

cool facts

2013



Tiefkühlkost – Zahlen, Daten, Fakten

Tiefkühlkost- einmal mehr Trendsetter!	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 deutschen Lebensmittelmarkt	14

 TK-Gerichte*

 Fleisch, Wild, Geflügel (roh)

 Gemüse

 Snacks***

 Pizza

 Beilagen

 Kartoffeln

 Milcherzeugnisse, Süßspeisen

 Backwaren

 Obst, Obstsäfte

 Fisch**

* inkl. Eintöpfe u. Suppen

** inkl. Krusten- u. Weichtiere

*** inkl. Käse

Tiefkühlkost – beliebt wie eh und je!



Das positive Jahresergebnis 2013 der deutschen Tiefkühlwirtschaft bestätigt einmal mehr: Mit einem Umsatz von mehr als 12 Milliarden Euro sind TK-Produkte nach wie vor ein Wachstumsmarkt!

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 mehr als 160 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 erfasst das dti jährlich in einer eigenen Erhebung direkt bei den Unternehmen – die „cool facts 2013“ bieten Ihnen eine Zusammenfassung der aktuellen und langfristigen Marktentwicklung. Mit noch mehr Informationen unterstützen wir Sie gerne!

Ihr Team



Gesamtmarkt Tiefkühlkost

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

2011 2012 2013



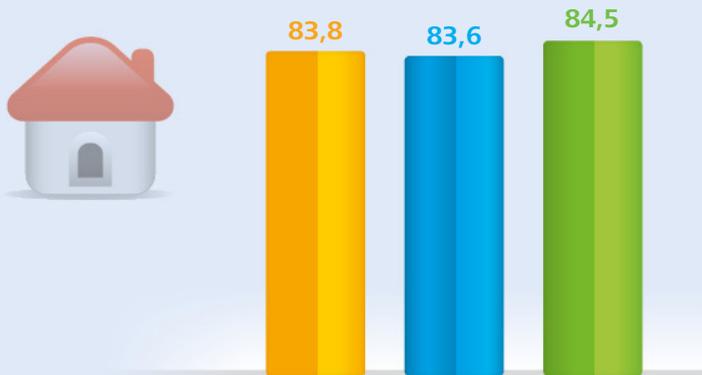
Absatzentwicklung
(in Tonnen, ohne Speiseeis)

2011 2012 2013



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

2011 2012 2013



Umsatzentwicklung
(in Milliarden Euro, ohne Speiseeis)

2011 2012 2013

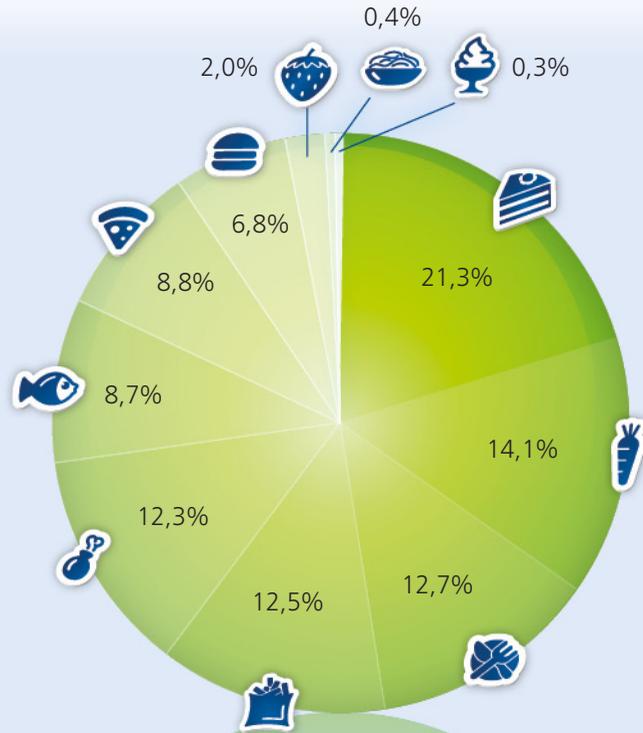


* Neue Datenbasis: Für die Berechnung des Pro-Kopf- und Pro-Haushalt-Verbrauchs wurden für 2012 und rückwirkend für 2011 die von der GfK verwendeten Bevölkerungs- und Haushaltsdaten des Statistischen Bundesamtes zugrunde gelegt

