

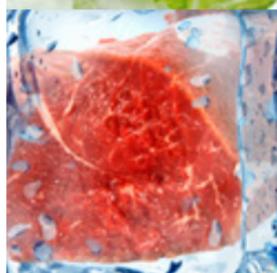
COOL FACTS

TIEFKÜHLMARKT

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN



TK
MARKTDATEN



ZAHLEN
DATEN
FAKTEN



2017



Deutsches
Tiefkühlinstitut

Inhalt

Tiefkühlprodukte sind heiß begehrt	3
Absatz Gesamtmarkt Tiefkühlprodukte	
Pro-Kopf-Verbrauch/Pro-Haushalt-Verbrauch	4
Absatzentwicklung/Umsatzentwicklung	5
Bedeutung nach Produktgruppen	6
3-Jahresvergleich	7
Absatz Lebensmittelhandel Tiefkühlprodukte	
Bedeutung nach Produktgruppen	8
3-Jahresvergleich	9
Absatz Ausser-Haus-Markt Tiefkühlprodukte	
Bedeutung nach Produktgruppen	10
3-Jahresvergleich	11
Langfristige Entwicklung	
Pro-Kopf-Verbrauch/Pro-Haushalt-Verbrauch	12
Absatzentwicklung/Umsatzentwicklung	13
Tiefgekühlt is(s)t besser	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

Tiefkühlprodukte sind heiß begehrt



In 2017 setzte sich die erfolgreiche Entwicklung des Tiefkühlgesamtmarktes in Deutschland fort.

Mit 46,3 Kilogramm verzeichnete der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch von TK-Produkten einen neuen Rekord. Im Vergleich zum Vorjahr (45,4 kg) stieg er um fast ein Kilogramm. Der Verbrauch pro Haushalt lag in Deutschland im vergangenen Jahr bei durchschnittlich 92,8 Kilogramm tiefgekühlten Lebensmitteln.

Tiefgekühlte Lebensmittel sind weiter auf der Erfolgsspur, weil die Kategorie überzeugende Lösungen für wichtige, anhaltende Trends und gesellschaftliche Veränderungen bietet, die den Lebensmittelkonsum insgesamt beeinflussen. TK-Produkte sind Problemlöser für die tägliche Ernährung, ob im Single-Haushalt, in der Familie oder beim Profi-Verwender in der Gastronomie.

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 unter Einbindung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG bei den Unternehmen in einer eigenen Befragung – die „**cool facts 2017**“ bieten Ihnen eine anschauliche Zusammenfassung der aktuellen und langfristigen Marktentwicklung.

