

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.
Reinhardtstraße 18a
10117 Berlin

Tel.: +49 (0) 30 - 280 93 62-0
Fax: +49 (0) 30 - 280 93 62-20

infos@tiefkuehlkost.de
www.tiefkuehlkost.de



cool facts

2012



Finden uns auf
Facebook

Ausgabe Mai 2013

Tiefkühlkost – Zahlen, Daten, Fakten

Wer sind wir	3
Absatz / Gesamtmarkt Tiefkühlkost	
Pro-Kopf-Verbrauch/Pro-Haushalt-Verbrauch	4
Absatzentwicklung/Umsatzentwicklung	5
Bedeutung nach Produktgruppen	6
3-Jahresvergleich	7
Absatz / Lebensmittelhandel Tiefkühlkost	
Bedeutung nach Produktgruppen	8
3-Jahresvergleich	9
Absatz / Ausser-Haus-Markt Tiefkühlkost	
Bedeutung nach Produktgruppen	10
3-Jahresvergleich	11
Langfristige Entwicklung	
Pro-Kopf-Verbrauch/Pro-Haushalt-Verbrauch	12
Absatzentwicklung/Umsatzentwicklung	13
Tiefkühlkost im Lebensmittelrecht	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

Tiefkühlkost – einmal mehr Trendsetter!



Das positive Jahresergebnis 2012 der deutschen Tiefkühlwirtschaft zeigt einmal mehr: Tiefkühlkost ist ein Wachstumsmarkt mit einem Umsatz von mehr als 12 Milliarden Euro!

Die Produktvorteile überzeugen sowohl die privaten Haushalte als auch die professionellen Entscheider in der Gastronomie: Frische, Qualität, Convenience, Angebotsvielfalt und Nachhaltigkeit sind starke Argumente für Tiefkühlkost.

Das Deutsche Tiefkühlinstitut e.V. (dti) ist die Kommunikations- und Informationsplattform der deutschen Tiefkühlwirtschaft. Als Sprachrohr der Branche unterstützen wir seit 1956 unsere 180 Mitgliedsunternehmen aus allen Bereichen der Tiefkühlkette mit Informationen, Erfahrungsaustausch und branchenübergreifender Kommunikation, um die positive Entwicklung des Tiefkühlmarktes zu fördern. Das dti ist die Anlaufstelle für Medien, Verbraucher, Absatzpartner und Politik, wenn es um Tiefkühlwissen und –kontakte geht.

Die wichtigsten Daten zum Tiefkühlmarkt erhebt das dti jährlich in einer eigenen Erhebung direkt bei den Unternehmen – die „cool facts 2012“ bieten Ihnen eine Zusammenfassung der aktuellen und langfristigen Marktentwicklung. Mit noch mehr Informationen unterstützen wir Sie gerne!

Ihr

Ihr  Team

Deutsches
Tiefkühlinstitut

Gesamtmarkt Tiefkühlkost

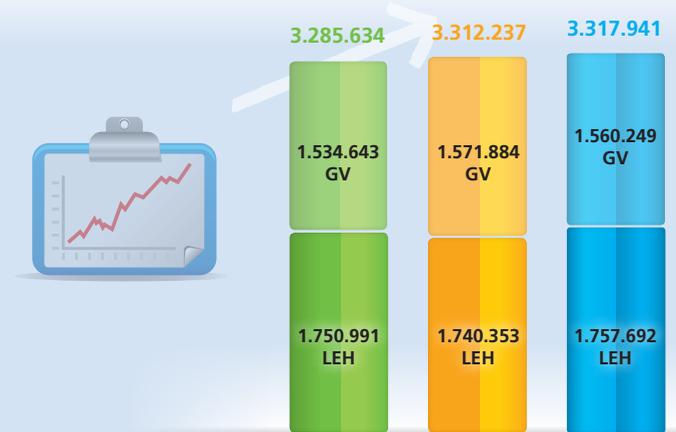
Pro-Kopf-Verbrauch*
(in Kilogramm, ohne Speiseeis)