Absatz Gesamtmarkt Tiefkühlkost

Bedeutung nach Produktgruppen

2013



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

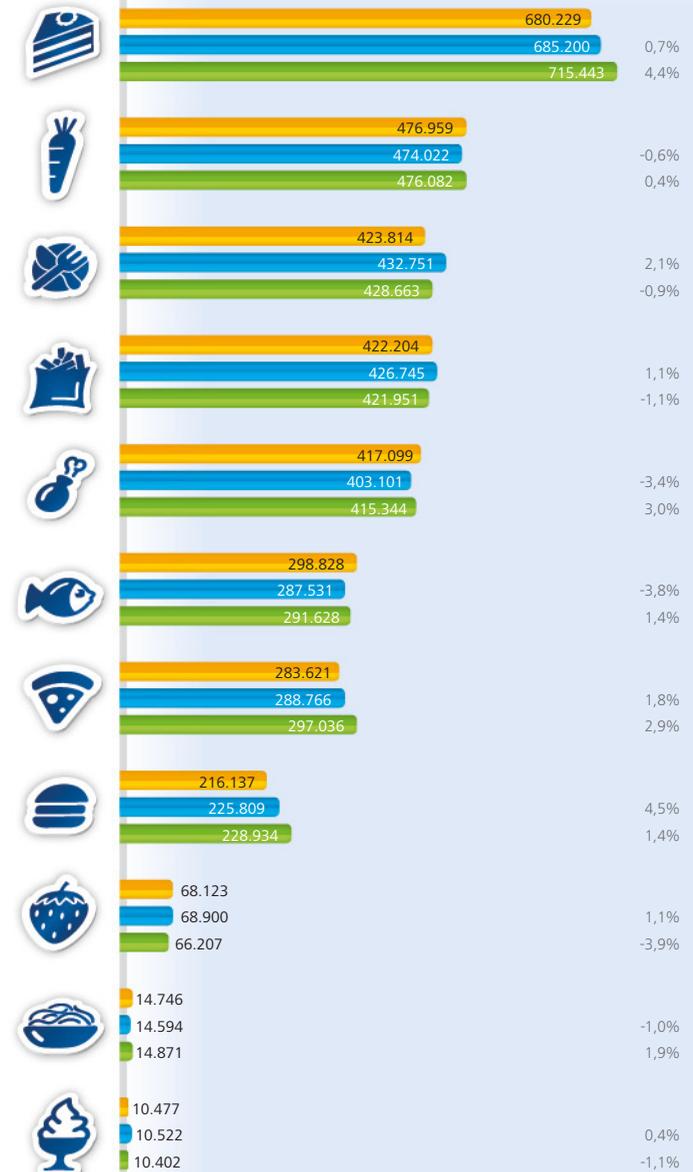
* inkl. Eintöpfe u. Suppen
 ** inkl. Krusten- u. Weichtiere
 *** inkl. Käse