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

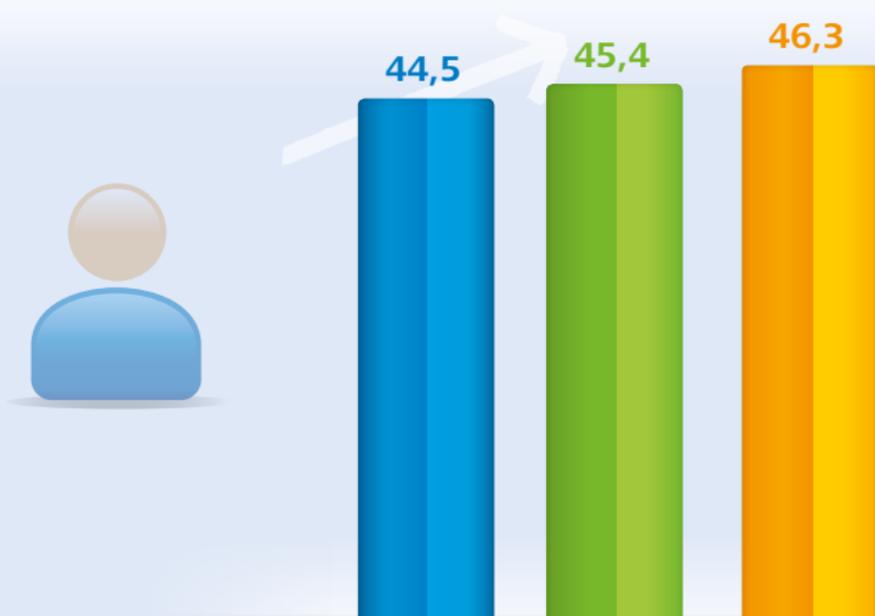
Ihr  Team

Deutsches
Tiefkühlinstitut

Gesamtmarkt Tiefkühlprodukte

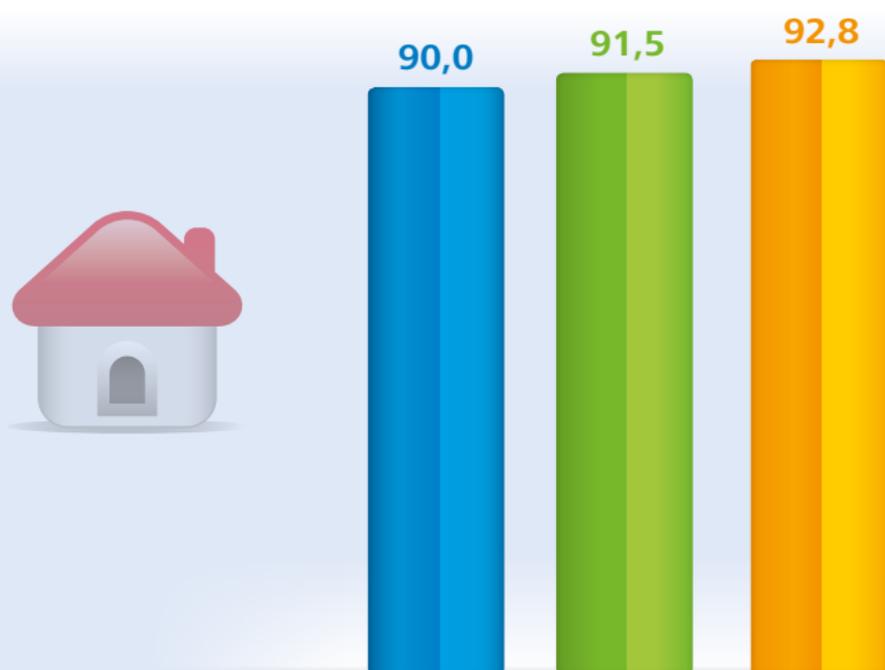
Pro-Kopf-Verbrauch*
(in Kilogramm, ohne Speiseeis)

2015 2016 2017



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

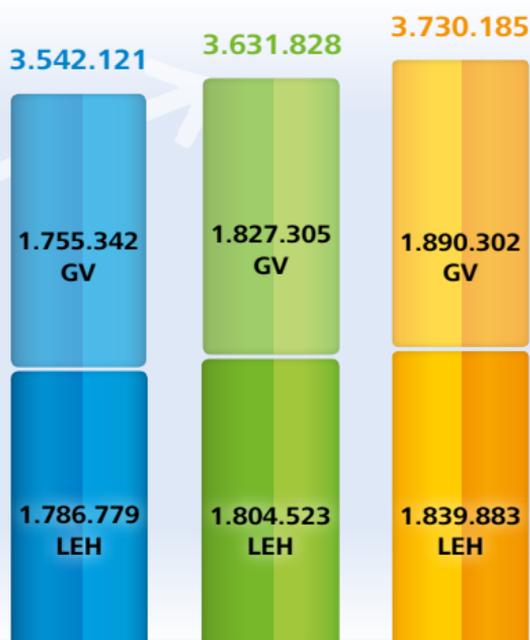
2015 2016 2017



* Für die Berechnung des Pro-Kopf- und Pro-Haushalt-Verbrauchs wurden die von der GfK verwendeten Bevölkerungs- und Haushaltsdaten des Statistischen Bundesamtes zugrunde gelegt.

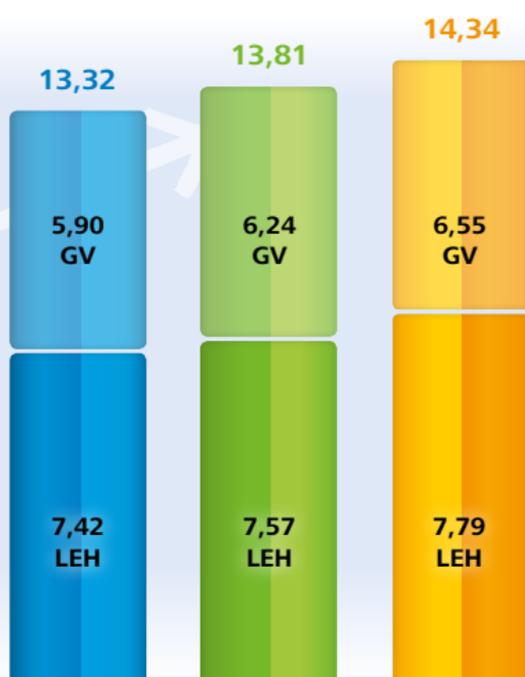
Absatzentwicklung (in Tonnen, ohne Speiseeis)

2015 2016 2017



Umsatzentwicklung (in Milliarden Euro, ohne Speiseeis)

