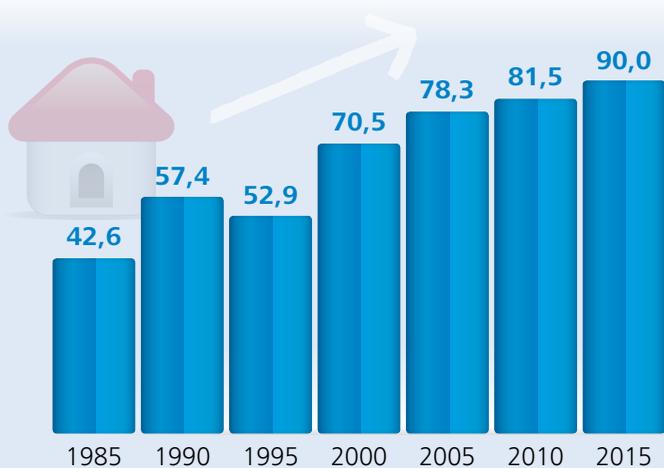
Pro-Kopf-Verbrauch Tiefkühlkost  
(in Kilogramm, ohne Speiseeis)



Absatzentwicklung  
(in Tonnen, ohne Speiseeis)



Pro-Haushalt-Verbrauch  
(in Kilogramm, ohne Speiseeis)



Umsatzentwicklung  
(in Milliarden Euro, ohne Speiseeis)



## Die Ernährungsindustrie in Deutschland:

Die Ernährungsindustrie ist mit rund 570.000 Beschäftigten der drittgrößte Industriezweig in Deutschland und ein stabiler Arbeitgeber. Die mittelständisch geprägte Branche mit 5.800 Unternehmen ist ein Mix aus international tätigen Lebensmittel- und vielen traditionsreichen Familienunternehmen.

Wichtige Teilbranchen der Ernährungsindustrie sind die Fleisch- und Fleischwarenindustrie, die Milchindustrie, die Süß- und Backwarenindustrie, die Herstellung von nicht-alkoholischen und alkoholischen Getränken, die Feinkostindustrie sowie die Tiefkühlindustrie und viele mehr.

Die Ernährungsindustrie in Deutschland bietet mit rund 170.000 Produkten ein breites Spektrum von Lebensmitteln und Getränken – aus dem jeder Konsument seine Auswahl treffen kann. Die Ernährungsindustrie sorgt täglich für das Wohl von 81 Millionen Verbrauchern in Deutschland, mit einem Exportanteil von 33% schätzen darüber hinaus auch viele Kunden weltweit die Qualität deutscher Produkte.

## Der Lebensmittelhandel

Der Lebensmittelhandel gilt als wichtigster Absatzpartner der Ernährungsindustrie. Rund 38.000 Lebensmittelgeschäfte versorgen nach Angaben des EHI Retail Institute rund 81 Millionen Bundesbürger tagtäglich mit (frischen) Lebensmitteln und Getränken. Diese Leistung ist nur möglich dank der intensiven Zusammenarbeit in der Lebensmittelkette und einer komplexen Logistik.

Der Lebensmittelmarkt in Deutschland ist durch wenige große Handelsunternehmen geprägt, die fünf größten Einzelhändler vereinen knapp drei Viertel (73 Prozent) des Marktes auf sich. 2015 betrug der Lebensmittelumsatz im Handel 191 Mrd. Euro.

## Der Außer-Haus-Markt

Nicht zuletzt durch die steigende Mobilität und Erwerbstätigkeit gewinnt die Verpflegung außer Haus immer mehr an Bedeutung. Die unterschiedlichen Anbieter im Außer-Haus-Markt sind wichtige Absatzpartner der Ernährungsindustrie. Nach Angaben der npd-group Deutschland wurde 2015 im Außer-Haus-Markt ein Umsatz von über 73,6 Mrd. Euro erzielt.

Mit fast 40% stellt die klassische Gastronomie den größten Anteil am Umsatz, gefolgt von den Quick-Service-Restaurants mit knapp 32%, der Erlebnisgastronomie mit über 17% und der Kantinen- und Gemeinschaftsverpflegung mit gut 9%.

Gemessen an den Gästezahlen bildet der Quick-Service-Bereich das größte Marktsegment, gefolgt von der Gemeinschaftsverpflegung, der klassischen Gastronomie und der Erlebnisgastronomie.

Quelle: BVE

## Gesamtmarkt Lebensmittel

Angaben in Mrd. Euro

2014

12,8

Gesamtumsatz TKK

2015

13,3

### Veränderung von 2014 zu 2015:

Zuwachs Gesamtumsatz TKK 4,2%

Rückgang Gesamtumsatz Inland -3,9%

Gesamtumsatz Inland

117,8

113,2

**Das 2015er Ergebnis zeigt, dass sich die Tiefkühlbranche viel besser entwickelt hat als der Gesamtmarkt: Mit einem Umsatzanteil von 11,7 Prozent ist sie eine der fünf größten Teilbranchen der Lebensmittelindustrie!**