Absatz Gesamtmarkt Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich

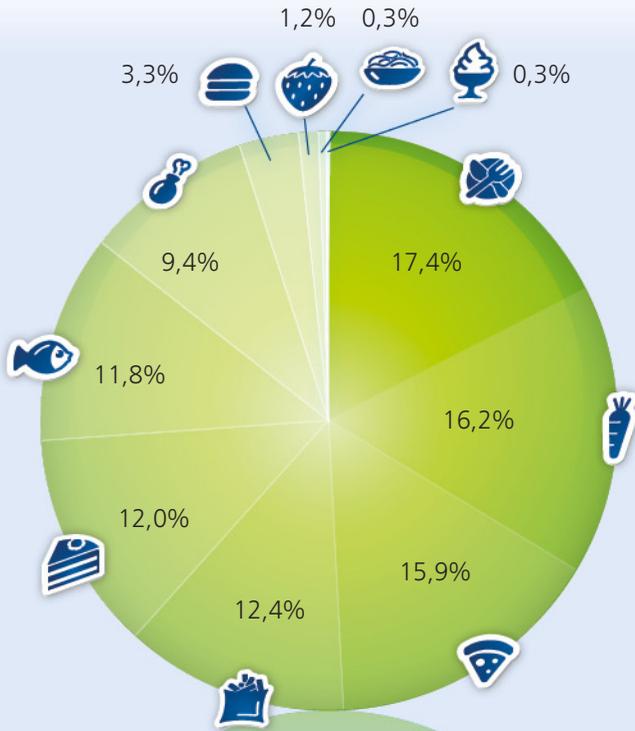
2011 2012 2013

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



Absatz Lebensmittelhandel Tiefkühlkost

Bedeutung nach Produktgruppen
2013

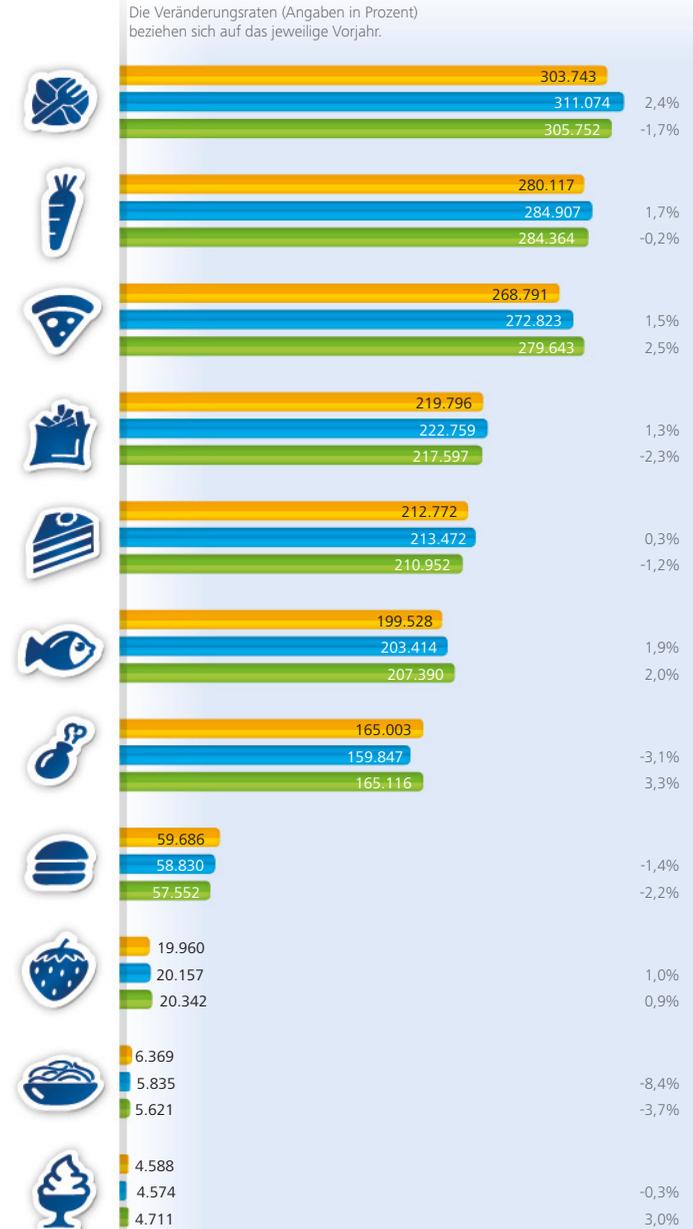


- TK-Gerichte*
- Gemüse
- Pizza
- Kartoffeln
- Backwaren
- Fisch**
- Fleisch, Wild, Geflügel (roh)
- Snacks***
- Beilagen
- Milcherzeugnisse, Süßspeisen
- Obst, Obstsäfte

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

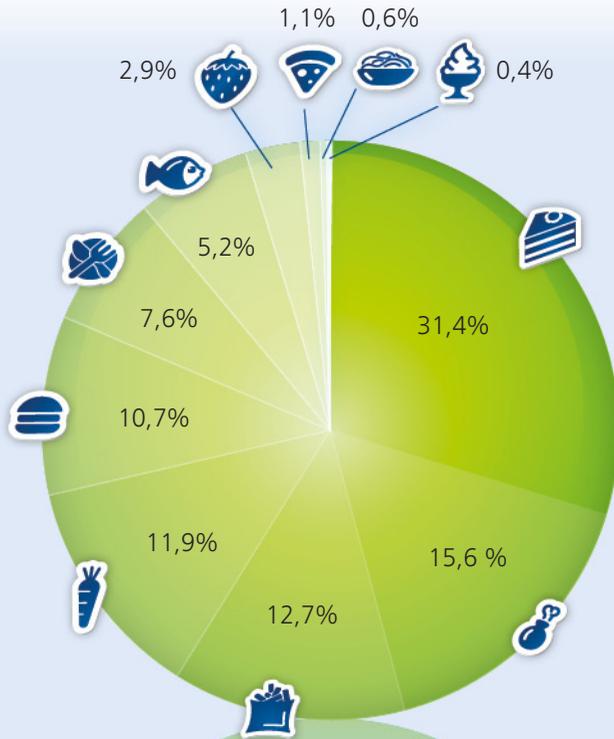
Absatz Lebensmittelhandel Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich
2011 2012 2013