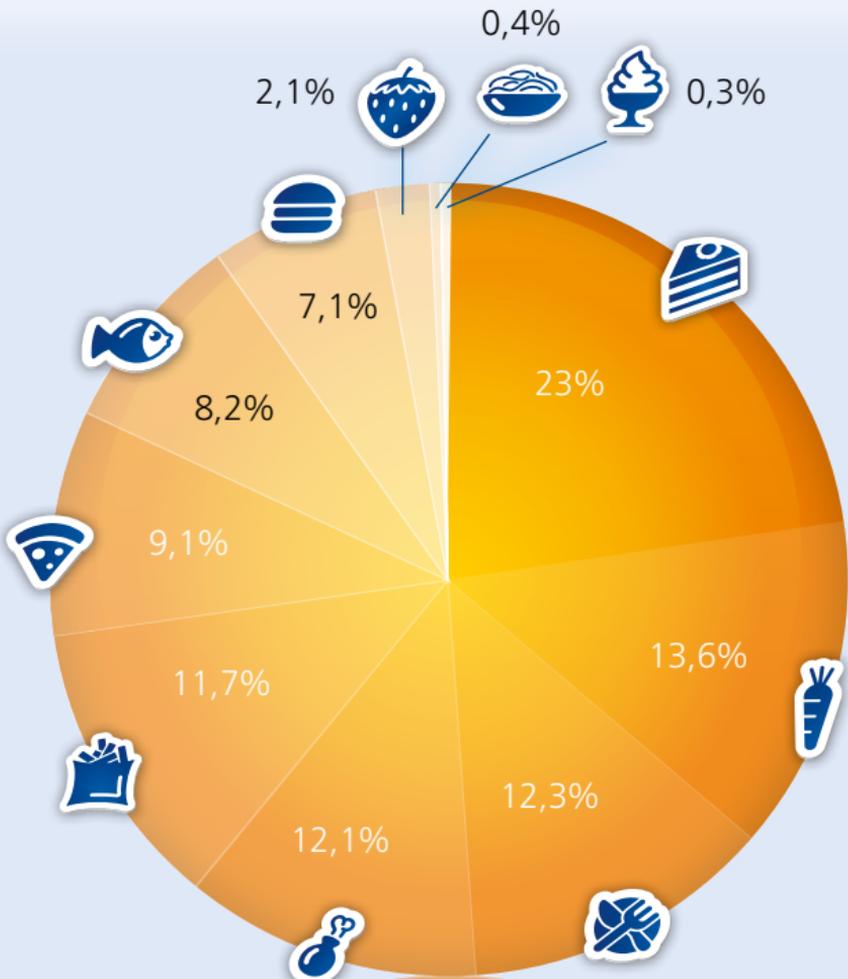
2015 2016 2017



Absatz Gesamtmarkt Tiefkühlprodukte

Bedeutung nach Produktgruppen

2017



 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

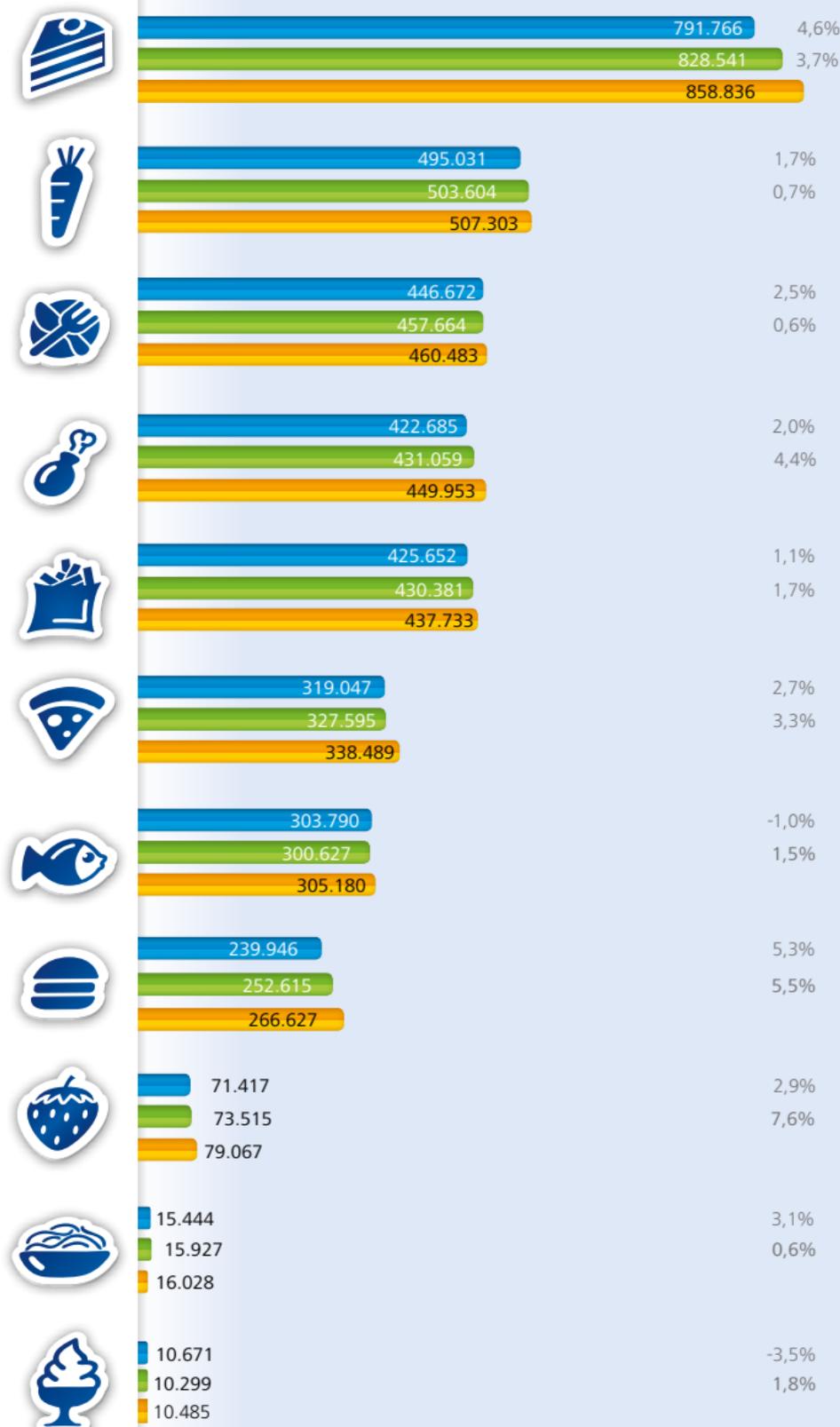
Absatz Gesamtmarkt

Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich

2015 2016 2017

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

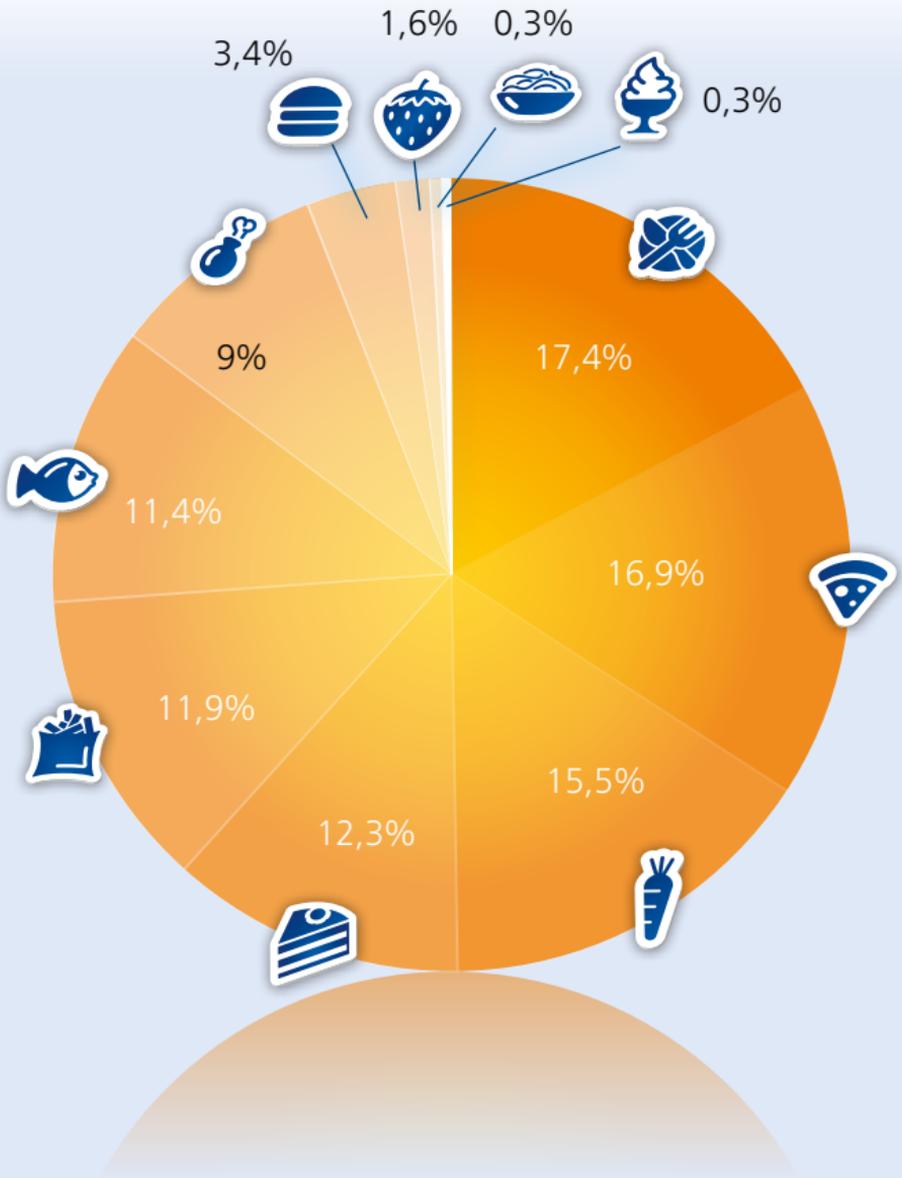


Absatz Lebensmittelhandel¹

Tiefkühlprodukte

Bedeutung nach Produktgruppen

2017



 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