2010 2011 2012



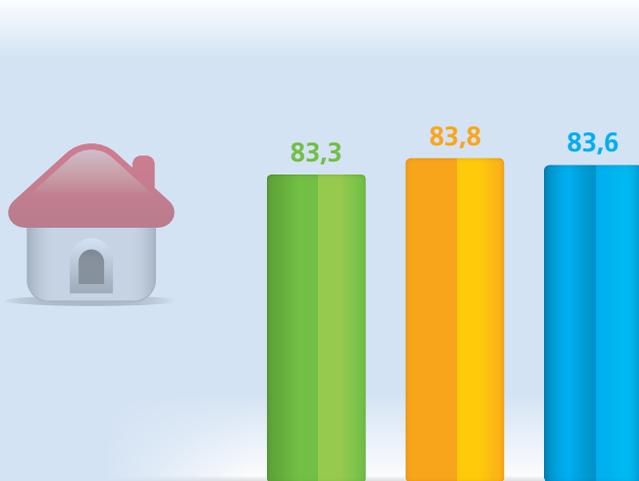
Absatzentwicklung
(in Tonnen, ohne Speiseeis)

2010 2011 2012



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

2010 2011 2012



Umsatzentwicklung
(in Milliarden Euro, ohne Speiseeis)

2010 2011 2012

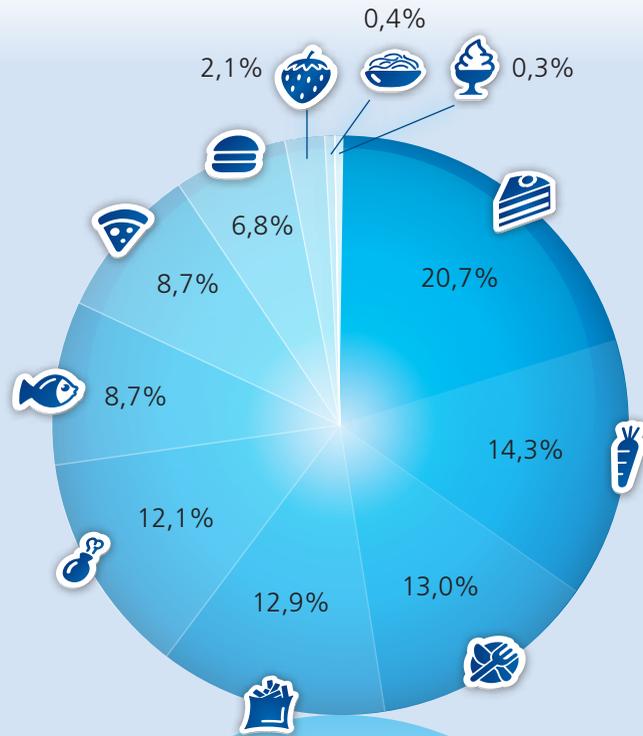


*Neue Datenbasis: Für die Berechnungen des Pro-Kopf- und Pro-Haushalt-Verbrauchs werden ab 2012 die Bevölkerungs- und Haushaltsdaten des GfKConsumerScans verwendet und nicht mehr die Daten des Statistischen Bundesamtes. Die Zahlen für die Jahre 2010 und 2011 wurden daher ebenfalls neu berechnet.