Absatz Ausser-Haus-Markt Tiefkühlkost

Bedeutung nach Produktgruppen
2013

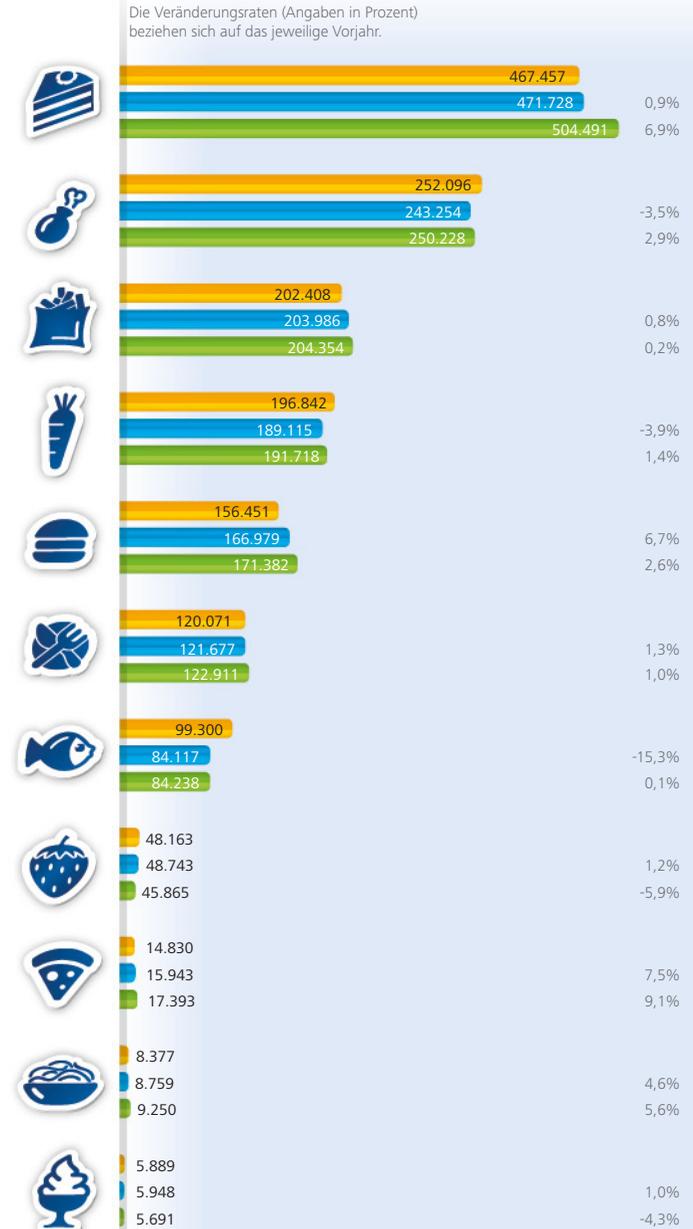


- TK-Gerichte*
- Gemüse
- Pizza
- Kartoffeln
- Backwaren
- Fisch**
- Fleisch, Wild, Geflügel (roh)
- Snacks***
- Beilagen
- Milcherzeugnisse, Süßspeisen
- Obst, Obstsäfte

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

Absatz Ausser-Haus-Markt Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich
2011 2012 2013