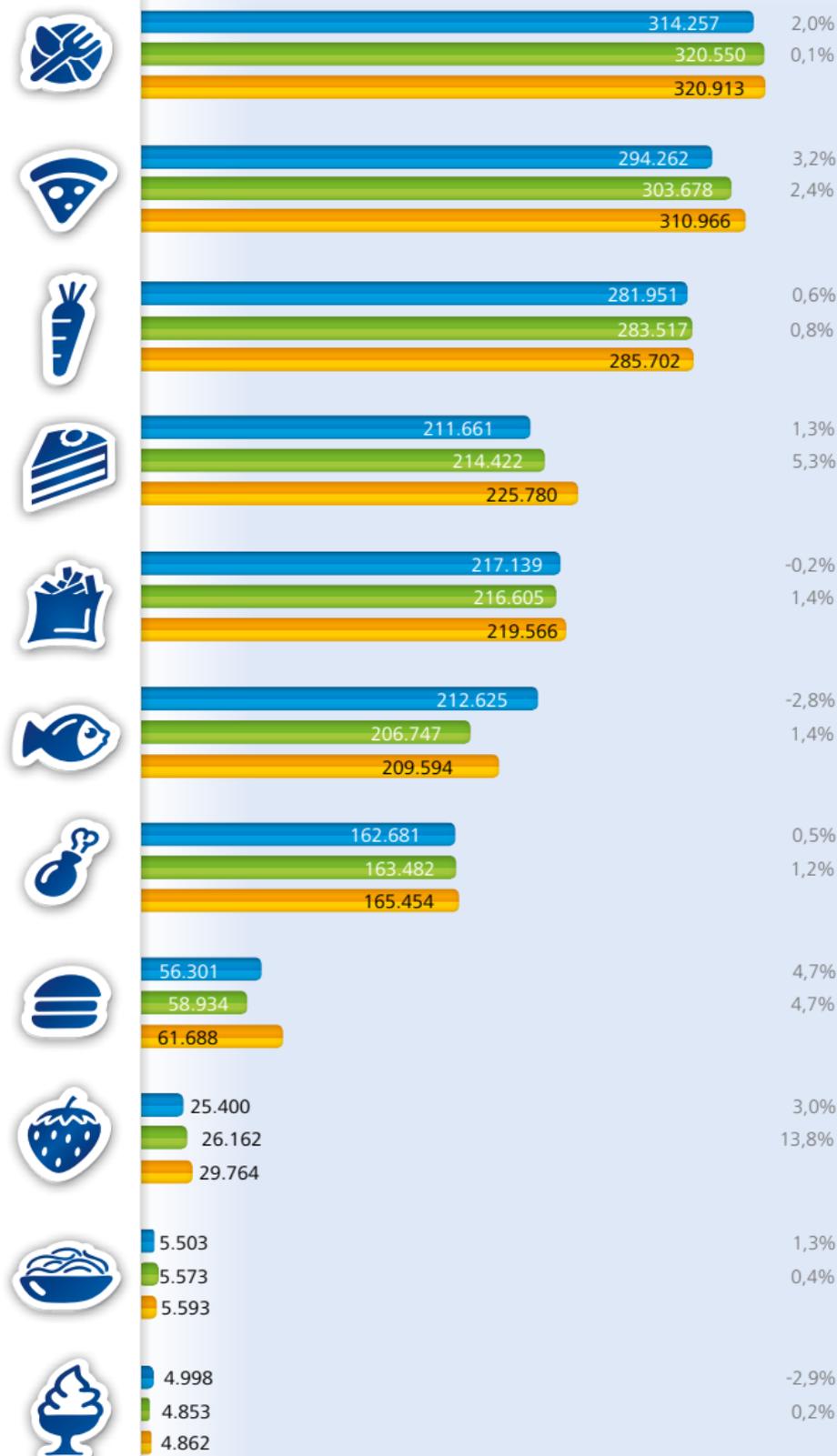
Absatz Lebensmittelhandel¹

Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich

2015 2016 2017

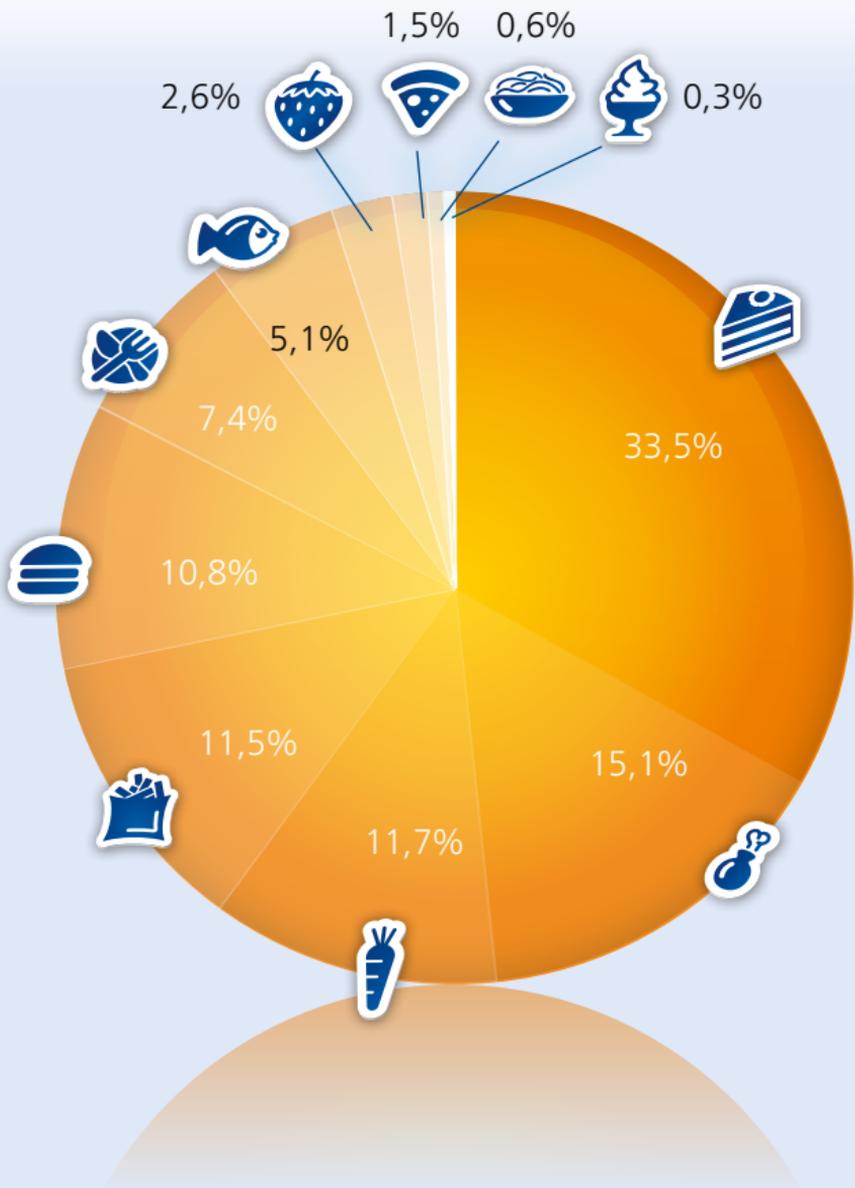
Die Veränderungsraten (Angaben in Prozent) beziehen sich auf das jeweilige Vorjahr.