Absatz/Gesamtmarkt Tiefkühlkost

Bedeutung nach Produktgruppen

2012



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

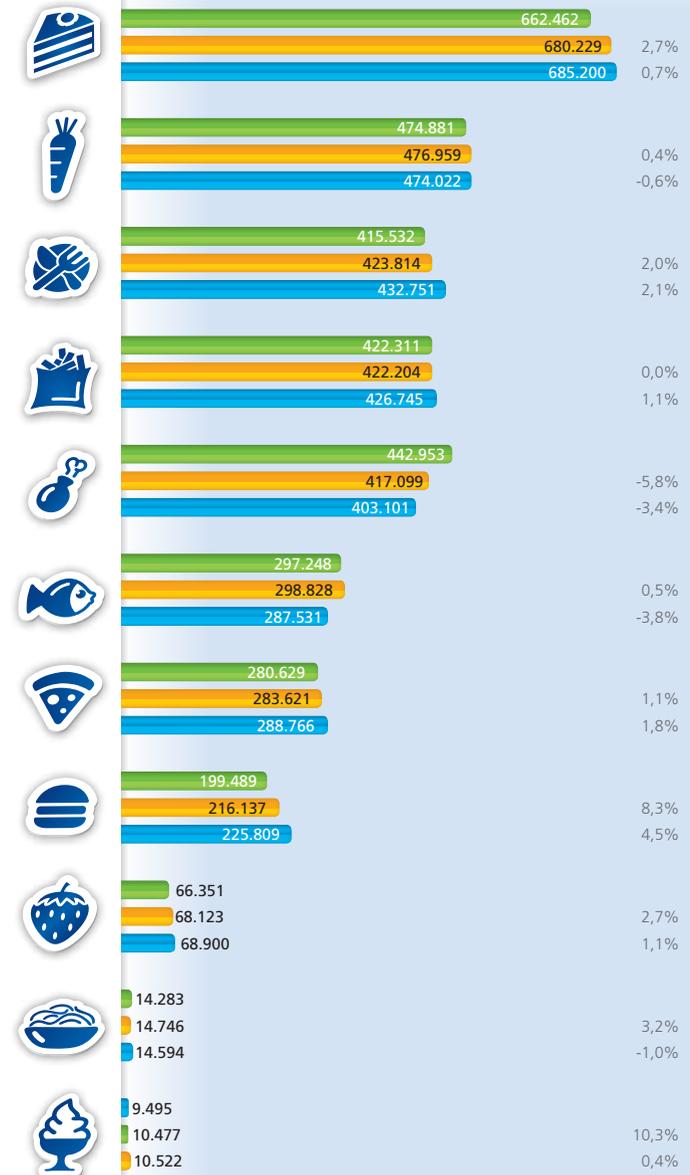
* inkl. Eintöpfe u. Suppen
 ** inkl. Krusten- u. Weichtiere
 *** inkl. Käse