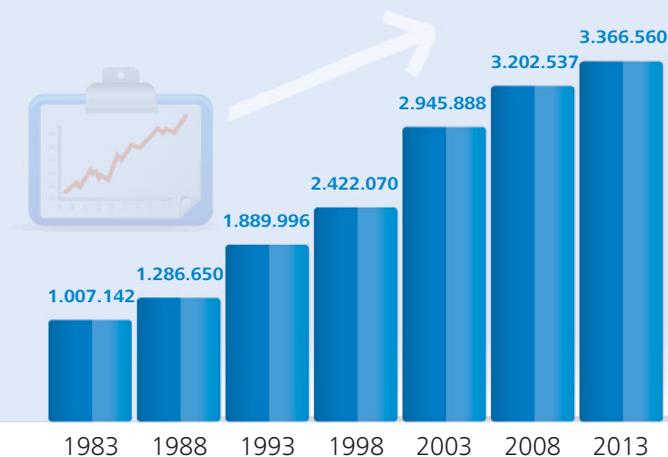
Langfristige Entwicklung

30 Jahre in 5-Jahres-Schritten

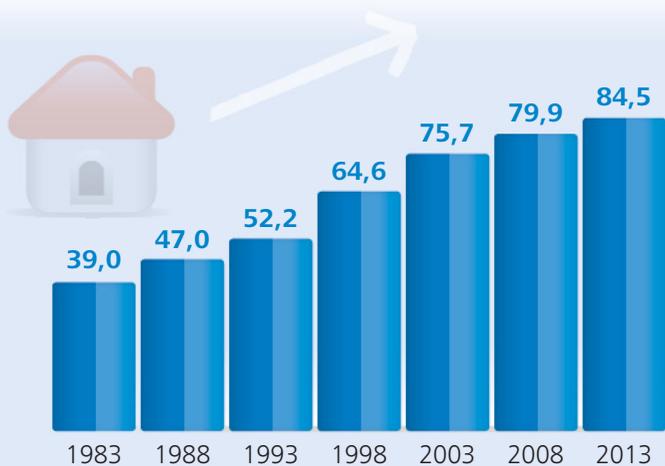
Pro-Kopf-Verbrauch Tiefkühlkost
(in Kilogramm, ohne Speiseeis)



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 555.300 Beschäftigten der viertgrößte Industriezweig in Deutschland und ein stabiler Arbeitgeber. Die mittelständisch geprägte Branche mit 5.920 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 80 Millionen Verbrauchern in Deutschland, mit einem Exportanteil von 31% schätzen darüber hinaus auch viele Kunden weltweit die Qualität deutscher Produkte.

Der Lebensmittelhandel

Der Lebensmittelhandel gilt als wichtigster Absatzpartner der Ernährungsindustrie. Rund 39.000 Lebensmittelgeschäfte versorgen nach Angaben des EHI Retail Institute 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 knapp dreiviertel (73,1 Prozent) des Marktes auf sich. 2013 betrug der Lebensmittelumsatz im Handel 180,4 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 2013 im Außer-Haus-Markt ein Umsatz von über 69,4 Mrd. Euro erzielt.

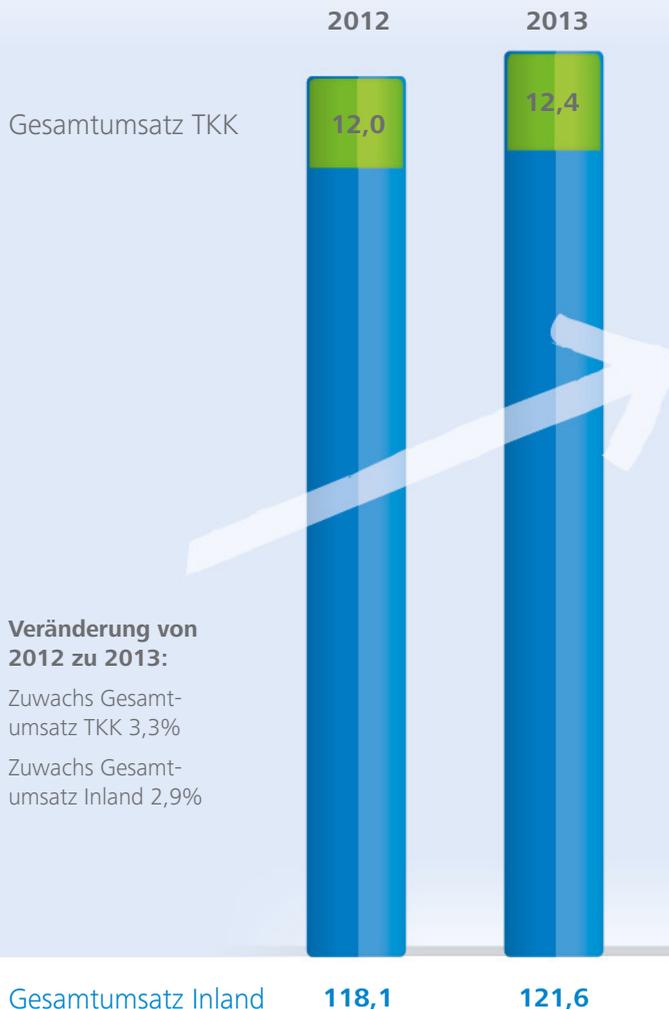
Mit fast 40% stellt die klassische Gastronomie den größten Anteil am Umsatz, gefolgt von den Quick-Service-Restaurants mit knapp 32%, der Erlebnisgastronomie mit über 17% und der Kantinen- und Gemeinschaftsverpflegung mit gut 9%.

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 Food

Angaben in Mrd. Euro



Das 2013er Ergebnis zeigt einmal mehr, dass die Tiefkühlbranche in ihrer positiven Entwicklung sehr stabil ist: Mit einem Umsatzanteil von 10,2 Prozent ist sie eine der fünf größten Teilbranchen der Lebensmittelindustrie!



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



Finde uns auf
Facebook