Absatz Ausser-Haus-Markt Tiefkühlprodukte

Bedeutung nach Produktgruppen

2017



 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

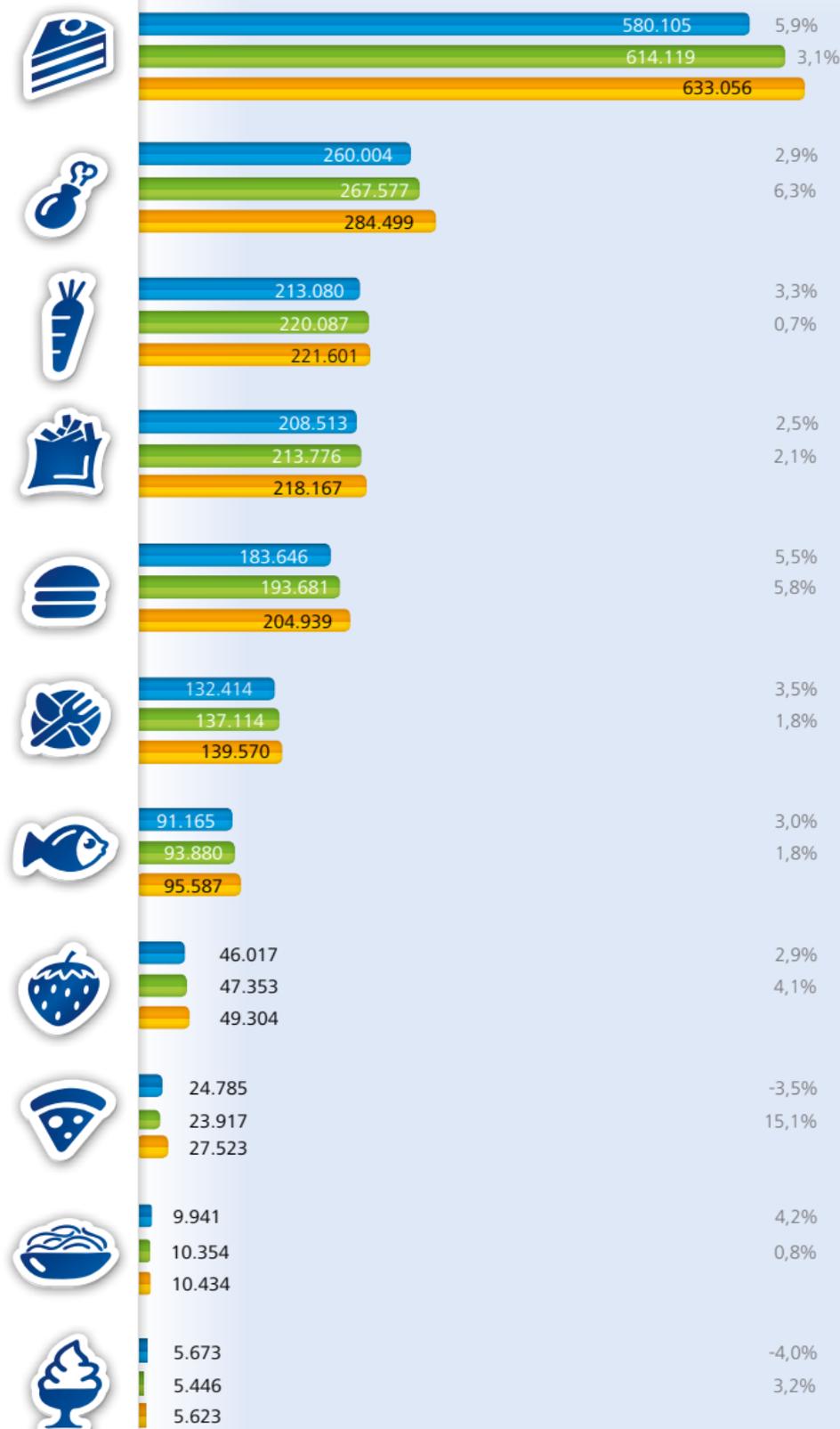
Absatz Ausser-Haus-Markt

Angaben in Tonnen

3-Jahresvergleich

2015 2016 2017