Absatz Gesamtmarkt/ Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich

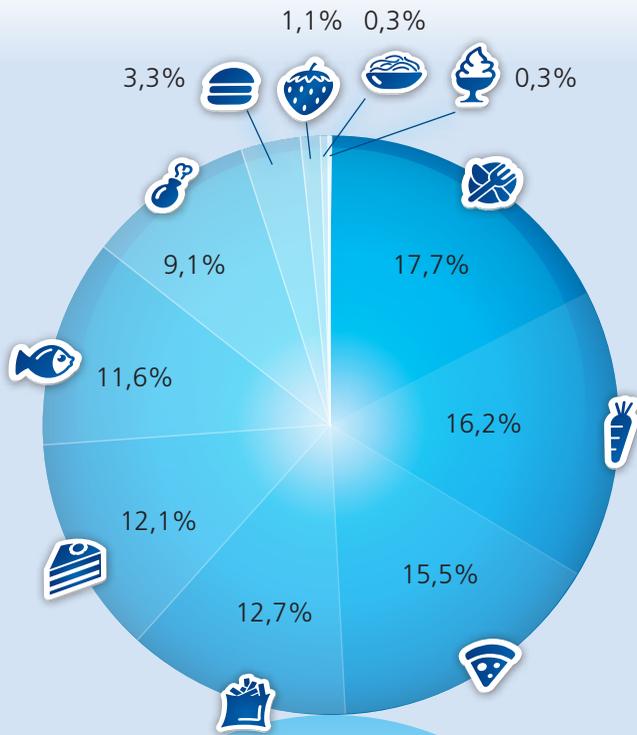
2010 2011 2012

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



Absatz/Lebensmittelhandel Tiefkühlkost

Bedeutung nach Produktgruppen
2012

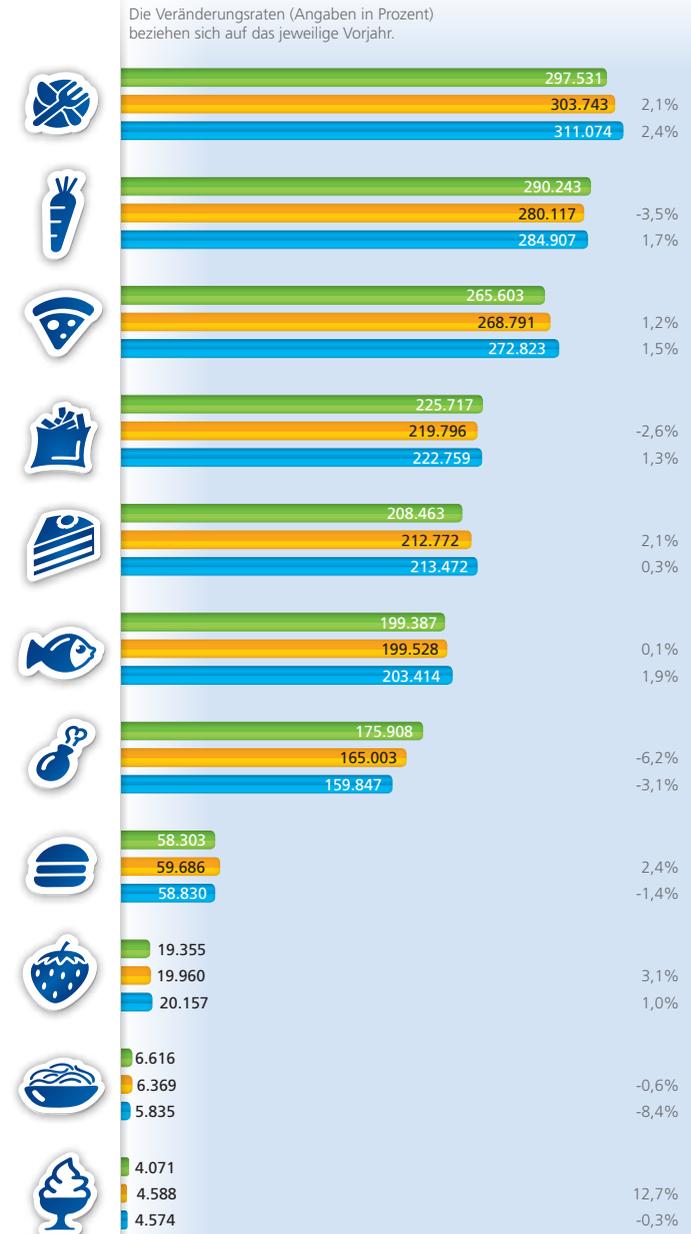


- TK-Gerichte*
- Gemüse
- Pizza
- Kartoffeln
- Backwaren
- Fisch**
- Fleisch, Wild, Geflügel (roh)
- Snacks***
- Beilagen
- Milcherzeugnisse, Süßspeisen
- Obst, Obstsaften

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

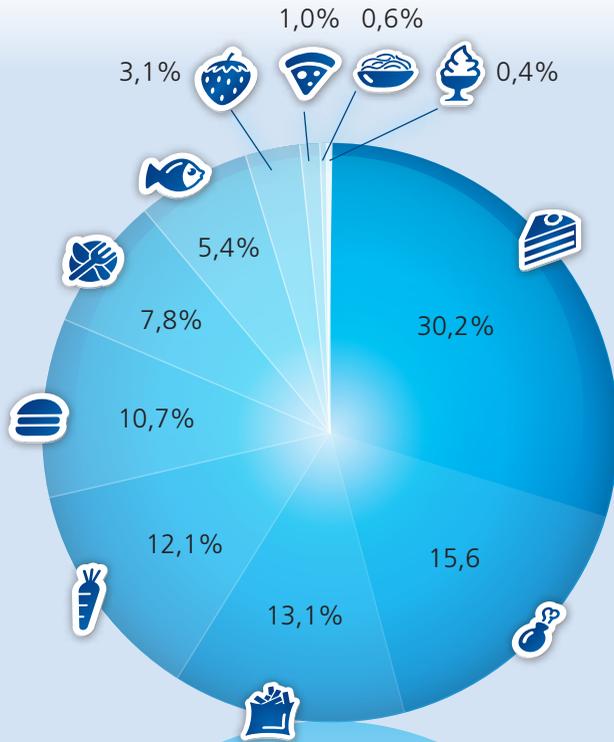
Absatz Lebensmittelhandel/ Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich
2010 2011 2012



Absatz/Großverbraucher Tiefkühlkost

Bedeutung nach Produktgruppen
2012

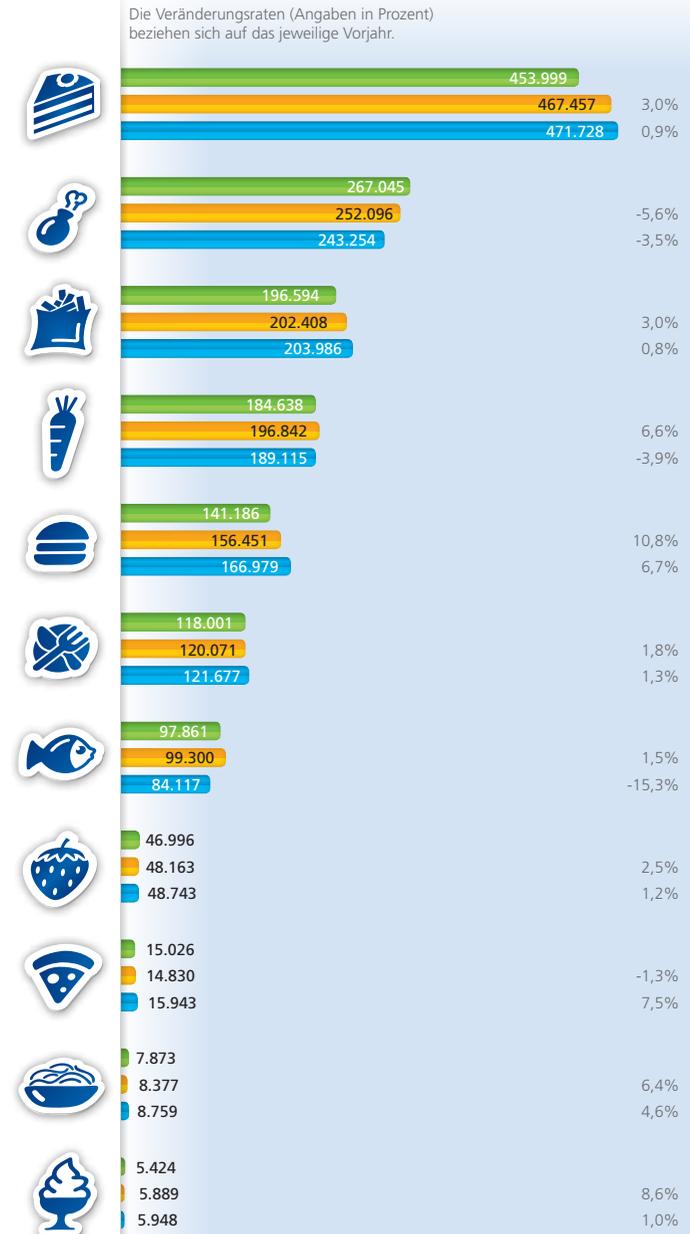


- TK-Gerichte*
- Gemüse
- Pizza
- Kartoffeln
- Backwaren
- Fisch**
- Fleisch, Wild, Geflügel (roh)
- Snacks***
- Beilagen
- Milcherzeugnisse, Süßspeisen
- Obst, Obstsaft

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

Absatz Ausser-Haus-Markt Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich
2010 2011 2012