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

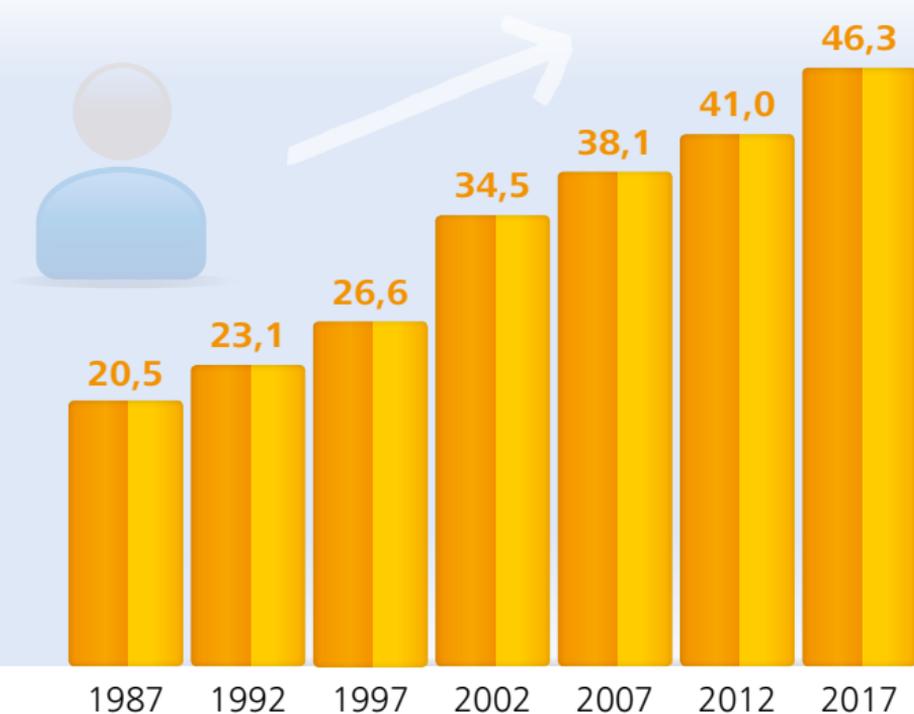


Langfristige Entwicklung

30 Jahre in 5-Jahres-Schritten

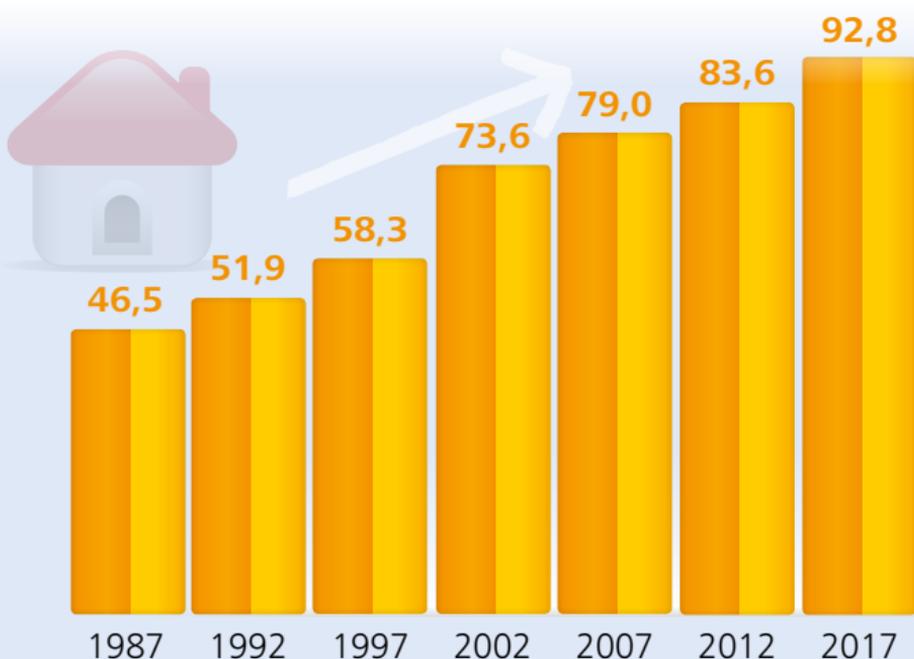
Pro-Kopf-Verbrauch Tiefkühlprodukte

(in Kilogramm, ohne Speiseeis)