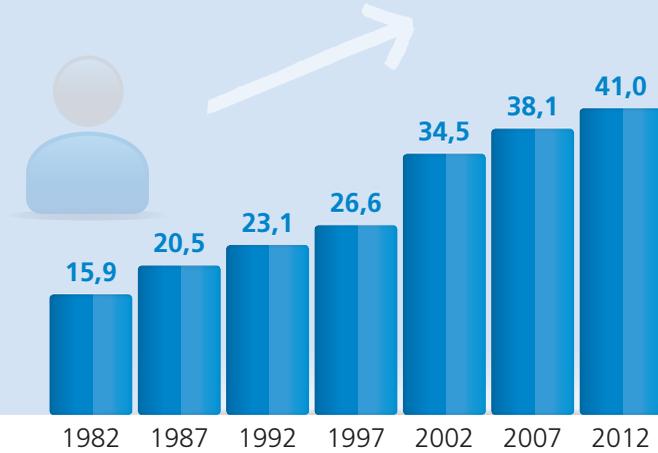
Langfristige Entwicklung

30 Jahre in 5-Jahres-Schritten

1982-2012

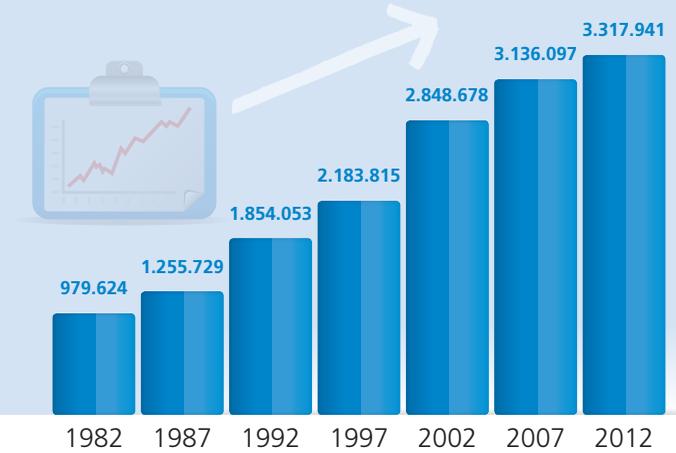
Pro-Kopf-Verbrauch

(in Kilogramm, ohne Speiseeis)



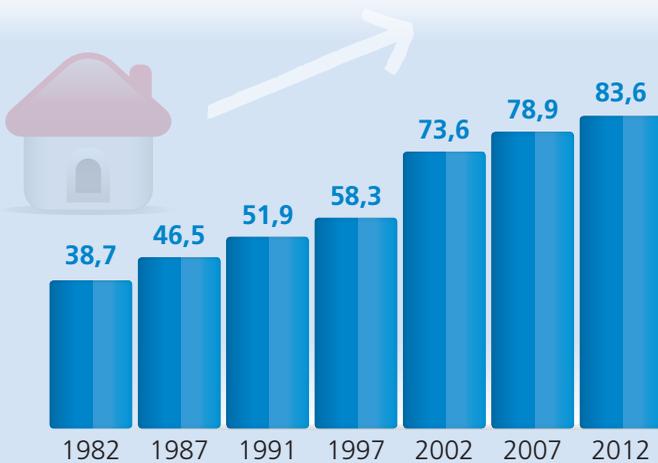
Absatzentwicklung

(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 555.000 Beschäftigten der viertgrößte Industriezweig in Deutschland und ein stabiler Arbeitgeber. Die Branche mit 5.970 Unternehmen ist mittelständisch geprägt.

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 160.000 Produkten ein breites Spektrum von Lebensmitteln und Getränken – aus dem jeder Konsument seine Auswahl treffen kann.

Der Lebensmittelhandel

Der Lebensmittelhandel gilt als wichtigster Absatzpartner der Ernährungsindustrie. 97.000 Einzelhandelsgeschäfte versorgen rund 80 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 einen Marktanteil von 75% auf sich. 2012 betrug der Lebensmittelumsatz im Handel 174,0 Mrd. Euro.

Der Außer-Haus-Markt

Nicht zuletzt durch die steigende Mobilität und Erwerbstätigkeit gewinnt die Verpflegung außer Haus immer mehr an Bedeutung. Nach Angaben der npdgroup Deutschland wurde 2012 im Außer-Haus-Markt ein Umsatz von über 68,2 Mrd. Euro erzielt.

Mit über 40% stellt die klassische Gastronomie den größten Anteil am Umsatz, gefolgt von den Quick-Service-Restaurants mit mehr 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.

Gesamtmarkt Food

Angaben in Mrd. Euro



Das 2012er Ergebnis zeigt einmal mehr, dass die Tiefkühlbranche in ihrer positiven Entwicklung sehr stabil ist: Mit einem Umsatzanteil von 10,4 Prozent ist sie eine der fünf größten Teilbranchen der Lebensmittelindustrie!