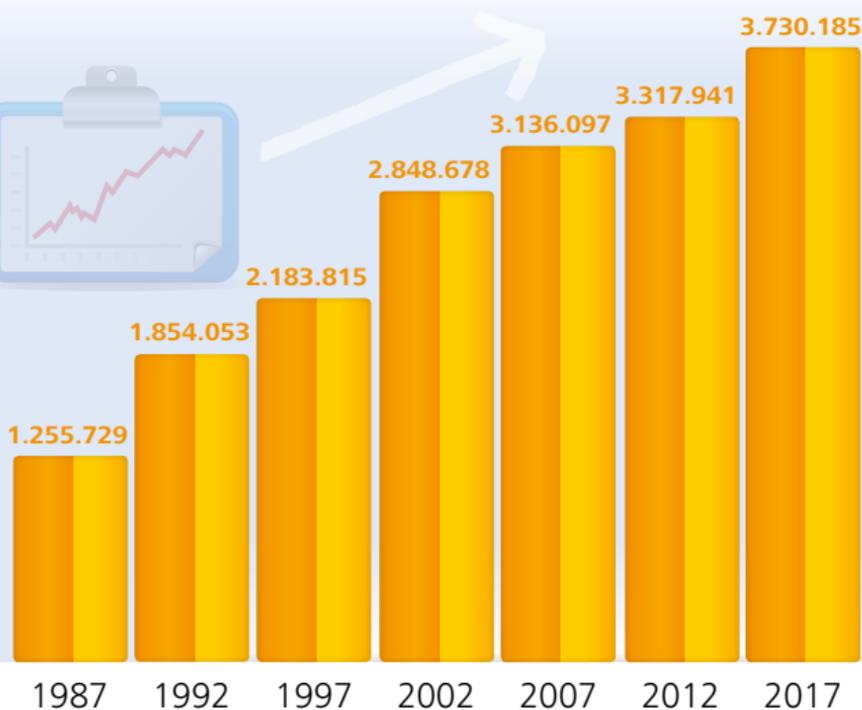


Pro-Haushalt-Verbrauch

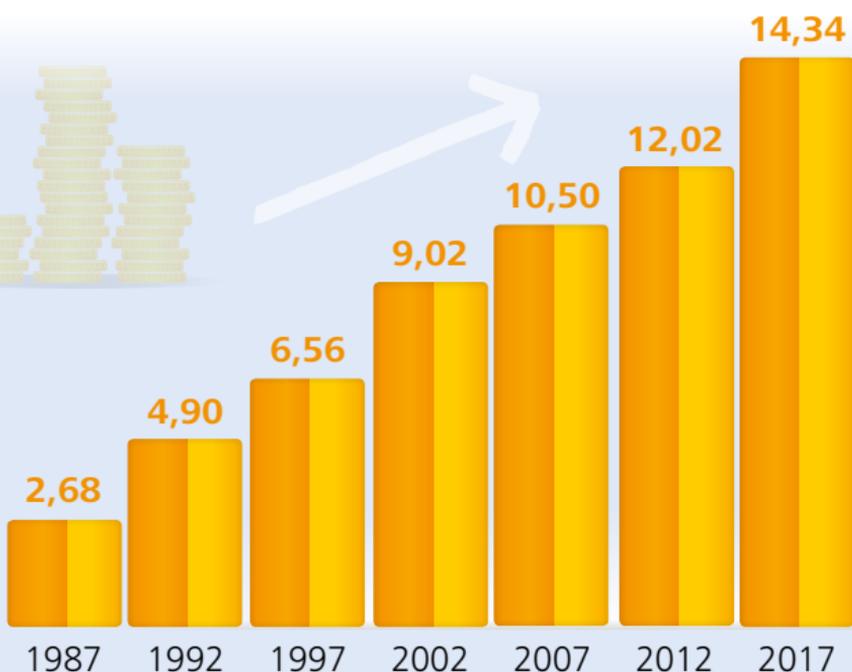
(in Kilogramm, ohne Speiseeis)



Absatzentwicklung (in Tonnen, ohne Speiseeis)



Umsatzentwicklung (in Milliarden Euro, ohne Speiseeis)



TIEFGEKÜHLT IS(S)T BESSER.

Frischer, natürlicher, genussvoller – es gibt viele Argumente, die für Tiefkühlprodukte sprechen. Die wichtigsten **PLUSPUNKTE FÜR MINUSGRADE** haben wir für Sie zusammengefasst, damit auch Ihr Herz für Tiefgekühltes schlägt.

www.tiefkuehlkost.de



NATÜRLICH LANGE HALTBAR
SCHONEND SCHOCKGEFROSTET
REIN IM GESCHMACK

TIEFGEKÜHLT IS(S)T
NATÜRLICHER



TIEFGEKÜHLT IS(S)T
FRISCHER

SCHNELL UND SCHONEND TIEFGEKÜHLT
TÄGLICH FRISCHER GENUSS
ZU JEDER JAHRESZEIT



**TIEFGEKÜHLT IS(S)T
BEWUSSTER**

**LEICHT PORTIONIERBAR
MIT SICHERHEIT LÄNGER HALTBAR
VERANTWORTUNGSVOLLER GENUSS**



**SPONTAN UND UNKOMPLIZIERT
FÜR JEDEN GESCHMACK
VIELFALT OHNE GRENZEN**

**TIEFGEKÜHLT IS(S)T
INDIVIDUELLER**



**TIEFGEKÜHLT IS(S)T
GESCHMACKVOLLER**

**NATÜRLICHE PRODUKTE
VOLLER GESCHMACK
MIT LIEBE GEMACHT**



Deutsches
Tiefkühlinstitut

Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.

Reinhardtstr. 46, 10117 Berlin

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

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

Mail: infos@tiefkuehlkost.de

www.tiefkuehlkost.de

